lundi 24 FÉVRIER 2020 N°1441

prescription SANTÉ

L'ACTU QUOTIDIENNE DU MÉDICAMENT ET DE SES ACTEURS

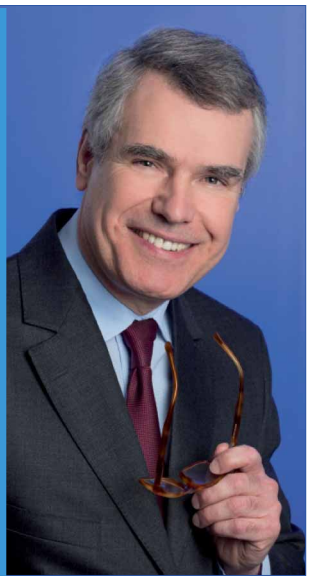
PAUL HUDSON «DUPIXENT MON AMOUR !»

AGNÈS BUZYN EN CAMPAGNE À PARIS ... MAIS SURTOUT RIVE DROITE !

BIOMARIN EN MANQUE DE CFO

LE BELVIQ D'ESAI : UN PEU MOINS DE KILOS MAIS PLUS DE CANCERS !

SERVIER UN CA, DES CANDIDATS ET DES ENVIES D'ACHAT ... COMME LES AUTRES



FILIALE FRANCE : DES MOUVEMENTS CHEZ ASTRAZENECA

GILEAD DESCOVY EN GRAND FORMAT POUR LE PETIT ÉCRAN

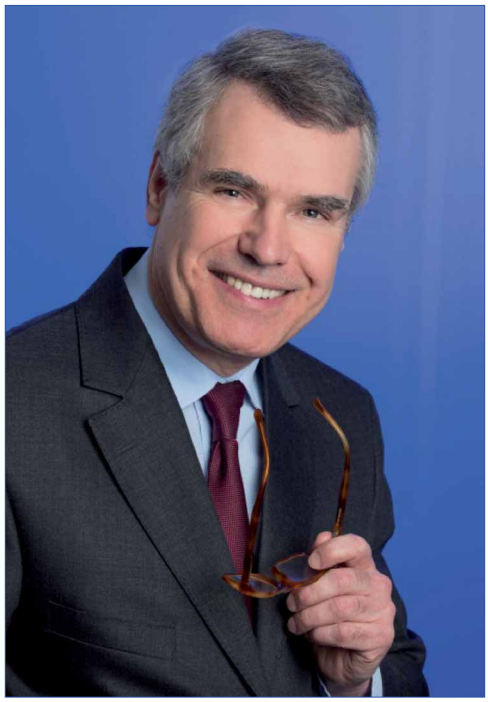
LABORATOIRES - CHIFFRES & RÉSULTATS

SERVIER : Un C.A., des candidats et une envie d'achat ... comme les autres

Ce n'était peut-être pas une vraie « première », … mais les « précédentes » avaient été pour le moins discrètes. Alors que cette fois, en milieu de semaine dernière, c'est une vraie conférence de presse « Résultats & Perspectives » qu'a tenu le groupe français Servier, chiffres et espoirs sur la table, … comme les autres serait-on tenté d'écrire. Certes, le vent du « changement » souffle déjà depuis plusieurs années dans les couloirs du laboratoire, et ce sous l'impulsion d'un Olivier Laureau qui assume, (ce qui là aussi est une nouveauté) son ambition de faire de la Maison Servier un laboratoire comme les autres. A tel point que l'observateur moyen (donc nous) ne peut s'empêcher de se dire que lorsque la page du Procès du Mediator sera effectivement tournée, (le réquisitoire du parquet est attendu fin avril), on pourra écrire et parler du groupe comme on le fait de tous ses concurrents. Alors, seront oubliés les titres tels que celui choisi par Le Figaro vendredi : « Dix ans après l'affaire du Mediator, Servier poursuit sa mue » et évoquer les chiffres et les résultats annuels de l'entreprise sans devoir une fois encore, comme pour s'excuser, les replacer dans le contexte de « l'Affaire ». Et d'ores et déjà, les prises de parole des dirigeants de la Maison se calquent, au moment de dresser un bilan annuel, sur les modèles de la concurrence, … même si Olivier Laureau a dû, semble t-il, préciser (comme si l'on devait s'en assurer une fois de plus), «les patients ont droit à la vérité».

