



29 juillet 2016

## Résultats T2 2016: Transcription de l'interview avec Olivier Brandicourt, Directeur Général

**EuroBusiness Media (EBM) : Sanofi, un leader mondial et diversifié de la santé, publie aujourd'hui ses résultats du deuxième trimestre 2016. Olivier Brandicourt, bonjour.**

Olivier Brandicourt : Bonjour.

**EuroBusiness Media (EBM) : Vous êtes le Directeur Général de Sanofi. Quels sont les éléments marquants du deuxième trimestre ?**

Olivier Brandicourt : Le 2e trimestre est conforme à nos attentes ; il reflète certains éléments défavorables, à savoir le Venezuela et Plavix® au Japon. Le chiffre d'affaires atteint 8,9 milliards d'euros, en léger recul par rapport à l'an dernier, mais en hausse de 2 % hors Venezuela. Le BNPA des activités recule d'environ 2 % à 1,31 euro. Notez que ce trimestre est le dernier où apparaît l'effet négatif dû à la situation des changes au Venezuela ; quant à la perte d'exclusivité de Plavix®, son effet diminuera dès le second semestre.

Sanofi Genzyme est l'activité qui croît le plus vite, avec un chiffre d'affaires en hausse de 20 %, soutenu par les franchises Sclérose en plaques et Maladies rares. Par ailleurs, nous avons bien progressé avec le lancement de Toujeo® et de Praluent®. En particulier, Praluent® gagne des parts de marché aux États-Unis et vient d'être approuvé au Japon. Toujeo® progresse bien malgré un marché compétitif ; il représente aujourd'hui 6 % en volume du marché de l'insuline basale aux États-Unis.

Je poursuis également la mise en œuvre de notre feuille de route stratégique 2020. Nous avons fait de grands progrès dans le cadre de la réorganisation de notre portefeuille. L'accord d'échange d'actifs avec Boehringer Ingelheim concernant la Santé grand public a été signé en juin ; il devrait être finalisé avant la fin de l'année. Nous avons également fait progresser notre portefeuille de molécules innovantes. Adlyxin™, notre agoniste des récepteurs du GLP-1, a été approuvé par la FDA cette semaine. En mai, LixiLan a reçu un vote favorable du comité consultatif de la FDA ; nous attendons une approbation au mois d'août.

**EBM : Quelle a été la performance de votre franchise Diabète au T2 ?**

Olivier Brandicourt : Notre franchise mondiale Diabète n'a reculé que de 3 % ce trimestre, grâce à la baisse plus modérée aux États-Unis et à la forte performance de Toujeo®. En Europe, les ventes de l'activité Diabète sont stables, et nous continuons de bien progresser dans les Marchés émergents. Dans l'ensemble, notre performance dans le Diabète est conforme à nos prévisions d'une baisse à un taux moyen annualisé compris entre 4% et 8% à TCC sur la période 2015-2018.

**EBM : Vous avez mentionné la progression du lancement de votre anticholestérol Praluent® partout dans le monde. Prévoyez-vous toujours une évolution progressive des lancements ?**

Olivier Brandicourt : Oui, nous restons persuadés que la classe des PCSK9 répond à un important



besoin médical et présente un extraordinaire potentiel commercial à l'échelle mondiale. Je suis particulièrement rassuré par l'évolution des prescriptions aux États-Unis, où Praluent® représente la moitié du marché des PCSK9. Nous avons bien amélioré l'accès au marché. Aux États-Unis, les critères d'utilisation se sont quelque peu assouplis, même si les restrictions imposées par les assureurs continueront de limiter l'essor du produit cette année.

Hors États-Unis, nous avons obtenu le remboursement dans plusieurs pays européens et l'autorisation de mise sur le marché au Japon en juillet. Notre engagement à l'égard de Praluent® reste fort. Nous sommes convaincus que les résultats favorables de l'étude ODYSSEY OUTCOMES faciliteront nos négociations avec les organismes assureurs et, in fine, l'adoption de la classe des PCSK9.

**EBM : Pouvez-vous nous en dire plus sur l'évolution des ventes de vaccins ? Dengvaxia® semble connaître un démarrage plus lent que prévu. Que pensez-vous des retards dans les pays endémiques et que pouvez-vous faire pour remédier à cette situation ?**

Olivier Brandicourt : Les ventes de Sanofi Pasteur ont augmenté de près de 6 %, grâce au segment PPH (Polio, Coqueluche, HiB). Cette belle progression a été réalisée malgré les difficultés attendues de production de Pentacel® aux États-Unis et le lent démarrage de Dengvaxia®.

