

À LA UNE

ESPACE

# L'Europe spatiale face au défi du New Space



**Avec l'apparition de nouveaux entrants triomphants, tels le charismatique Elon Musk ou Jeff Bezos le fondateur du géant Amazon, la conquête spatiale est devenue une bataille de communication.** Mais opposer « new space » et « old space » dissimule une réalité : les acteurs historiques du secteur, restés à la pointe de l'innovation, dominent les marchés clés des satellites de communication et d'observation de la terre.

**C**onçue et exploitée par la société privée SpaceX d'Elon Musk, la fusée Falcon équipée d'une capsule Crew Dragon a stupéfié les spécialistes en emportant au mois d'avril 2021 quatre astronautes à destination de la station spatiale internationale (ISS). S'il est vrai que des centaines d'entreprises privées veulent investir l'espace, les acteurs institutionnels que sont les États et les agences spatiales restent à l'avant-garde. « Nous avons continué à remplir nos carnets de commandes, confirme Thierry

Prefol délégué syndical central d'Airbus Defence & Space. *Entre 2015 et maintenant, nous sommes passés de 3 200 salariés à 4 700 pour le spatial avec une croissance de l'activité de 50 % sur la même période* ».

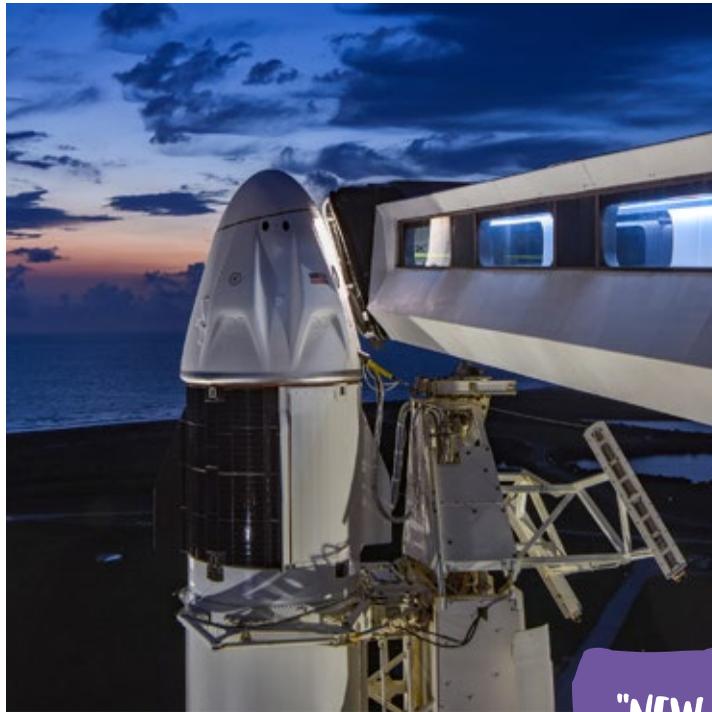
## LA NOUVELLE ÉCONOMIE DU SPATIAL

La révolution de la miniaturisation des satellites, l'offre de lanceurs et une demande en connectivité toujours plus importante ont fait de l'espace un marché très concurrentiel où s'affrontent

◀ **Partie de l'étage supérieur d'Ariane 6, pleinement opérationnelle après avoir subi des tests fonctionnels approfondis.**

**« L'émergence de nouveaux entrants sur le marché des activités spatiales s'explique par des stratégies agressives, une capacité à décider plus rapidement, une prise de risques accrue et une "tolérance à l'échec" »**

**Thierry Prefol,**  
Airbus Defence & Space, CFE-CGC



◀ **La capsule Crew Dragon, développée par la société SpaceX pour le compte de l'agence spatiale américaine. Ici lors de la mission Inspiration4, 4<sup>e</sup> vol habité pour Crew Dragon, le 16 septembre 2021.**

désormais sociétés privées et États. « *Le New Space, s'enthousiasme Mathias Mucherie chef économiste de BNP Paribas Cardif, c'est la baisse des coûts, de la barrière technologique et des barrières à l'entrée grâce à la réutilisation des fusées* ». Avec des projets plus rentables, la « privatisation » de l'espace serait en marche ? « *Il ne faut pas se laisser convaincre par des discours destinés avant tout à attirer les investisseurs, nuance Xavier Picault délégué syndical central de Thales Alenia Space. Les satellites lancés par ces opérateurs privés ont une capacité opérationnelle faible. Ils ne sont pas en mesure de développer de constellations aussi complexes que celles que nous proposons pour les telecoms aux besoins de plus en plus importants* ».