23% DU CA EN R&D DONT PLUS D'UN TIERS DANS L'ONCOLOGIE

Mais si nous osions être ici un tantinet méchant avec nos confrères (ce qui n'est jamais le cas, vous le savez bien …) nous préciserions que les dits patients ont surtout droit à des médicaments innovants et performants autant qu'à des génériques de qualité. Ce qui est, après tout, le sel même d'un laboratoire pharmaceutique. Et sur ce point



EN PLUS

DOUZE MOIS ET QUELQUES AUTRES CHIFFRES

Sur la période concernée, le chiffre d'affaires princeps a atteint 3,232 milliards d'euros, affichant une progression de 11,8 %, principalement grâce à un effet volume positif (en augmentation de 4,4 %), qui a notamment compensé certaines pertes de brevets et baisses de prix.

Globalement (copies comprises), le chiffre d'affaires du Groupe réalisé au cours de l'exercice s'élève à 4,615 milliards d'euros, en progression de 10,5 %, ce qui « dépasse les objectifs » initiaux du laboratoire.

L'objectif affiché est de réaliser un CA de 5 milliards d'euros sur l'exercice 2021.

La construction du futur Institut de Recherche Servier Paris-Saclay, qui intègrera en son sein un incubateur de start-up, aura nécessité, in fine, un investissement de 350 millions d'euros.

Le groupe affiche un effectif global de 22.000 salariés dont 5.000 en. France.

En 2018/19, les ventes de médicaments biosimilaires ont augmenté de 42 %, et représentent en France 11,8 % du chiffre d'affaires de Biogaran.

OLIVIER LAUREAU, (AU DESSUS À DROITE) LE PATRON DE LA MAISON **SERVIER** A DÉVOILÉ LET COMMENTÉ LES CHIFFRES DE L'EXERCICE 2018-2019. UN EXERCICE AU COURS DUQUEL LE BUSINESS **BIOGARAN** A PESÉ 30% DU CA GLOBAL DU GROUPE. QUANT AU FUTUR INSTITUT DE RECHERCHE, (CI DESSUS À DROITE) DE **SACLAY**, IL AURA MOBILISÉ UN INVESTISSEMENT DE 350 MILLIONS D'EUROS

les chiffres proposés (et qui couvrent l'activité du groupe de septembre 2018 à septembre 2019 … encore une petite originalité ?) laissent penser que la Maison tient ses promesses ! Ainsi, les investissements de R&D représentent-ils 23% du CA, un record dans le secteur que le groupe explique par l'absence d'actionnaires et des dividendes qui vont généralement avec. Pilotées par l'ex-Ipsen, Claude Bertrand, depuis trois ans, les Blouses Blanches du groupe, qui affichent un catalogue de 30 candidats médicaments, sont notamment tournées vers l'oncologie (qui concentre désormais plus d'un tiers des investissements et 12 candidats médicaments) et la cardiologie, et que le nombre de partenariats conclus avec des acteurs académiques ou privés, biotechs notamment, impressionne. Près d'une cinquantaine sont en en cours, et tous font à chaque signature inaugurale, l'objet de communiqués de presse, ce qui est aussi une des innovations de ces dernières années.

SERVIER PHARMACEUTICALS : TROISIÈME FILIALE DU GROUPE !

Comme les autres donc, et comme les autres, Servier mise sur l'international pour garantir l'avenir. 78% du CA est réalisé en dehors des frontières de l'hexagone même si, et la Maison tient à la précision, la quasi-totalité (98%) des principes actifs utilisés est synthétisée en France et que 32% des médicaments vendus par le groupe sont produits dans l'hexagone. Vécue alors comme un tournant dans l'histoire du laboratoire, l'ouverture d'une filiale aux USA qui s'était appuyée sur l'acquisition de la branche oncologie de Shire est aujourd'hui une réalité depuis un an. Et Servier Pharmaceuticals, le petit nom de cette entité, s'affiche déjà comme la troisième filiale du groupe, derrière la Chine et la Russie. Quant au business de la copie, génériques ou biosimilaires, qui se revendique depuis plusieurs années et ouvertement (ce qui ne fut pas toujours le cas) comme une des activités phares du groupe, elle pèse aujourd'hui 30% du CA global (soit 1,4 milliard d'euros) : avec 511 millions de boîtes produites, elle affiche sur la période concernée, une progression de près de 4% (3,8%) en volume. Enfin, dernier indicateur de sa « normalisation », Servier, comme ses petits camarades, se verrait bien réaliser cette année au moins une belle emplette, peut-être en oncologie, et peut-être même outre-Atlantique.