Pour Dengvaxia®, nous maintenons des contacts étroits avec les autorités sanitaires des différents pays endémiques pour mettre cet important vaccin à la disposition des populations. Au Brésil, l'État du Parana a annoncé le premier programme public de vaccination du continent américain. Au Costa Rica, Dengvaxia® a été approuvé en juin ; c'est le 5e pays à l'autoriser.

Malgré ces éléments encourageants, le lancement de Dengvaxia® est retardé par les récents changements politiques et par la volatilité économique en Amérique latine. Jusqu'ici, les pays endémiques n'ont confirmé que quelques programmes public d'immunisation et en Asie, la plupart des demandes d'autorisation sont en suspens. Il est donc probable que nous ne réalisons pas nos prévisions initiales de ventes pour Dengvaxia® en 2016.

**EBM : Quels progrès avez-vous réalisés par rapport à l'objectif stratégique de réorganisation de votre portefeuille depuis la signature de l'accord d'échanges d'actifs avec Boehringer Ingelheim ? Qu'en est-il de la performance de votre activité Santé grand public sur le trimestre ?**

Olivier Brandicourt : Nous prévoyons que la transaction avec Boehringer Ingelheim fera de nous un leader mondial de l'important et croissant marché de la Santé Grand Public. Une fois finalisée, cette transaction nous permettra d'optimiser nos activités Santé Grand Public grâce à l'extraordinaire complémentarité des deux portefeuilles de produits dans les grandes catégories de ce segment. Les marques phares de BI renforceront également notre présence en Santé Grand Public dans d'importantes zones géographiques.

Nous attendons également de cette transaction certains avantages financiers. D'après les publications de nos pairs au niveau mondial, nous estimons que l'activité Santé Grand Public de Sanofi se situe parmi les meilleurs de l'industrie, avec une marge opérationnelle des activités de 30 %. L'activité Santé Grand Public de BI est moins profitable que celle de Sanofi, mais nous prévoyons qu'à terme, l'entité combinée pourrait atteindre une marge semblable d'environ 30 %.

Quant à la performance de l'activité Santé Grand Public elle a été mitigée au 2e trimestre. D'un côté, elle a progressé d'environ 5 % sur les marchés développés, grâce à l'excellente performance du segment toux et rhume en Europe et au succès de la campagne publicitaire pour Doliprane® en France. De l'autre, les ventes sur les marchés émergents ont reculé de 13 % à cause du Venezuela



et des difficultés économiques en Russie. Dans l'ensemble, l'activité augmente de 3 % si l'on élimine l'impact du Venezuela et quelques petites cessions.

**EBM : Que pouvez-vous nous dire de votre portefeuille de produits et des approbations à venir ?**

Olivier Brandicourt : Une fois de plus, nous élargissons notre portefeuille dans le Diabète. Adlyxin™, notre agoniste des récepteurs du GLP-1, a été approuvé aux États-Unis cette semaine. En mai, LixiLan a bénéficié d'un vote favorable du comité consultatif de la FDA ; nous espérons une approbation au mois d'août.

Notre portefeuille en immunologie a également bien progressé. Le dossier européen d'autorisation de sarilumab a été déposé au début de ce mois, et la FDA a accepté notre dossier de demande d'autorisation de mise sur le marché dans l'arthrite rhumatoïde et devrait se prononcer sur l'approbation fin octobre. Nous prévoyons de déposer une demande d'autorisation de dupilumab pour la dermatite atopique au T3. Les résultats favorables de notre étude de Phase III CHRONOS montrent une efficacité durable sur 52 semaines, avec des améliorations significatives.

**EBM : Enfin, quelles sont vos prévisions et perspectives pour le reste de l'exercice ?**

Olivier Brandicourt : Compte tenu des résultats du premier semestre, nous confirmons nos perspectives pour 2016, à savoir un BNPA des activités globalement stable par rapport à 2015. Nous poursuivons nos efforts pour réaliser les priorités stratégiques de notre feuille de route 2020. Nous travaillons à réorganiser nos activités, à lancer de nouveaux produits et à étoffer notre portefeuille de produits innovants pour notre croissance future.

**EBM : Olivier Brandicourt, Directeur Général de Sanofi, merci beaucoup.**

Olivier Brandicourt : Merci à vous.