

Data Stampa 118-Data Stampa 118
L'ITALIA ALL'AVANGUARDIA
Data Stampa 118-Data Stampa 118

Materiali spaziali, +113% per i brevetti delle Pmi

Isabella Bufacchi — a pag. 13

Spazio, dalle tute ai materiali: +113% nei brevetti per le Pmi



I comparti che mostrano più interesse verso lo spazio: meccanica, elettronica, chimica, componentistica

Innovazione/1

La manifattura italiana fa il salto verso le stelle: i casi di Spacewear e Dallara

Uno studio **Unioncamere-Dintec** traccia l'evoluzione negli anni tra 2001 e 2025

Isabella Bufacchi

Dalle sfilate di moda agli astronauti, dalla 500 miglia di Indianapolis ai satelliti. L'ascesa dall'industria manifatturiera, dal tessile e dall'automotive, alla space economy è possibile. Spacewear e Dallara ci sono riuscite: la prima è nata a Fano, nelle Marche, dall'incontro di designer in ambito fashion e tessile con ingegneri aerospaziali e da qualche anno produce tute, abbigliamento e tessuti per le missioni spaziali; la seconda è stata contattata direttamente dalle aziende aerospaziali americane al pit stop delle vetture da competizione a Indianapolis, e con la divisione Aerospace & Defense Business Unit dal 2021 fornisce componentistica con materiali avanzati per le missioni nello spazio.

La convergenza tra manifattura e spazio è un'opportunità di crescita per le imprese italiane, grandi, medie e Pmi. Le aziende di piccole dimensioni e nicchie di eccellenza possono approdare nello spazio: purché riescano a battere la concorrenza internazionale, per affiancare uno o più grandi part-

ner già operativi nel comparto per fare esperimenti e trovare i finanziamenti. E questa trasformazione può passare per i rapporti Italia-Germania. Ieri, in occasione della festa a Roma per il Giorno dell'Unità tedesca, il ministro degli esteri Johann Wadepuhl ha rimarcato che «Italia e Germania hanno un ruolo guida in Europa» come maggiori produttori industriali ed esportatori e ha ricordato la stretta collaborazione tra i due Paesi su spazio e difesa. L'ambasciatore tedesco in Italia Thomas Bagger ha sottolineato che il 2026 è stato «un anno straordinario per le relazioni italo-tedesche».

Gli esperti di EY, interpellati dal Sole 24 Ore sul ruolo delle imprese italiane nella New Space Economy, ammoniscono: «Il settore Aerospace & Defense (A&D, ndr) non è fai da te». Richiede competenze, tempo e continuità. E senza partner esperti e relazioni consolidate, «l'ingresso è più lento e meno credibile. Aggregazioni e partnership sono un acceleratore strategico. La massa critica è sempre più determinante per competere, essere visibili e resilienti. M&A e alleanze facilitano scala, competenze e accesso ai fondi disponibili». Per EY i comparti tradizionali che mostrano il maggiore interesse verso queste opportunità di diversificazione sono meccanica e mecatronica, elettronica ed elettro-ottica, chimica e le aziende attive nella produzione di componentistica mista. «Il settore A&D in Italia è caratterizzato da una forte polverizzazione del tessuto imprenditoriale, con un numero elevato di imprese di piccola dimensione e fatturato inferiore ai 10 milioni di euro. Tuttavia, i dati mostrano come la redditività e la creazione di valore siano concentrate nelle aziende più strutturate, con ricavi superiori ai 10 milioni, con livelli di marginalità si-

gnificativamente più elevati, e utile netto intorno al 9%, sostenuti da una maggiore capacità di investimento, organizzazione e presidio della complessità industriale», spiegano da EY.

«Nel motorsport, e in particolare in una gara come la 500 Miglia di Indianapolis, i tempi dell'innovazione sono estremamente rapidi. È in questo contesto che partner internazionali di primo piano nel settore spaziale hanno potuto osservare da vicino i nostri materiali avanzati e le nostre componenti innovative: da lì è nato il nostro primo contatto con lo spazio», ha raccontato al Sole 24 Ore Alessio Grasso, responsabile Aerospace & Defense Business Unit di Dallara. La collaborazione con importanti operatori dell'aerospazio offre a Dallara l'opportunità di applicare le proprie competenze a nuove sfide tecnologiche. «Questo tipo di collaborazione è fondamentale. Ci consente di sperimentare le nostre innovazioni in ambito spaziale. Vedo in prospettiva un grande potenziale nelle componenti usate per il comfort e la salute degli astronauti e nell'uso di materiali leggeri, uno dei nostri punti di forza».

Intanto i brevetti italiani nell'aerospazio crescono. La ricerca *Mapping Italy's Aerospace Innovation through European Patents*, realizzata da Dintec utilizzando la banca dati **Unioncamere-Dintec** sulle domande italiane di brevetto europeo pubblicate dall'European Patent Office (presentata a



UNIONCAMERE

Bex-Beyond Exploration Expo a Rimini) ha analizzato oltre 100.900 domande italiane di brevetto europeo pubblicate tra il 2001 e il 2025. In seguito ha identificato un insieme di 3.605 domande di brevetto, pari al 3,6% del totale, riconducibili al solo settore aerospaziale. Ed è emerso che tra il 2001 e il 2025 questi brevetti sono aumentati del 112,7%, una crescita più che doppia rispetto al totale.

Per Marco Ginotti, direttore scientifico di questa ricerca sui brevetti aerospaziali, quello che emerge è «un ecosistema con una forte leadership delle grandi imprese, soprattutto nelle tecnologie ad alta intensità di capitale, nelle telecomunicazioni, nella sensoristica e nella navigazione, ma con spazi concreti di ingresso per micro e piccole imprese tecnologiche, in particolare nei campi del software, dell'elaborazione dati, dell'automazione, dei sistemi di controllo e delle soluzioni digitali specialistiche».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le vie dell'innovazione. Crescono i brevetti di aziende tricolori nel settore dell'aerospazio, come le tute di Spacewear usate nelle missioni verso l'Iss



Sul campo.

Le tute di Spacewear sono state usate
nelle missioni verso l'Iss