AMÉLIORER L'EBITDA POUR RASSURER LES PRÊTEURS ET PASSER ALORS À LA PHASE «EMPLETTES»

Mais pour y parvenir en tout sérénité, le Groupe devra faire un effort quant à sa « performance économique », son EBITDA, en d'autres termes, son bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement, étant nettement inférieur à ceux des standards du secteur : 11% pour le laboratoire français contre généralement 19 à 20% pour les concurrents de taille comparable. Or ce chiffre-là est un des indicateurs principaux scrutés par les préteurs sans lesquels la capacité de financement pour une acquisition « sérieuse » serait trop restreinte. Reste à savoir comment Olivier Laureau compte améliorer sa feuille de notes alors que la Maison a déjà largement taillé dans ses effectifs commerciaux notamment.

NOUS CONTACTER :
lalettrepharma@yahoo.fr
PAR TÉLÉPHONE : 06.82.50.04.34

POLITIQUES, … DE SANTÉ OU NON

AGNÈS BUZYN DANS LA CAMPAGNE PARISIENNE … MAIS PLUTÔT RIVE DROITE !

Il paraît qu'elle était tout à la fois la moins « politique » du gouvernement, mais aussi la plus emblématique de l'hémisphère gauche de la Macronie. Mais il aura suffi d'un changement de statut pour qu'Agnès Buzyn vienne démentir l'une et l'autre de ses affirmations ! Après la départ de Benjamin Griveaux, accéléré notamment par les comptes Twitter, Facebook et autres du futurologue droitier Laurent Alexandre (voir nos prochaines éditions) , c'est donc la Ministre de la Santé qui monte en première ligne sur la Capitale. On ne saura probablement jamais si elle voulait vraiment y aller et que le Président a validé ou si, à l'inverse, elle traînait des pieds et que le Président a exigé … Les deux options sont avancées selon la source sollicitée.

UN PROGRAMME COPIÉ COLLÉ SUR CELUI DE RACHIDA DATI

Mais s'il est une certitude, c'est bien que ce nouveau job a changé l'attitude et les « convictions » de l'ex Présidente de l'Inca. Politique à souhait, (sauf lorsqu'elle éclate en larmes lors de la passation de pouvoirs, comme si elle s'autorisait un dernier moment de vérité qui lui sera d'ailleurs reproché) Agnès Buzyn a fait son apprentissage express de stratèges municipale. Au point donc, de passer du rôle de pôle de gauche gouvernemental à la promotion d'un programme qui semble être le copié – collé de celui de sa concurrente Rachida Dati. Propreté et Sécurité ! L'ambition est un peu restreinte pour la Capitale, non ? On dirait la candidature d'un responsable de CHSCT au sein d'une entreprise de Travaux Publics ! Et encore … pour un représentant de syndicat patronal ou d'encadrement puisque Agnès Buzyn prévoit de privatiser le ramassage des ordures et d'armer la police municipale. Pôle de Gauche, disiez-vous ? Visiblement, l'ambition d'Agnès Buzyn, sa stratégie, est d'aller rechercher les électeurs LREM séduits par Rachida Dati que de séduire les écolos et les Villanistes.

S'IMPOSER COMME LA MEILLEURE OPTION ANTI-HIDALGO

La stratégie se dessine : arriver en seconde position pour s'imposer comme la meilleure candidate anti-Hidalgo. Et tendre ensuite la main à ceux qui voudront avec elle en finir avec l'actuelle première édile. Et pourquoi pas certains conseillers LR comme dans le 15ème et le 6ème arrondissement. Dans les premiers jours de cette nouvelle campagne, il semble que l'arrivée de l'ex-Ministre ait boosté les intentions de votes. Mais tous les observateurs le savent, ce souffle-là est rarement durable et les sondages, quelque soient les hypothèses du second tour, laissent Agnès Buzyn loin derrière Anne Hidalgo. Ne serait-il pas dommage, Madame Buzyn, de perdre in fine et les élections et un peu de son âme et ses convictions à force d'aller pêcher sur la rive droite ?

