

Geopolitica dello spazio e l'indubbio vantaggio competitivo di Musk

Tecnologie d'avanguardia

Patrizia Caraveo

La presenza di Elon Musk è così pervasiva nel mondo spaziale che non passa giorno senza che le sue imprese siano un argomento di conversazione. Il lancio di Crew 9, con i due posti vuoti per riportare a casa gli astronauti bloccati sulla ISS dai problemi della navetta Starliner della concorrente Boeing, gli ha dato l'aura del salvatore. In effetti, questo intervento, che la Nasa non vuole chiamare di salvataggio perché sostiene che gli astronauti non sono affatto bloccati, non fa altro che consolidare la posizione di monopolio che Elon Musk, che, con SpaceX, la fa da padrone nel campo del volo umano. Chiunque voglia partire dal suolo americano, astronauta professionista o turista spaziale, deve usare le sue capsule. Il servizio è egregio, ma questo non significa che venga tollerato il benché minimo errore. Ogni pecca che si verifica nel funzionamento del Falcon9 deve passare al vaglio della Federal Aviation Administration che interrompe i lanci fino a quando il problema sia stato risolto. È successo tre volte negli ultimi tre mesi, prima l'11 luglio per un problema al motore del secondo stadio che aveva causato la perdita di 20 satelliti Starlink rilasciati ad una quota troppo bassa, poi il 28 agosto era fallita, per la prima volta dopo 267 successi, la manovra di recupero del primo stadio. Il 29 settembre, invece, il problema è avvenuto al rientro del secondo stadio che, dopo avere portato in orbita la capsula Crew 9, è caduto nel Pacifico fuori dall'area prevista. È significativo che, quando questi guasti si verificano, i più preoccupati siano i clienti che vedono ritardare i loro programmi perché SpaceX domina il mercato dei lanciatori e serve una vasta clientela.

Nel mese di settembre ci sono stati nove lanci. Per quattro volte SpaceX è stato cliente di sé stesso, con i satelliti Starlink, poi ci sono state due sonde con equipaggio, i turisti di Polaris Dawn e i professionisti di Crew 9, la Commissione Europea ha affidato a SpaceX il lancio dei suoi Galileo, il governo americano quello di un nuovo satellite spia e la compagnia Bluebird i suoi satelliti per la connessione diretta con i cellulari. Il 29 e 30 erano previsti due lanci di satelliti OneWeb, sempre nel business di Internet satellitare. Ma, in coda, ci sono due importanti missioni planetarie che

IL LIBRO DI EMILIO COZZI, AUTORE ANCHE DI UN PODCAST PER IL SOLE 24 ORE, FA IL PUNTO DELLA SITUAZIONE

hanno finestre di lancio poco negoziabili. Lunedì è prevista la missione di difesa planetaria HERA dell'ESA, per lo studio dell'asteroide binario Dydimos, tre giorni dopo sarà il turno della missione Nasa Europa Clipper, per lo studio della luna di Giove Europa. SpaceX ha dichiarato di avere capito il problema e l'ESA spera che l'autorizzazione a riprendere i lanci arrivi entro domenica, per permettere a HERA di partire lunedì. Il fenomeno SpaceX, con le sue chiavi di lettura tecnologiche, politiche ed economiche è uno degli argomenti del nuovo libro di Emilio Cozzi *Geopolitica della Spazio* (Il Saggiatore, pagg. 436, € 26) che, a partire proprio dal 7 ottobre, sarà discusso in una serie di puntate del Sole 24Ore Podcast.

Parlando di geopolitica spaziale, Musk è, ancora una volta, padrone del campo. Starlink gli dà un enorme vantaggio competitivo. Lo abbiamo constatato in occasione dell'incontro tra il magnate e la nostra primo ministro, quando è stata fatta balenare la possibilità di offrire alla

clientela italiana un abbonamento Starlink a un prezzo stracciato. La velocità di trasmissione/ricezione è inferiore a quella della fibra ottica, ma sono molte le località dove la fibra non arriva e l'offerta Starlink ha mandato in fibrillazione le nostre compagnie telefoniche. Non sarebbe la prima volta che Musk sbaraglia la concorrenza offrendo i suoi servizi sottocosto. Non sappiamo se lo abbia fatto anche con AirFrance che sarà la prima compagnia aerea europea ad offrire la connessione in volo usando Starlink. Dal 1 gennaio i clienti del programma Flying Blue potranno connettersi gratuitamente. Trovo significativo che sia una compagnia francese a fare questo passo dal momento che la Francia era stata un osso molto duro per la penetrazione del servizio Starlink la cui licenza era stata addirittura sospesa dal Consiglio di Stato nel 2021. Adesso il servizio è pienamente operativo ma, in Francia, l'abbonamento costa 40 euro al mese. Musk non ha fatto sconti a Macron.

© RIPRODUZIONE RISERVATA