Starlink sta diventando un servizio mainstream (Report Opensignal)

Il rapporto sostiene che in passato l'internet satellitare nelle aree rurali era *"un compromesso forzato: un'ultima risorsa ad alta latenza e ad alto costo per coloro che non erano raggiunti da infrastrutture cablate come fibra, cavo o xDSL"*. Tuttavia, sostiene che ora, nel Regno Unito, è spesso più economico sottoscrivere un abbonamento **Starlink** rispetto ai piani più economici di **BT**.

Clienti raddoppiati a 9 milioni nel 2025

A quanto pare, Starlink ha raddoppiato la sua base clienti nel 2025, passando da 4,5 milioni a 9 milioni di abbonati, aggiungendo in media circa 20mila nuovi utenti al giorno a novembre e dicembre, e ha superato la soglia dei 10 milioni a febbraio 2026.

In Australia, una famiglia rurale su cinque che ha cambiato fornitore di internet lo scorso anno ha scelto Starlink, una situazione simile si è verificata anche nelle zone rurali del Canada, e anche nelle aree urbane si sta assistendo a un costante aumento dell'adozione.

I dati di Opensignal mostrano che la *"composizione vincente"* di Starlink negli Stati Uniti si è *"evoluta, passando dall'acquisizione di utenti prevalentemente di telecomunicazioni tradizionali e satellitari all'attrazione di clienti sempre più diversificati dai fornitori di servizi via cavo, in particolare tra coloro che non cambiano casa. Questo cambiamento suggerisce che Starlink viene sempre più spesso*

scelta come opzione di connessione primaria, piuttosto che come necessità contingente in caso di trasloco”.

Nei mercati emergenti come Brasile e Indonesia, Starlink sta acquisendo clienti colmando le lacune laddove i costi di implementazione delle reti terrestri sono proibitivi per i provider di servizi Internet tradizionali.

Perché Starlink sta riscuotendo un successo così clamoroso?

Il rapporto afferma*: “Questo slancio globale non è casuale; è il risultato di tre forze interconnesse che lavorano in sinergia: un notevole miglioramento della qualità del*

servizio, prezzi aggressivi nei mercati sviluppati e una strategia mirata a conquistare le aree ad alta domanda e scarsamente servite nei mercati emergenti, dove le opzioni terrestri non sono riuscite a espandersi".

Il rapporto ha analizzato sette mercati e ha osservato un "*aumento sostanziale*" dell'affidabilità, misurata dalla capacità di un'abitazione di completare attività ininterrotte come videoconferenze o giochi online. Questi punteggi sono migliorati di oltre il 30% in Canada e nel Regno Unito e del 25% negli Stati Uniti nella seconda metà del 2025. Il rapporto attribuisce questo miglioramento a una riduzione della perdita di pacchetti, *"probabilmente il risultato diretto di un massiccio rinnovamento hardware che Starlink ha confermato nei suoi rapporti".*

650 satelliti per il Direct to Cell

Il documento evidenzia inoltre l'impiego di oltre 650 satelliti Direct to Cell all'inizio del 2026, l'espansione del numero delle stazioni di terra e il perfezionamento del software di handover, che a quanto pare elimina virtualmente le *"micro-interruzioni".*

In merito alla politica dei prezzi, il rapporto osserva che Starlink adotta una *“strategia a due binari calcolata, progettata per ottimizzare la maturità del mercato e la disponibilità di capacità”.* Nei mercati saturi come il Nord America e l’Europa, la sua politica dei prezzi è aggressiva, offrendo opzioni a consumo a prezzi accessibili con limiti di velocità di 100 e 200 Mbps.

Nel frattempo, nei mercati emergenti, come Nigeria, Filippine e Indonesia, si afferma che la domanda è talmente elevata da esaurire frequentemente le risorse disponibili, motivo per cui Starlink mantiene una fascia di prezzo premium e *“supplementi di domanda”* per gestire la congestione della rete. *“Starlink ha pochi incentivi ad abbassare le barriere all’ingresso nelle regioni in cui opera già a pieno regime*“, afferma il rapporto.