VIVACTIS
CONSULTING GROUP

A UNIQUE RANGE OF HEALTH SPECIALISTS

Contact : Dr Pascal Letertre + 33 1 46 67 84 11, p.letertre@vivactis-group.com

COMMUNICATION : LABOS & CAMPAGNES

DESCOVY en grand format pour petits écrans

Par les découvreurs du Truvada, une nouvelle option ! » Tel est en quelque sorte le claim de cette campagne TV (ambitieuse puisque le spot, chose assez rare est d'une durée de 90 secondes) lancée par le laboratoire Gilead pour la promotion de son petit nouveau, le Descovy successeur attendu du Truvada. Successeur attendu, espéré mais, précise dans un entretien avec nos confrères de Fierce, Chris Freeman, le patron des ventes US de la BU VIH, « le switch des personnes traitées par Truvada au bénéfice du Descovy n'est pas l'objectif déclaré de cette campagne ». La logique pouvait faire croire le contraire puisque le Truvada est en passe de devoir faire face à la concurrence des génériques aux Etats-Unis aussi, et ce avant la fin du mois de septembre prochain. Aux yeux du labo, l'objectif est avant tout de présenter cette « nouvelle option », le lien étant aujourd'hui très fort entre la prévention contre le VIH et le seul Truvada et ce même si le Descovy est sur le marché depuis 2016, pour les patients déjà atteints par le virus.

UN CASTING POUR ÉLARGIR LA CIBLE DES PERSONNES TRAITÉES

Mais on cherche aussi, et de toute évidence à élargir la cible comme le démontrent les sept acteurs retenus et présents dans le spot TV. Et le slogan de cette offensive publicitaire : « Step up for Prep up ». « Nous voulons nous éloigner des stéréotypes, démontrer qu'il n'y a pas seulement une ou deux populations concernées par ce geste de prévention ». Reste que l'enjeu est de taille pour Gilead si le laboratoire veut demeurer dans les clous des prévisions publiées par les analystes en octobre dernier, lorsque la FDA validait la prescription du Descovy dans la prévention du VIH. La société Refinitiv estimait alors que, compte tenu de l'arrivée massive de génériques, les ventes US du Truvada, qui s'affichaient à 2,6 milliards de dollars en 2018 ne devraient pas dépasser les 430 millions en 2024.

UN DESCOVY ESPÉRÉ À PRÈS DE 3 MILLIARDS DE DOLLARS EN 2024

Dans le même temps, le Descovy, à 1,2 milliards de dollars en 2018 pourrait flirter avec les 3 milliards pour ce même exercice 2024.

Reste qu'il faudra encore convaincre la communauté des prescripteurs, au moins autant que celle de patients. En effet, plusieurs voix se sont fait entendre chez les spécialistes Américains de la prévention qui s'interrogent ouvertement sur l'intérêt de préférer le Descovy aux prochains génériques du Truvada. Selon eux les atouts du premier, mis en lumière par les essais cliniques (à savoir des effets secondaires clairement moindres sur le foie et les os) ne seraient pas suffisamment importants pour justifier de ne pas prescrire les copies du second. A noter que, outre-Atlantique, les prix listés des deux produits, sont strictement identiques à savoir 1.758 dollars par mois. Mais le laboratoire insiste aussi souvent que possible sur les nombreux plans mis en place pour une délivrance à moindre coût, et parfois même gratuite, grâce notamment à un vaste plan de dons au bénéfice du CDC Américain.

SEPT PERSONNAGES DIFFÉRENTS POUR UNE SPOT DE 90 SECONDES. AMBITIEUX !

EN PLUS

APRÈS **YESCARTA,** BIENTÔT UN DEUXIÈME **CAR-T** POUR GILEAD

C'est l'équipe de Kite Pharma, filiale dédiée au sein de Gilead qui l'an annoncé le 11 février : le groupe pourrait prochainement et si tout va bien commercialiser un second CAR-T après le Yescarta. Kite aurait en effet décroché un statut de dossier prioritaire pour son KTE-X19, indiqué dans le traitement du Lymphome dit « à cellules du manteau » qui représente moins de 5% des cas de lymphomes. La commercialisation de ce second CAR-T pourrait inter venir dès la fin l'été prochain, la FDA devant rendre sa décision le 10 Août. Un dossier a également été déposé auprès des experts de l'Agence européenne du Médicament