L'émergence de ces nouveaux entrants sur le marché des activités spatiales s'explique par des stratégies agressives, une capacité à décider plus rapidement, une prise de risques accrue et une « tolérance à l'échec ». La stratégie de « costkilling » et d'intégration verticale complète (sorte

d'anti-Ariane) menée par Elon Musk a ainsi permis à SpaceX de réduire les coûts des lancements de 30 à 40 %.

### **LE SPATIAL, UN ENJEU DE SOUVERAINETÉ NATIONALE**

À leurs débuts, les acteurs historiques se sont construits dans une confrontation États-Unis/Union Soviétique, les deux géants considérant ce domaine comme relevant de leur souveraineté nationale, assorti d'objectifs militaires et d'une volonté d'hégémonie scientifique. Aujourd'hui, les nations spatiales – dont l'Union européenne et la France font partie – restent dominées par les États-Unis et son agence fédérale en charge du programme spatial civil dotée d'un budget de 40 Md\$. Avec sa maîtrise technologique incomparable, la NASA reste hors catégorie.

L'agence spatiale européenne (ESA) concentre quant à elle ses budgets à l'observation de la Terre et à l'exploration. Elle développe ses propres programmes tel Copernicus. « *Thales Alenia Space, en joint-venture avec l'italien Leonardo, a été*

## **"NEW SPACE"**

New Space est une expression qui désigne un mouvement lié à l'émergence d'une industrie spatiale d'initiative privée au début du siècle.

Contrairement à ce qu'elle suggère, l'expression « New Space » ne désigne pas un renouveau mais une ouverture de l'espace à de nouveaux acteurs et une extension du champ d'application des technologies spatiales.

Elle se traduit dans les faits par la privatisation de l'accès à l'espace et l'arrivée dans l'économie spatiale d'acteurs de la Silicon Valley et des Gafa.



## À LA UNE

Le port spatial européen en Guyane française effectue les tests en vue du vol inaugural d'Ariane 6, le lanceur européen de nouvelle génération.



sélectionné pour ce programme d'observation de la terre, rappelle Xavier Picault. Notre gamme de produits est très large et couvre toutes les activités spatiales des constellations complexes au transport spatial. Cet atout fait de Thales Alenia Space un leader en Europe et dans le monde. » Ailleurs en Europe, la Pologne et la Roumanie développent des bureaux d'études et de fabrication, surtout pour un « effet d'image ».

La Russie garde encore des points d'excellence avec la station spatiale internationale (ISS), d'autant que la Nasa a arrêté les navettes « shuttle » en 2011.

La Chine affiche ses ambitions : s'installer durablement sur la Lune et ramener des échantillons de sa face cachée. Mais l'Empire du Milieu ne menace pas les positions des acteurs historiques même s'il souhaite ne plus dépendre de l'Europe ou du Japon.

### L'EUROPE NE RENONCE PAS À SES AMBITIONS

Le Vieux continent et ses acteurs « Old space » ont compris que leur position longtemps dominante exigeait de repenser l'intégralité de l'écosystème : le commercial est dorénavant aussi important

que la dimension scientifique. Terminées les recherches « désintéressées » pour « le bien de l'humanité et la passion de la découverte ». Les organismes officiels ont compris qu'il leur fallait nouer des partenariats avec des start-up et changer leur business model pour se positionner sur de nouveaux marchés tels que celui des petits satellites polyvalents.

Avec un budget de 13,2 Md€ consacrés à l'espace, l'Union européenne se dote d'un vrai projet spatial européen. Avec les projets Copernicus<sup>1</sup> et Galileo<sup>2</sup>, qui mobilisent Airbus Defence & Space et Thales<sup>3</sup>, le spatial participe au renforcement de la souveraineté technologique de l'Europe. Thierry Breton, commissaire européen en charge du marché intérieur, considère quant à lui le spatial comme « un puissant accélérateur de l'innovation en Europe et un moteur du nécessaire changement de mentalité ».

1/ Copernicus est un programme d'observation de la Terre par satellite de la Commission européenne et de l'Agence spatiale européenne (ESA).

2/ Le système de positionnement par satellite est l'un des programmes phares de l'Europe dans le secteur spatial.

3/ Commission européenne, janvier 2021

