



9 février 2016

Résultats annuels 2015 : Transcript de l'interview avec Olivier Brandicourt, Directeur Général

EuroBusinessMedia (EBM): Pourriez-vous résumer les faits marquants du 4^e trimestre et de l'exercice 2015 ?

Dans l'ensemble, nos résultats sont en ligne avec les perspectives que nous avons annoncées. Genzyme et nos activités Vaccins et Santé Animale ont porté notre croissance en 2015.

Les ventes de Genzyme progressent de près de 30 %. Depuis onze trimestres consécutifs, Genzyme réalise une croissance supérieure à 20 %.

Les ventes de vaccins progressent de 7,3 % à plus de 4,7 milliards d'euros, grâce aux vaccins antigrippaux, aux vaccins de rappel, et aux marchés émergents.

Les ventes réalisées dans les marchés émergents ont dopé nos résultats en 2015 : malgré le ralentissement économique, malgré la volatilité dans certains pays, les ventes dans notre principale zone géographique, l'Asie, progressent de 13,2 %. La croissance à deux chiffres réalisée en Chine, où nous gagnons des parts de marché, y contribue fortement. En 2015, la Chine figure au troisième rang des ventes de Sanofi par pays, à 2,2 milliards d'euros (+19,5 %).

Comme prévu, les ventes de l'activité Diabète reculent de 6,8 %, soit près d'un demi-milliard d'euros, comme annoncé en octobre dernier.

Le BNPA des activités s'établit à 5,64 euros par action, en hausse de 8,5 % à taux de change 2015, mais stable à taux de change constants, ce qui est conforme à nos perspectives pour l'exercice.

Pour 2016, nous prévoyons un BNPA des activités stable par rapport à 2015, à taux de change constants. C'est le reflet des investissements consentis dans nos efforts de R&D et de frais commerciaux et généraux en vue de financer nos nouveaux produits et l'extension de notre portefeuille. Cette prévision est conforme aux objectifs précédemment annoncés.

L'an dernier, en novembre, vous nous avez annoncé une nouvelle feuille de route stratégique pour 2020. Où en êtes-vous ?

Depuis dix mois, nous nous préparons activement à préparer les bases de nos succès futurs.

En décembre, nous avons franchi une étape importante vers notre objectif stratégique de refonte de notre portefeuille, avec l'annonce des négociations exclusives entamées avec Boehringer Ingelheim en vue d'un échange d'actifs. Cette transaction ferait de nous un leader du marché mondial de la Santé Grand Public, marché en croissance et pourtant très fragmenté.



Nous avons lancé trois nouveaux produits majeurs (Toujeo®, Praluent® et Dengvaxia®) dont la mise à disposition à l'échelle mondiale est en bonne voie.

Toujours en 2015, nous avons soumis trois nouveaux produits pour examen aux États-Unis ; ils devraient constituer notre prochaine vague de lancements, en 2016.

Nous avons également renforcé notre portefeuille et conclu plusieurs nouvelles alliances en R&D dans les domaines du diabète et de l'oncologie.

Enfin, notre nouvelle structure articulée autour de cinq entités mondiales est en place depuis le 1er janvier. Elle simplifiera l'organisation de l'entreprise et facilitera l'exécution de nos priorités stratégiques. Elle se traduira également par des économies que nous comptons réinvestir dans la croissance de nos entités.

Vous avez fait de Sanofi Genzyme votre entité mondiale Médecine de spécialités depuis le 1^{er} janvier 2016. Quelles sont ses perspectives ?

Dans notre nouvelle structure d'entités mondiales, Sanofi Genzyme regroupe désormais quatre axes thérapeutiques majeurs : la sclérose en plaques, les maladies rares, l'oncologie et l'immunologie.

Genzyme vient de connaître une année 2015 particulièrement réussie, avec un chiffre d'affaires de 3,7 milliards d'euros (+20 %).

Le principal moteur de cette croissance est l'activité Sclérose en plaques, en forte croissance depuis quelques années. Son chiffre d'affaires a plus que doublé et dépasse désormais 1 milliard d'euros.