LABORATOIRES : PEOPLE & MOUVEMENTS

CAROLE MANDUCHER prend la main sur tout ce qui «Communique» chez ASTRAZENECA

Depuis janvier 2019, elle pilotait déjà la Com du Britannique en France, elle en est désormais la « Head of Corporate Affairs » ! Impressionnante montée en puissance au sein du laboratoire pour Carole Manducher qui a donc désormais la responsabilité des quatre services (on dit « pôles d'expertise, quand on est jeune) que sont la Communication, les Affaires Publiques, les Relations Patients et la RSE Dans son communiqué le laboratoire précise que « au cours des douze derniers mois, elle a considérablement contribué à développer la notoriété et l'image d'AstraZeneca en France. Elle a été initiatrice et contributeur clé de projets stratégiques à fort impact tant en interne qu'en externe ». On l'imagine en effet puisque à peine plus d'un an après avoir débuté son parcours professionnel dans la pharma (même si elle n'était pas étrangère au secteur), voilà cette jeune femme, titulaire d'un « MSc in Management » de l'EM Lyon et diplômée de Sciences Po Lyon qui décroche l'un des plus importants postes de Dir-Com du médicament dans l'hexagone au sens le plus large de la fonction.

DOUZE ANNNÉES CHEZ HAVAS SUR DES BUDGETS PHARMA, ... MAIS PAS QUE

Et fait dans le même temps son entrée au sein du Comité de Direction d'AstraZeneca en France, rapportant directement au nouveau patron local du groupe Britannique, Olivier Nataf. Avant d'intégrer sa nouvelle Maison, Carole Manducher avait il est vrai fait ses preuves plus de douze ans au sein du groupe Havas, à Paris, agence au sein de laquelle elle était Partner et Manager du pôle Consulting. « Pendant son parcours, elle a acquis une expérience riche dans l'industrie pharmaceutique en apportant sa vision, son leadership et son support à de nombreuses entreprises comme Abbvie, Ipsen et Sanofi mais aussi à des entreprises d'autres secteurs comme la grande distribution, l'automobile et le luxe », précise le communiqué de presse transmis par le groupe.

UNE NOUVEAUTÉ POUR LA MAISON BRITANNIQUE

Elle y a visiblement peaufiné son expertise tant en communication interne qu'externe, bouclant son aventure Havas à la tête d'une équipe de 25 personnes. Une carte de visite qui a donc convaincu AstraZeneca, l'un des rares labos dans la catégorie poids-lourds qui, en France tout du moins, et depuis quelques années, ne disposait pas d'une Direction concentrant l'ensemble des fonctions relatives à la Com au sens le plus large de son acceptation. C'est désormais chose faite !

APRÈS DES ÉTUDES LYONNAISES, **CAROLE MANDUCHER** A FAIT L'ESSENTIEL DE SON PARCOURS AU SEIN DE L'AGENCE **HAVAS.** DÉSORMAIS HEAD OF CORPORATE AFFAIRS CHEZ **ASTRAZENECA,** ELLE Y DIRIGE UNE ÉQUIPE D'UN PEU MOINS DE 10 PERSONNES.

EN PLUS

LUI AUSSI AU CODIR D'ASTRA , HEINER HAUG, ÉCONOMISTE SURDIPLÔMÉ

Directeur des Affaires économiques de la filiale France depuis 2016, économiste et ancien Professeur affilié à l'ESCP, Heiner Haug, titulaire d'un Doctorat en Sciences économiques de l'Université Paris 1 et diplômé de l'ESCP Europe, de la City University de Londres et de l'Université de Bamberg en Allemagne, (Bon, c'est tout oui ?!!!), Heiner Haug donc, intègre lui aussi le comité de Direction en devenant le Directeur de l'Accès à l'Innovation et Stratégies territoriales d'AstraZeneca en France. Selon le texte du communiqué transmis par le laboratoire, ce brillant jeune homme, visiblement de ceux qui collent des complexes aux VIU dont je fus (VIU pour Visiteurs Intermittents de l'Université), a « acquis une expertise pointue dans les problématiques économiques de l'innovation pharmaceutique grâce à ses expériences professionnelles au Ministère de l'Economie et des Finances ou encore au sein d'entreprises comme Pfizer ou Bayer HealthCare ».

