

Diatech, l'azienda che conquista l'America con i test anti-cancro

Fondata nel 1996 a Jesi da Fabio Biondi, realizza kit per la diagnosi non invasiva dei tumori, grazie ai quali ha stretto partnership con le multinazionali americane. Ha un fatturato di 9 milioni, il 10% del quale reinvestito ogni anno in ricerca e sviluppo; e ha ottenuto 2 milioni dall'Unione europea per il programma Horizon 2020

di Concetta Desando

MADE
IN
ITALY



Non solo food, moda e design. C'è anche altro del made in Italy che il mondo ci invidia e che all'America fa gola: la ricerca e le soluzioni per sconfiggere il cancro. Lo sa bene **Diatech Pharmacogenetics**, azienda marchigiana che si occupa di **farmacogenetica e di biologia molecolare**. Un nome poco conosciuto in Italia, ma già affermato sul mercato americano.

All'inizio dell'anno l'azienda fondata nel 1996 a Jesi, sigla un accordo con **RainDance Technologies**, gruppo americano di Boston che realizza strumenti per la trasformazione dell'analisi genetica sulle malattie in metodologie

innovative. L'operazione prevede per Diatech la distribuzione in esclusiva, su tutto il mercato italiano, di **RainDrop**, innovativo sistema che consente di ottenere un duplice risultato: effettuare una diagnostica meno invasiva per i pazienti e facilitare il lavoro del ricercatore. I kit realizzati da Diatech, infatti, consentono la diagnosi farmacogenetica attraverso un semplice prelievo dal sangue anziché la biopsia, consentendo così una diagnostica meno invasiva di quella attuale e contribuendo a preservare la salute e a ridurre qualsiasi rischio per i pazienti.

Un prodotto che di recente ha attirato l'attenzione anche di **un'altra multinazionale americana, Agena, l'azienda di San Diego** con la quale Diatech ha siglato un nuovo accordo: Agena distribuirà in via esclusiva i kit diagnostici prodotti dall'azienda italiana sul sistema della multinazionale americana MassARRAY. Questo sistema, abbinato ai Myriapod, i kit di Diatech, permette, non solo di ridurre tempi e costi nella diagnosi, ma anche di migliorare il trattamento dei pazienti oncologici. Senza dimenticare il lato business: l'accordofruiterà all'azienda italiana un raddoppio del fatturato per la linea Myriapod che, si prevede, passerà dagli attuali 2,5 milioni di euro a 5 milioni di euro.

“Una bella partnership che ci ripaga di anni di lavoro” dice **Fabio Biondi**, presidente dell'azienda marchigiana che lui stesso ha contribuito a fondare a metà degli anni novanta, concentrandosi fin da subito sul mercato



Fabio Biondi, presidente di Diatech

antitumorale. “Due anni prima lo scienziato americano Kary Mullis era stato autore di una scoperta destinata a rivoluzionare il mondo della ricerca scientifica: l'amplificazione in vitro di frammenti del Dna” racconta **Biondi, 63 anni, una laurea in farmacia, consulente per diverse aziende sanitarie e dal 2008 Vice Presidente dell'Associazione Marche Biotech, associazione delle aziende che operano nel settore delle biotecnologie nel territorio marchigiano**. “Sulle basi della scoperta di Mullis – continua il presidente - Diatech Pharmacogenetics decide di fare un'importante scommessa: inventare e produrre, su larghissima scala, test in grado di rivelare se un determinato farmaco chemioterapico è compatibile o meno con il genoma del singolo paziente”. I competitor in questo settore sono colossi quali **Siemens e Roche**.



I risultati non tardano ad arrivare. Nel 2006 Diatech acquista da un'azienda svedese il Pyrosequencing, una macchina che sfrutta la bioluminescenza delle lucciole per sequenziare il Dna, trasformandola da strumento dedicato esclusivamente alla ricerca in un valido strumento diagnostico. Nel 2009 l'azienda chiude un accordo con la multinazionale tedesca Qiagen e costituisce **Explera**, la seconda realtà nel mercato italiano della diagnostica molecolare, successivamente assorbita al 100% dalla società tedesca. Nel 2014, dalla collaborazione con Physiomics, azienda inglese

specializzata nello sviluppo di simulatori di tumore, nasce il progetto ***In silico cancer patient*** che consente di personalizzare al massimo la terapia antitumorale per ogni singolo paziente, selezionando il farmaco più idoneo per ogni persona, e ridurre notevolmente i tempi della terapia, a favore della vita umana.

Fino ad arrivare ai giorni nostri, alla conquista del mercato americano e a un finanziamento di circa **2 milioni di euro** che l'azienda ha ottenuto dall'Unione Europea con il progetto di ricerca **LEONID (Lung cancer fusion genes: a new diagnostic device)** nell'ambito di **Horizon 2020**, il programma dedicato alla ricerca e all'innovazione. Obiettivo del test molecolare sviluppato da Diatech è sviluppare un innovativo test diagnostico che consente l'analisi di alcuni marcatori tumorali decisivi nella scelta della terapia del cancro al polmone. Questo test, certificato dalla Comunità Europea, permetterà infatti di ottenere molte più informazioni velocizzando i tempi della diagnosi e riducendone notevolmente i costi.

“Vede il nostro è un mondo silenzioso, che non fa rumore come il tech e il digitale. È un mondo che ha certamente dei problemi: i parchi tecnologici sono pochi, e spesso i dottorati di ricerca sono solo dei 'parcheggi' dai quali esce gente che non è abituata a stare in laboratorio. Ma quando i risultati arrivano resta pur sempre un settore del made in Italy che all'estero fa gola. E molta” dice il presidente dell'azienda che **ha chiuso il 2014 con un fatturato consolidato di 9 milioni di euro, in crescita del 30% rispetto all'anno precedente**. Oggi Diatech impiega una trentina persone, di cui un terzo è dedicato **all'attività di ricerca e sviluppo, voce sulla quale reinveste ogni anno il 10% del fatturato. Il 66% dei dipendenti è costituito da donne; l'età media è di 30-35 anni**. “Siamo quasi tutti laureati – ci tiene a specificare il presidente – perché forse l'abito non farà il monaco ma di certo aiuta”. E tra i segreti del successo **l'investimento continuo in ricerca, innovazione e formazione**: “Mi piace mandare i miei dipendenti a studiare all'estero anche a spese mie” dice Biondi. “Mi piace aiutare le mie dipendenti nel periodo di maternità e offrire a tutti un luogo piacevole nel quale lavorare. E se di tutto questo i giornali non parlano, pazienza! A me interessano i risultati”.

17 Novembre 2015