In termini di prospettive future, il rapporto afferma che Starlink si appresta a entrare in mercati inesplorati come l'India e a finalizzare partnership con operatori come **Deutsche Telekom** per lanciare servizi satellitari-cellulari.

Tuttavia, il rapporto evidenzia anche una crescente concorrenza nel settore, in particolare da parte di **Amazon Leo**.

"Stiamo assistendo a una nuova 'corsa allo spazio', solo che questa volta il traguardo non è la Luna, ma il cliente sulla Terra", si legge nel rapporto. *"Questo cambiamento è guidato da Amazon Leo (precedentemente Project Kuiper), che sta sfruttando l'ecosistema logistico di Amazon e l'integrazione con AWS per colmare il divario. Mentre Starlink mantiene una posizione di leadership nel numero di satelliti, Amazon si sta*

concentrando strategicamente sui settori aziendale e governativo, utilizzando la sua consolidata relazione con milioni di famiglie Prime per ridurre drasticamente i costi di acquisizione clienti. Allo stesso modo, operatori storici come Viasat ed Eutelsat OneWeb si stanno orientando verso una strategia multi-orbita; il piano di Viasat di espandere la propria costellazione a 2.800 satelliti mira a combinare l'elevata capacità di trasmissione dati delle orbite geostazionarie (GEO) con i vantaggi di bassa latenza delle orbite LEO."

Dipendenza dai lanci

Il rapporto prosegue: *"Tuttavia, il dominio di Starlink è soggetto a significativi attriti strutturali, in particolare alla sua assoluta dipendenza dai lanci. Se da un lato questo crea un limite di capacità legato al programma interno di SpaceX, dall'altro evidenzia anche una vulnerabilità più ampia del settore: i fornitori concorrenti di servizi LEO come Amazon Leo o OneWeb dipendono ugualmente da SpaceX per un accesso orbitale a prezzi accessibili. In questo contesto, qualsiasi ritardo programmatico nelle missioni di Falcon 9 o Starship non solo bloccherebbe Starlink, ma paralizzerebbe di fatto i suoi concorrenti, che non dispongono di un'alternativa a prezzi comparabili e con cadenza elevata per i razzi per carichi pesanti".*

Il rapporto afferma inoltre che la competizione si è spostata *verso "l'intensità di capitale e il controllo normativo",* in quanto i rivali si avvalgono di organismi internazionali per contestare le assegnazioni orbitali di SpaceX, citando "*l'affollamento orbitale*" e l'inquinamento luminoso come motivi di intervento.

Con un numero sempre maggiore di satelliti attivi in □□orbita, aumenta anche la probabilità di "*eventi di congiunzione*" che richiedono manovre di evitamento dei detriti, le quali

consumano carburante e quindi riducono la durata operativa di un satellite, afferma il rapporto.

Salto di qualità del satellite

Il rapporto conclude: *“In definitiva, i fornitori di servizi satellitari non si limitano più a partecipare al mercato della banda larga; ne stanno riscrivendo le regole. Per questi innovatori, il cielo non è più un limite, ma un vantaggio competitivo. Monitorare l’evoluzione dell’adozione da parte degli abbonati nel tempo sarà fondamentale per gli ISP che desiderano comprendere questo cambiamento e rispondere efficacemente a un panorama competitivo in rapida evoluzione”.*

Quindi, tutto sommato, Starlink sta andando bene – cosa che in generale già sapevamo – grazie a una tecnologia migliorata e a una maggiore disponibilità. Il punto più generale sull’utilizzo sempre più diffuso dei satelliti, non solo dove la connettività sarebbe altrimenti impossibile, ma anche come alternativa più comune e a prezzi aggressivi ai sistemi terrestri, è interessante.

L’ostacolo per i consumatori è sempre stato la velocità e il costo, ma più la tecnologia migliora e più economica diventa, più questo ostacolo potrebbe assottigliarsi. Nel Regno Unito, almeno, non sembra che molte persone opterebbero per questa soluzione a meno che non ne avessero bisogno, ma in altre aree geografiche la situazione è diversa, e chissà dove ci porterà la tecnologia tra dieci anni.

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/starlink-sta-diventando-un-servizio-mainstream-report-opensignal/560949/