PRESCRIPTION SANTÉ N'EST PAS UN JOURNAL GRATUIT !
LA DIFFUSION DE NOS ÉDITIONS À L'EXTÉRIEUREDE VOTRE ENTREPRISE EST STRICTEMENT INTERDITE.
NOUS POUVONS SI NÉCESSAIRE SUSPENDRE L'INTÉGRALITÉ DE L'ABONNEMENT SI UN TEL ENVOI EST AVÉRÉ

DU CŒUR À L'OUVRAGE, DU CŒUR À L'ÉCRIT*

SANS CESSE VALORISER LES LIENS MÉDECINS - PATIENTS - AIDANTS

Phili@

MEDICAL EDITIONS

* En 2018, 350 éditions publiées,
19 184 pages écrites.

EDIMARK PRESSE EDITION MÉDIA

id PRESSE EDITION MEDIA

prpa ET L'INFORMATION CIRCULE

EUROPA GROUP

Phili@ est une filiale de Europa Group
44, rue de Prony - 75017 Paris - Tél. : 01 46 67 63 00 - Contact : jhild@philiamedical.com

Crédit photo : GettyImages - by:agency

LABORATOIRES : LANCEMENTS & PRÉVISIONS

PAUL HUDSON DUPIXENT MON AMOUR !

C'est le chouchou de la maison, le surdoué du portefeuille Sanofi, le protégé de Paul Hudson. Dès qu'il en a l'occasion, le nouveau CEO du laboratoire Français brandit le nom de ce médicament star pour démontrer la justesse et l'ambition de sa stratégie. Oui, affirmait-il ainsi le 6 février dernier, en présentant les résultats annuels de la Maison, le Dupixent s'affichera à un CA annuel de 10 milliards d'euros ! Aux yeux de quelques sceptiques, cette proclamation un tantinet futuriste relève d'abord de la méthode Coué. Et ceux-là s'appuient sur les chiffres déjà publiés : en 2019, le médicament a enregistré un revenu d'à peine plus de 2 milliards d'euros (2,07 milliards) avec certes une progression de trimestre en trimestre, mais limitée à ce jour à un gain de 100 millions d'euros tous les trois mois.

UNE PROGRESSION ANNUELLE ENCORE LIMITÉE MAIS 89 LANCEMENTS PRÉVUS POUR LA SEULE ANNÉE 2020

Or à ce rythme, il faudrait une bonne vingtaine d'années pour espérer voir le chouchou de Monsieur Paul franchir le seuil annoncé des 10 milliards. « Oui, … mais non ! » semble répondre le CEO qui soulignait, toujours début février, que le groupe misait sur pas moins de 89 lancements pour la seule année 2020. Des lancements qui sont soit des nouvelles indications sur des marchés ou le Dupixent est déjà présent, soit des commercialisations dans des pays où le médicament est toujours en « salle d'attente ». Autant de raisons de croire en une accélération rapide de la progression des ventes. Jusqu'alors, les investisseurs semblaient plutôt sur la réserve et si la plupart d'entre eux voulaient bien croire en une montée en puissance du produit, ils demeuraient assez dubitatifs quant aux imprécations de Paul Hudson. Mais la note publiée mi février par l'une sociétés d'analyse les plus sérieuses dans l'univers de la pharma pourrait bien crédibiliser les espoirs de la Maison Sanofi, … et plus encore ! En effet et selon ce document signé par les experts de SVBLeerink et notamment les très influent Geoffrey Porges, les ventes du Dupixent, pour lequel une nouvelle campagne DTC d'importance pourrait être prochainement lancée, devraient atteindre dès 2020 les 3,5 milliards d'euros et même grimper jusqu'au 9,1 milliards en 2026.

ATTENTION À LA CONCURRENCE !

Un chiffre supérieur de près de 15% au consensus des analystes jusque-là publié. Et ce malgré l'existence dans les pipe line de la concurrence, de près d'une vingtaine de molécules potentiellement concurrentes. L'hypothèse retenue par SVBLeerink est que le médicament devrait rapidement décrocher ces nouvelles indications déjà évoquées par Paul Hudson et qu'en plus de l'eczéma et l'asthme, pour lesquels le Dupixent est déjà validé dans plusieurs pays, une demie douzaine d'autres pathologies devrait s'ajouter à la liste. Mais non content de venir appuyer les prévisions du Boss, Geoffrey Porges va plus loin et affirme également que ce qui apparaît depuis quelques années comme le tendon d'Achille du groupe français, à savoir le business de Diabéto, ce tendon donc pourrait ne pas être aussi fragile dans les années à venir. Plombées depuis 2015 par la concurrence et notamment celle d'Eli Lilly et de son Basaglar, les ventes du Lantus, l'ex star de la Maison, pourraient certes continuer de souffrir. Mais à l'inverse, le successeur du Lantus, le Toujeo, pourrait, au contraire retrouver des couleurs. Limitées à moins de 900 millions d'euros en 2019, ces ventes devraient atteindre toujours selon SVBLeerink, 1,2 milliard d'euros en 2023. Selon le cabinet d'analyse, en effet, le marché de la diabéto notamment aux Etats-Unis, devrait se « calmer » et la guerre des prix qui a produit bien des ravages, s'apaiser, permettant au « nouveau Lantus » de retrouver des couleurs.