- Aubagio®, le nouveau produit phare de Genzyme, progresse de 78 %, devenant le médicament à prise orale le plus vendu aux États-Unis contre la sclérose en plaques.
- Notre deuxième produit contre la sclérose en plaques, Lemtrada®, contribue de plus en plus à l'excellente performance de cette activité, avec un chiffre d'affaires de 243 millions d'euros en 2015. Les ventes ont triplé en Europe de l'Ouest, démontrant la progression continue des lancements de ce produit dans cette région.

Quant à l'activité Maladies rares, les ventes de l'exercice s'établissent à 2,6 milliards d'euros (+11,4 %).

Nous avons encore réalisé des progrès dans notre portefeuille Maladies rares, et je suis ravi d'annoncer que nous prévoyons de lancer en cours d'année des études majeures pour trois de nos principaux projets, à savoir olipudase, NeoGAA et fitusiran.

Enfin, en Immunologie, sarilumab et dupilumab sont deux nouveaux produits appelés à devenir la pierre angulaire de cette nouvelle activité.

Dans l'ensemble, nous sommes confiants dans les perspectives de croissance de Sanofi Genzyme. Je tiens d'ailleurs à répéter la prévision formulée en novembre dernier pour cette activité, à savoir une croissance annuelle moyenne de nos ventes à deux chiffres, d'ici 2020.



Sanofi veut devenir le leader mondial de la Santé Grand Public. Pourquoi considérez-vous l'échange d'actifs que vous préparez avec Boehringer Ingelheim comme une étape importante dans ce sens ?

La transaction envisagée avec Boehringer Ingelheim devrait propulser Sanofi au premier rang du marché de la Santé Grand Public, avec un chiffre d'affaires pro forma estimé de 5,1 milliards d'euros en 2015.

De plus, cette transaction nous apporterait des positions dominantes dans plusieurs grandes catégories du marché de la Santé Grand Public. Compte tenu de la valorisation estimée supérieure de Merial, Boehringer Ingelheim nous verserait également un montant brut de 4,7 milliards d'euros. Nous prévoyons de conclure cette transaction au 4e trimestre 2016.

Comme je l'ai dit à d'autres occasions, la dilution est une question à laquelle nous sommes très attentifs. Nous avons donc l'intention de consacrer une partie des revenus nets de la transaction au rachat d'actions. Nous avons d'ailleurs déjà acquis un volume d'actions significatif depuis cette annonce.

Dans l'ensemble, cette transaction devrait avoir un effet neutre sur le BNPA des activités en 2017, puis un effet relutif dans les années suivantes.

Vous avez récemment lancé Toujeo®, Praluent® et maintenant Dengvaxia®. Comment ces lancements se déroulent-ils ?

Ces trois lancements prioritaires sont en bonne voie.

Pour Toujeo®, les premières réactions des principaux marchés sont encourageantes.

- Aux États-Unis, Toujeo® a rapidement pénétré le marché commercial et le marché Medicare ; comparé aux produits antidiabétiques analogues, l'accueil est favorable.
- Toujeo® est désormais lancé dans 20 pays. En Allemagne la solide tendance des prescriptions montre la voie pour le lancement dans d'autres pays de l'UE.

Pour Praluent®, le lancement se poursuit comme prévu. Nous avons d'abord voulu assurer la notoriété du produit, obtenir l'accès au marché US, et convaincre les prescripteurs.

- Praluent® figure désormais sur les formulaires couvrant plus de 170 millions de patients aux États-Unis ; il y figure à titre exclusif pour 72 millions de patients.

Bien entendu, les résultats de l'étude ODYSSEY consacrée aux événements cardiovasculaires joueront un rôle important pour l'avenir de Praluent®. Le recrutement de cette étude est désormais terminé ; nous attendons une analyse intermédiaire d'efficacité dès le 2e semestre 2016, et les résultats définitifs au 2e semestre 2017.

Enfin, Dengvaxia® a récemment été approuvé au Mexique, aux Philippines, au Brésil et au Salvador. C'est une étape historique pour notre société – mais aussi pour la moitié de la population mondiale, qui court le risque de contracter la dengue. Le processus d'examen réglementaire pour Dengvaxia® est encore en cours dans 16 autres pays endémiques.

