

La storia. Dal 23 giugno è nello spazio D-Sat, il nanosatellite pulitore italiano

D-Orbit è decollata ma non su Kickstarter

Venerdì 23 giugno, dall'India, è partita l'avventura di D-Sat, un nanosatellite in grado di rimuovere sé stesso dall'orbita in maniera controllata alla fine della sua missione nello spazio. Durante il suo primo passaggio, dicono i diretti interessati, è stato correttamente "agganciato" dalla stazione di terra. Per promuovere la missione D-Orbit ha appena chiuso una campagna di raccolta fondi su Kickstarter. Il target era fissato a 25mila euro, i sottoscrittori (circa 150, da tutto il mondo) si sono impegnati per 12.328 euro (la metà). Luca Rossetini, fondatore e amministratore delegato di D-Orbit, ha subito spiegato al Sole24ore come «il valore limite che abbiamo attribuito alla campagna non rispecchia neanche lontanamente quanto abbiamo investito in questa missione, e cioè una cifra che arriva tranquillamente al milione di euro».

Da quando ha visto la luce, nel 2011, la startup milanese incubata nel parco scientifico ComoNEXt di Lomazzo, ne ha dunque fatta di strada. A febbraio 2016, D-Orbit salì alla ribalta per aver ricevuto un premio di due milioni di euro dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Horizon 2020-Sme Instrument, consolidando una base di risorse finanziarie inizialmente costituita con cinque milioni di euro sottoscritti dagli investitori. La scommessa (vinta) di D-Orbit? Costruire un dispositivo di smantellamento dei detriti spaziali che ruotano attorno alla terra, denominato D3 (D-Orbit Decommissioning Device), dal materiale espulso dai motori dei razzi ai frammenti dei satelliti in disuso. Ora D3 è in viaggio a bordo di D-Sat e gioca una partita dall'enorme valore potenziale perché gli apparecchi attualmente in orbita sono circa 4mila (di cui più di un quarto non funzionanti) e nei prossimi dieci anni si prevede possano aumentare oltre le 11mila unità.

Avete puntato su Kickstarter perché avete poca fiducia nei venture capital e negli investitori istituzionali?

Abbiamo utilizzato il crowdfunding in modo innovativo, come uno strumento avanzato di comunicazione, e abbiamo, in parallelo, cominciato un mese e mezzo fa una campagna di raccolta finanziamenti (ad assistere D-Orbit come advisor nelle attività di scouting degli investitori c'è la società di consulenza indipendente Accuracy, ndr) e stiamo riscontrando un notevole interesse nei nostri confronti, e non solo in Europa. Riteniamo di poter ragionevolmente chiudere un nuovo round di aumento di capitale entro la fine dell'anno che non solo ci permetterà di assumere nuove persone, soprattutto in Italia, ma anche di spingere sul mercato nuovi prodotti innovativi e intrinsecamente sostenibili.

Nel 2016 gli investimenti nelle startup del settore "space" sono scesi del 37% su scala globale: come interpreta questi numeri?

L'andamento degli investimenti da parte dei gestori di capitale di rischio dipende dalla loro capacità di attrarre finanziatori e quindi dal loro track-record. È sempre stato abbastanza altalenante e quindi non sono sorpreso di questa "caduta". D'altra parte, la diminuzione sensibile, rispetto ad altri periodi storici, potrebbe riflettere un diverso e nuovo approccio del mercato.

Quale?

L'equity crowdfunding, per esempio, sta prendendo sempre più piede e credo che in futuro possa rappresentare il vero competitor di business angels e piccoli fondi di venture capital.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

G.Rus.

RACCOLTA FONDI

ONLINE Sul mercato di crowdfunding il target era fissato a 25mila i sottoscrittori (circa 150, da tutto il mondo) si sono impegnati per 12.328 euro