LE NOUVEAU CEO DE **SANOFI, PAUL HUDSON**, SEMBLE DÉCIDÉ À PRENDRE LES PARIS : LE **DUPIXENT**, NOUVELLE STAR DE LA MAISON ATTEINDRA LES 10 MILLIARDS PAR AN. UNE PERFORMANCE QUI SERA À COUP SÛR AIDÉE PAR UNE NOUVELLE CAMPAGNE DTC (CI-DESSOUS)

EN PLUS

MONSIEUR PAUL : UN PORTRAIT DE CHALLENGE

Grâce à la sagacité d'une de nos meilleurs lecteurs (merci Alain !), ne manquez pas ce portrait de Paul Hudson publié depuis quelques heures par l'hebdomadaire Challenges. Il vous suffira de visionner une petite pub pour accéder au papier même si vous n'êtes pas abonné. Trois pages de « vrai portrait », où sont louées les qualités de communicant et de manager du boss de Sanofi, décrit comme un créateur d'enthousiasme, par ailleurs lui-même convaincu que sa nouvelle Maison est bien plus belle et intelligente qu'il n'y paraît. Un discours qui a convaincu les investisseurs : l'action Sanofi a progressé de 20% depuis son arrivée. LIRE CET ARTICLE

LABORATOIRES : REVERS & DÉCEPTION

Le BELVIQ d'EISAI : Moins de Kilos ... mais plus de Cancers !

A l'origine, cette étude dont les premiers résultats furent publiés fin 2018, était plutôt à classer dans la catégorie des très bonnes nouvelles pour le laboratoire japonais. Son médicament indiqué dans la perte de poids, le Belviq, venait en effet de faire l'objet d'une analyse portant sur plus de 12.000 personnes obèses. Et le groupe Eisai était donc rassuré : contrairement à ce que certains spécialistes craignaient, la prise du produit n'était pas à l'origine d'une augmentation du risque cardio-vasculaire chez les personnes traitées.

ON EST LOIN DU BLOCKBUSTER

Certes, le Belviq n'est pas à proprement parler un futur blockbuster, même une fois connus les résultats de l'étude. Selon les comptes publiés par le groupe nippon, le CA du Belviq, dans la période allant du 1er Avril au 31 Décembre 2019, s'affiche à 41 millions de dollars dont les 2/3 réalisés sur le marché US, et ce malgré une campagne de pub TV intense (voir ci dessus). On pouvait donc espérer redonner un coup de pouce à ces ventes en rassurant le public sur ce produit, validé par l'Agence Américaine en 2012 puis cédé par son laboratoire d'origine, Arena Pharmaceuticals, à Eisai, en janvier 2017 …

UN RETRAIT COMPLET DEMANDÉ PAR L'AGENCE AMÉRICAINE

Mais au lieu de cela, c'est à un retrait pur et simple du médicament que l'on vient d'assister. En effet, la FDA, qui a suivi l'évolution des données sur les personnes traitées a mis à jour une augmentation du nombre de cancers, et notamment des cancers du poumons, du pancréas et des cancers colorectaux. C'est à la demande de l'Agence US que le japonais a procédé au retrait complet du produit. De quoi nourrir l'impression que cette famille de médicaments est comme une malédiction pour les labos qui ont tenté leur chance. Aux côtés du Belviq, deux autres produits avaient obtenus aux aussi, et avec quelques semaines de décalage le feu vert de la FDA pour le marché US. Mais le groupe Orexigen qui commercialisait le Contrave avait été contraint, en 2018, d'en appeler au fameux « Chapter 11 » pour se déclarer en faillite. Quant au laboratoire Vivus, qui propose le troisième médicament de la famille, le Qysmia, l'échec commercial est tel que l'action de l'entreprise s'échange aujourd'hui à 2,6 dollars contre 285 dollars au moment de la mise sur le marché du produit à la mi-2012.