Vous êtes un des leaders mondiaux dans le secteur du diabète. Pourtant, soumis aux pressions sur les prix aux États-Unis, vos ventes ont baissé en 2015. Comment comptez-vous faire face à cette difficulté ?

Dans le secteur du diabète, la bonne nouvelle, c'est qu'il n'y a rien de neuf. Nos résultats sont tout à fait en ligne avec nos perspectives révisées annoncées en octobre dernier.



Comme nous l'avions indiqué, le chiffre d'affaires de Lantus® aux États-Unis souffre de l'augmentation des rabais pratiqués par rapport à la même période de 2014, mais aussi de la part croissante des ventes qui passe par les canaux publics aux États-Unis.

Pour Toujeo®, je suis ravi de l'excellent accueil réservé à ce médicament, qui a généré près de 100 millions d'euros de ventes au 4^e trimestre, soit plus du double du chiffre d'affaires du 3^e trimestre. En dehors des États-Unis, Toujeo® progresse, maintenant qu'il est lancé dans plus de 20 pays, dont l'Allemagne, le Royaume-Uni, le Japon et le Canada.

S'agissant de l'avenir de cette franchise, nous attendons, aux États-Unis, la décision de la FDA relative au dossier du Lixilan, soumis en décembre selon la procédure de revue prioritaire. En Europe, le dossier d'approbation du Lixilan devrait être déposé au cours du trimestre.

Nous disposons également de plusieurs nouveaux projets que nous espérons lancer dans les prochaines années.

Nous avons conclu avec Lexicon un accord de développement sous licence de la sotagliflozine, inhibiteur de SGLT2 et SGTL1 administré par voie orale. Elle fait actuellement l'objet d'essais de phase 3 pour le diabète de type 1 et de phase 2 pour le diabète de type 2.

Nous sommes également ravis d'avoir pu conclure avec Hanmi un accord pour le développement d'un portefeuille d'antidiabétiques à longue durée d'action, et notamment d'un GLP-1 à longue durée d'action, d'une insuline à administration hebdomadaire, et d'une association à dose fixe insuline/GLP-1 à administration hebdomadaire.

Enfin, nous avons récemment nommé un nouveau responsable à la tête de l'entité mondiale Diabète. Il nous apporte une vaste expérience du secteur, doublée de compétences spécifiques au secteur du diabète et des affections métaboliques et cardiovasculaires.

Comment évolue votre portefeuille, et en particulier le segment des produits en phase avancée de développement ?

Plusieurs étapes importantes se profilent en 2016.

Nous attendons des décisions des autorités pour trois de nos nouveaux produits :

- lixisenatide et LixiLan, pour le traitement du diabète, au 3^e trimestre
- sarilumab, pour le traitement de l'arthrite rhumatoïde, au 4^e trimestre : ce sera notre premier produit dans l'immunologie
- dupilumab a le potentiel d'une thérapie transformatrice, susceptible de devenir le premier traitement de sa classe dans la dermatite atopique.

La FDA lui a accordé l'appellation de « découverte capitale » et d'autres opportunités se présentent pour des maladies respiratoires, en particulier pour l'asthme.

Nous attendons avec impatience, pour le 2^e trimestre, les résultats de phase 3 pour la dermatite atopique, qui compte parmi les grands besoins médicaux non satisfaits.



Sanofi a une longue tradition d'augmentation de son dividende. Quelles sont les perspectives pour les actionnaires cette année, compte tenu de vos bons résultats financiers en 2015 ? Prévoyez-vous des rachats d'actions compte tenu de la morosité sur les marchés financiers ?

Nous proposons à la fois un très bon rendement et un excellent taux de distribution de dividende. Je tiens à renouveler notre engagement en faveur du rendement pour l'actionnaire, avec une croissance progressive du dividende. Aujourd'hui, nous proposons à nos actionnaires un dividende de 2,93 euros par action au titre de l'exercice 2015. Ce serait notre 22e année consécutive d'augmentation du dividende.

Compte tenu de la morosité générale sur les marchés financiers, nous avons décidé d'intensifier nos rachats d'actions. À ce jour, ceux-ci s'élèvent à presque 1,3 milliards d'euros.

Olivier Brandicourt, Directeur Général de Sanofi, merci beaucoup.

Merci à vous.