

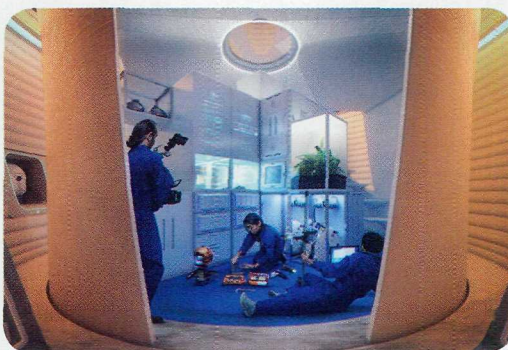
## BUSINESS | L'HABITAT MARZIANO STAMPATO IN 3D

Con Marsha i designer della newyorkese Ai SpaceFactory hanno vinto il '3d Printed Habitat Challenge' della Nasa, il concorso con cui l'agenzia chiedeva di escogitare nuovi modi per costruire rifugi per astronauti sulla Luna o su Marte sfruttando risorse indigene.

Premiata con 500mila dollari, Marsha è un'architettura bassa e leggera che promette di ridurre al minimo l'impiego dei rover automatizzati deputati a costruirla.

Ai SpaceFactory ha annunciato di volerne adattare il design e la tecnologia anche all'ambiente terrestre: in quest'ultimo caso il progetto, chiamato Tera, per essere realizzato sfrutterà il crowdfunding e sarà finalizzato alla realizzazione di edifici eco-compatibili e dai costi ridotti.

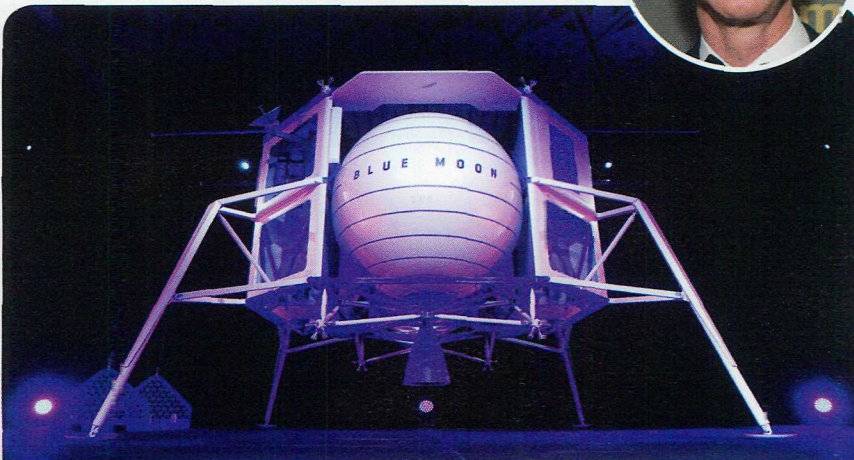
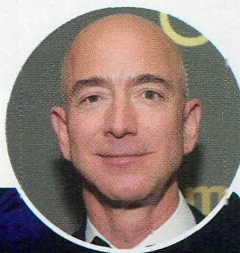
"Abbiamo sviluppato queste tecnologie per lo spazio, ma hanno il potenziale per trasformare il modo in cui costruiamo anche sulla Terra", ha dichiarato David Malott, ceo e fondatore di Ai SpaceFactory. "Usando materiali naturali e biodegradabili cresciuti in coltura, potremmo eliminare il massiccio spreco di calcestruzzo del settore edilizio e salvaguardare il nostro pianeta".



## PROTOTIPO | JEFF BEZOS VA SULLA LUNA CON BLUE MOON

Si chiama Blue Moon e un suo modello in scala 1 a 1 è stato svelato lo scorso 9 maggio al Washington Convention Center da Jeff Bezos in persona: trattasi del lander, il mezzo di atterraggio - meglio, di allunaggio - con cui la compagnia spaziale del fondatore di Amazon, Blue Origin, progetta di riportare sulla luna astronauti e materiali a partire dal 2024. Con una capacità di 3,6 tonnellate, che si ambisce ad aumentare fino a 6,5, il piano superiore e gli alloggiamenti del lander potranno ospitare un'ampia varietà di carichi utili, inclusi satelliti di classe Espa. Il propulsore sarà l'innovativo BE-7, a idrogeno e ossigeno liquidi, mentre sensori di guida e discesa di precisione sfrutteranno la tecnologia di apprendimento automatico per allunare su qualsiasi parte della superficie selenica. Sebbene non ci siano ancora conferme ufficiali di collaborazioni con la Nasa, inevitabile notare come la data prevista per il debutto di Blue Moon, entro cinque anni da oggi, corrisponda con i piani dell'Agenzia spaziale americana di tornare là dove solo 12 uomini hanno finora messo piede.

La presentazione del lander era stata anticipata via Twitter con un messaggio criptico: un'immagine della Endurance, la leggendaria imbarcazione dell'esploratore antartico Ernest Shackleton.



## MERCATI | OFFICINA STELLARE DALLO SPAZIO ALLA BORSA

A inizio maggio ha avviato il processo di quotazione all'Aim (il mercato di Borsa Italiana dedicato alle pmi), che dovrebbe essere completato entro l'estate: dopo lo spazio, Officina Stellare punta alla Borsa. Fondata nel 2009 a Sarcedo, vicino a Vicenza, dall'attuale presidente Riccardo Gianni, dall'amministratore delegato Giovanni Dal Lago e dal responsabile del business development Gino Bucciol, Officina Stellare è una pmi innovativa che produce telescopi e strumentazione ottica e aerospaziale per la Nasa, la coreana Kasi e altre agenzie spaziali fra le più importanti al mondo. L'azienda opera anche nel mercato della difesa (fra i suoi clienti l'aviazione militare degli Stati Uniti, l'Aeronautica italiana e Leonardo) e collabora con istituzioni scientifiche e accademiche come il Mit e la Princeton University. "Anche se avevamo altre opzioni, Aim è il sistema



migliore per raggiungere i nostri obiettivi", ha commentato Dal Lago in un'intervista appena dopo l'annuncio del processo di quotazione. "Del resto il nostro è un marchio italiano, teniamo molto al made in Italy. Lo sbarco all'Aim ci aiuterà a fare investimenti in tempi rapidi, particolarmente in strumentazioni e risorse umane". Le prossime assunzioni riguarderanno engineering, produzione, program manager e sistemisti. Oggi Officina Stellare conta meno di 40 dipendenti, per più del 50% con laurea specialistica in ingegneria aerospaziale, fisica e astronomia. Figure indispensabili visto che la produzione, oltre che la personalizzazione dei prodotti, è gestita quasi del tutto in house.