

I test anti-cancro made in Italy ora sbarcano negli Usa

—di Natascia Ronchetti | 29 ottobre 2015

Un accordo per sviluppare su scala mondiale un sistema che consente di verificare le mutazioni del Dna e migliorare il trattamento dei pazienti oncologici. Per Diatech Pharmacogenetics, il gruppo di Jesi leader in Italia nel settore della farmacogenetica, si apre una nuova stagione di sviluppo grazie alla partnership con la multinazionale statunitense Agena, quartiere generale a San Diego, che con MassArray ha messo a punto una macchina che riduce costi e tempi per testare le mutazioni genetiche più critiche e dare risposte terapeutiche più appropriate e tempestive contro i tumori.

L'azienda marchigiana ha realizzato i kit diagnostici per il sistema prodotto e lanciato dal gruppo californiano, tra i principali player di mercato nella produzione di sistemi strumentali basati sulla spettrometria di massa. In particolare Agena avrà l'esclusiva della distribuzione dei kit prodotti da Diatech Pharmacogenetics a livello internazionale. "L'interesse da parte di Agena – dice Fabio Biondi, presidente dell'azienda di Jesi – è la conferma che i nostri kit hanno un vantaggio competitivo sia economico sia tecnologico rispetto ad altri sistemi presenti sul mercato".

Con l'accordo, Diatech centra l'obiettivo di raddoppiare il fatturato generato dalla linea Myriapod (linea di prodotti brevettati nel 2012 per stabilire la migliore terapia contro il cancro al colon e al polmone), portandolo a cinque milioni di euro. La nuova collaborazione commerciale nasce da una precedente intesa per la distribuzione in Italia da parte di Diatech della macchina prodotta dal big statunitense. "Abbiamo deciso di replicare il successo ottenuto in Italia e di estenderlo anche ad altri mercati", dice Peter Dansky, ceo della multinazionale. L'azienda marchigiana, fondata nel 1966, è in costante crescita. Con oltre 30 dipendenti, dei quali circa un terzo impiegati nelle attività di ricerca e sviluppo, l'anno scorso ha raggiunto un fatturato di 9 milioni di euro, con un aumento del 30% rispetto all'anno precedente. Tra i suoi clienti, in Italia, ci sono i principali centri ospedalieri.