

# AeroDefenseNews

## Pourquoi l'Europe a besoin d'une ambition spatiale

Publié le [février 10, 2016](#) par [aerodefensenews](#)

«*Newspace, old space*». L'industrie et les agences spatiales européennes n'ont pas terminé leur réflexion sur la manière de s'adapter aux changements causés depuis l'arrivée de SpaceX sur le marché. Certes, le lanceur américain a cassé les prix de lancements pour les clients commerciaux et provoqué une onde de choc dans la communauté spatiale mais, aujourd'hui, la priorité absolue d'Elon Musk, fondateur de SpaceX, reste les missions effectuées pour le compte de l'US Air Force et de la Nasa qui paient le prix fort. D'où la tentation de privilégier les clients institutionnels au détriment des clients privés comme SES qui attend depuis juillet 2015 le lancement de SES-9... Ce satellite à propulsion électrique ne sera opérationnel que 4 à 6 mois après son lancement, et d'ores et déjà sa contribution sur les résultats de SES en 2015 est nulle. Touché mais pas coulé. Tout n'est pas perdu pour l'Europe. Ariane 6 va diviser les prix de lancement par deux (par rapport à Ariane 5), Thales et Airbus maîtrisent la filière des satellites électriques mais il faut aller plus loin. François Auque, PDG d'Airbus Defence & Space France suggère de «*décloisonner le secteur spatial*» en créant un écosystème spatial favorable au développement des ETI et des PME orientées essentiellement vers l'innovation technologique afin de créer des champions dans le secteur. «*Des forces de transformation sont à l'oeuvre aux Etats-Unis et dans les pays émergents, cela peut-être un danger mortel pour les esprits conservateurs*», a prévenu Jean-Yves Le Gall, PDG du Cnes, lors du séminaire Perspectives Spatiales organisé par le Gifas. Elon Musk a enthousiasmé l'Amérique avec son projet d'aller sur Mars, l'Europe a besoin, elle aussi, d'une ambition spatiale forte qui fasse vibrer les Européens. Comme ce fut le cas avec la navette Hermes.

**Verbatim.** «*Il y a un marché de l'ordre de \$5 milliards par an qui n'est pas accessible à Arianespace* ». **Stephane Israël, PDG d'Arianespace**, évoquant la concurrence à laquelle est confronté Ariane 5 et la différence entre les marchés institutionnels (fermés comme c'est le cas aux Etats-Unis) et commerciaux (ouverts à la concurrence). 9/02/2016.