

# Diasorin accelera sul piano di crescita e punta sull'Australia

**D**a una parte i risultati del semestre più che soddisfacenti, dall'altra le peculiarità e le potenzialità di crescita del mercato australiano. L'unione di questi due fattori ha portato **Diasorin**, il gruppo con sede a Vercelli attivo nel business medico della **diagnostica**, ad accelerare rispetto ai progetti di crescita previsti in precedenza e ad aprire un canale di vendita diretta in Australia, Paese nel quale era già presente ma solo in forma indiretta. Si tratta di un passaggio in linea con la strategia del gruppo, che nel corso degli ultimi anni ha già effettuato la stessa scelta (dal Messico a Israele) ogni volta che il mercato in questione ha raggiunto dimensioni di fatturato intorno a 5 milioni. In realtà la partnership con il distributore locale già garantiva un giro d'affari di quelle dimensioni, ma le aspettative sul mercato australiano sono andate aumentando nel corso degli ultimi mesi e come detto sono legate alle peculiarità del paese. Da un lato, infatti, il mercato australiano è molto simile a quello americano, che si è dimostrato il più ricettivo nei confronti del test per rilevare la presenza di vitamina D (vero driver

della recente crescita di **Diasorin**). Non solo ma per motivi storici la penetrazione dei test sulla vitamina D è particolarmente bassa nella terra dei canguri. E così la società guidata dall'amministratore delegato Carlo Rosa e presieduta da Gustavo Denegri (che è anche il principale azionista attraverso la Ip spa e la Finde società semplice) ha deciso di premere sull'acceleratore e avviare la vendita diretta. **Diasorin** riconosce uno sconto del 40% ai distributori locali e per questo, già con il passaggio alla vendita diretta di test **diagnostici**, il fatturato australiano nel 2011 dovrebbe raddoppiare, ma un altro obiettivo sarà quello di agganciare ai test sulla vitamina D anche quelli legati all'infertilità, soprattutto quelli specialistici. Che il momento sia positivo lo testimoniano anche i numeri dell'ultima semestrale. Il gruppo quotato a Piazza Affari sul segmento Star dal 2007 ha chiuso i primi sei mesi con un fatturato cresciuto

del 26% a 100 milioni e con un utile netto salito del 23% a 23 milioni. Dati superiori alla parte alta della forchetta delle stime che hanno portato le banche d'affari, da Ubs a Mediobanca, da Berenberg a Fidentius a rivedere al rialzo stime, target price e in qualche caso rating. Spostando lo sguardo al 2011, le uniche incertezze per **Diasorin** sono forse legate alla comparsa sul mercato degli Stati Uniti di competitor di grosso calibro (Abbot in primis) che secondo alcuni analisti potrebbero pesare quantomeno psicologicamente sulla performance del titolo. Proprio per questo la maggior parte dei target price già sconta parzialmente questa possibilità. La grande crescita è attesa in Europa, dove si prevede che il mercato della vitamina D possa triplicare da qui al 2014. Per lo sbarco in Giappone bisognerà invece aspettare come minimo il 2012. (riproduzione riservata)

**Manuel Follis**

