

DIASORIN Il gruppo di **diagnostica** lancia in Europa la piattaforma Liaison XL L'ad Rosa: un mercato da 1 miliardo di cui avremo il 15% in 5 anni Il controverso studio sulla vitamina D? Un paradosso che pesa in borsa

Le vitamine non sono tutto

di Manuel Follis

Carlo Rosa ha bisogno di qualche minuto prima di ritrovare il sorriso. L'ultima settimana di **Diasorin** è stata particolare: il titolo della società di **diagnostica** in vitro ha perso il 10% in poche sedute a causa di uno studio pubblicato il 30 novembre dall'Institute of Medicine (IoM) sulle dosi giornaliere raccomandate di calcio e vitamina D (va comunque segnalato che la performance dell'ultimo anno resta positiva: +20%). «È una storia paradossale», commenta con **MF-Milano Finanza** Rosa, amministratore delegato di **Diasorin**. Il manager non riesce a spiegarsi come i commenti sullo studio, in una sorta di telefono senza fili mediatico, siano arrivati a sostenere tesi quasi contrarie a quelle del documento originale. L'occasione per alleggerirsi di un titolo che aveva corso tanto era troppo ghiotta e così sono arrivate le flessioni in borsa, che Rosa archivia come «speculazione».

«**Però**», prosegue l'ad, «questa storia ci ha insegnato qualcosa. Per esempio, che **Diasorin** è troppo esposta, nel bene e nel male, alle notizie sulla vitamina D, un business importante ma che oggi rappresenta solo il 30% del fatturato». Rosa

è reduce da una serie di incontri negli Usa con i fondi azionisti della società (lo scorso 29 novembre Oppenheimer Funds ha limato la quota dal 2 all'1,9%) e in effetti l'argomento del quale sono stati forniti maggiori dettagli non era legato alla vitamina D. Pochi giorni fa infatti la società ha finalmente lanciato sul mercato europeo la nuova piattaforma strumentale Liaison XL, che prevede nuovi prodotti nell'ambito dell'analisi su malattie infettive come epatiti virali e

Aids. «Si tratta di un mercato che vale circa 1 miliardo di euro», spiega Rosa, «sul quale finora **Diasorin** aveva giocato un ruolo marginale».

L'obiettivo, continua il numero uno del gruppo, «è arrivare a prendere una quota di mercato tra il 10 e il 15% nei prossimi cinque anni. Un risultato ragionevole, perché andremo a proporre i prodotti a una base di clienti già consolidata». La sostanza è che guardare **Diasorin** indossando esclusivamente occhiali «vitaminici» può trarre in

inganno. Certo, quello dei test sulla vitamina D resta un business profittevole per **Diasorin**.

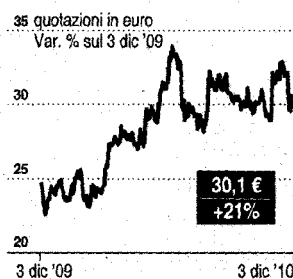
Negli Usa circa il 12% della popolazione effettua test **diagnostici**, una percentuale che scende all'1% in Italia o al 2% in Germania. Senza contare che la società di Vercelli è in pole position per lanciare i test in Giappone, Paese dal grande potenziale sul quale sono puntati i fari degli analisti. «È un mercato molto difficile e il percorso per ottenere l'approvazione del test e l'ok per i rimborsi è stato molto lungo. Confido che ultimeremo l'iter alla fine del 2011 e inizieremo a vendere i test nel 2012», spiega Rosa. L'unico timore degli esperti è legato alla possibile competizione su questo settore di business destinata ad aumentare. L'inglese Immuno Diagnostic, per esempio, lo scorso giugno ha ottenuto l'autorizzazione della Fda per un analizzatore automatico associato a un test sulla vitamina D. «È una piccola società che si posiziona in un mercato totalmente diverso dal nostro e cui auguro molta fortuna perché negli Usa partiranno da zero e i costi di struttura sono molto elevati». Vitamina D a parte, parlando di concorrenza **Diasorin** già compete con i big del settore su tutti gli altri prodotti e perciò i vertici della società non temono particolari cambiamenti degli attuali equilibri.

Senza contare che la crescita continuerà anche per linee esterne sfruttando principalmente la forte generazione di cassa (circa 70 milioni l'anno). L'obiettivo è cercare società che apportino quote di mercato o contenuto tecnico (per

esempio, sulla **diagnostica** molecolare, nuova frontiera su cui punta **Diasorin**). Più parla del futuro, più Rosa si rilassa, dimenticando le controverse interpretazioni dello studio della IoM. «Vede, il fatto è che in Italia non abbiamo una tradizione di società immuno-diagnostiche e il mercato di conseguenza non è preparato a valutarle correttamente. Quello che è paradossale», conclude il top manager, «è che lo studio era chiaramente a favore del monitoraggio dei livelli di vitamina D». (riproduzione riservata)

I GRANDI NUMERI DI DIASORIN

In milioni di euro	3° trim 2010	Var. sul 3° trim 2009
◆ Ricavi	108	+45,9%
◆ Ebitda	44	+51,7%
◆ Ebit	38	+52%
◆ Utile	24	+50%
◆ Indebitam.	16	+45,5



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