SEULS LES **BELVIQ D'EISAI** ET **CONTRAVE DE OREXIGEN** ONT TENTÉ LA PROMOTION TV.
SANS GRAND SUCCÈS VISIBLEMENT (VOIR LES SPOTS CI DESSOUS)

LABORATOIRES : PEOPLE & MOUVEMENTS

MAUVAIS TIMING : BIOMARIN PERD SON CFO

Au moment où l'on s'apprête à lancer sur le marché ce qui devrait être le nouveau « médicament le plus cher du Monde », il est conseillé, j'imagine, d'avoir un chef comptable top niveau. D'où la recherche d'importance dans laquelle vient de s'engager le laboratoire Californien Biomarin dont on vient d'apprendre en effet qu'il devrait sou se passer de son actuel Chief Financial Officer, en poste depuis 2012, Dan Spiegelman. Conscient de l'enjeu, le sortant s'est d'ailleurs engagé à demeurer dans la Maison jusqu'en septembre afin d'assurer au mieux la transition. Histoire de gérer le tiroir-caisse et les coffre forts pendant que le dirigeants recherchent la perle rare, Brian Mueller, dans la Maison depuis 17 ans, et jusqu'alors Chief Accounting office assurera l'intérim. On se souvient que Biomarin est en passe de lancer sur le marché son Valrox, indiqué dans le traitement de l'hémophilie de type A et dont le prix, selon les propos tenus récemment par le CEO du labo, Jean-Jaques Bienaimé, devrait se situer entre 2 et 3 millions de dollars par patient. Un chiffre qui ne manquera pas, on s'en doute, de relancer (mais s'est-il apaisé un instant) le débat sur les prix des nouveaux traitements. Reste que selon les premiers propos tenus par le Boss de Biomarin, le laboratoire pourrait, et ce serait un choix judicieux,

25/02/2020 AFCROs

LES MATINÉES DE L'AFCROs

PARIS II - ESCAPE LAB - 8H30

CONFLITS ET LIENS D'INTÉRÊT ENTRE ASSOCIATIONS DE PATIENTS ET INDUSTRIELS

En 2016, l'AFCROs formait un groupe de travail intitulé « Les patients au cœur de la recherche clinique » avec pour objectif de favoriser l'implication des patients et de leurs associations dans les programmes de recherche clinique. Ce groupe de travail est constitué actuellement de 24 membres dont des représentants d'associations de patients, des industriels du médicament et du dispositif médical, et des membres de l'AFCROs.
Le thème des conflits et liens d'intérêt entre associations de patients et industriels est récurrent dans les discussions des différents acteurs de la « patient centricity » et il nous semble très intéressant d'en débattre. Après un rappel de la définition de ces termes, il sera intéressant d'échanger sur les notions de lien, conflit d'intérêt, indépendance…

INTERVENANTS :
GÉRARD RAYMOND : Président - France Assos Santé
DR THOMAS BOREL : Directeur Recherche, Innovation, Santé Publique & Engagement Sociétal - Leem
CHRISTIAN SAOUT : membre du Collège de la HAS
Me DAVID SIMHON : ex- président du CPP Île de France

ORGANISATION & INSCRIPTION : CLIQUEZ ICI

26/02/2020 BIOMÉRIEUX

CONFÉRENCE DE PRESSE

PARIS VIII - 37 RUE DE SURENE - 11H30

RESULTATS ANNUELS DE BIOMERIEUX

INTERVENANTS :
ALEXANDRE MERIEUX : Président Directeur Général
GUILLAUME BOUHOURS : Directeur Administratif et Financier

RELATIONS PRESSE : AGENCE IMAGE 7

27/02/2020 BIOCODEX

CONFÉRENCE DE PRESSE

PARIS II - OPENMIND KFE PARIS CLÉRY - 9H20

PRESENTATION DE SLENYTO

Biocodex, laboratoire pharmaceutique français et indépendant, organise une conférence de Presse la présentation de Slenyto une innovation dans le traitement de l'insomnie chez les enfants présentant des troubles du spectre de l'autisme.

INTERVENANTS :
PROFESSEUR CARMEN SCHRODER : pédopsychiatre - Hôpitaux Universitaires de Strasbourg
PROFESSEUR RICHARD DELORME pédopsychiatre Hôpital Robert Debré Paris
DOCTEUR MAXIME PROST, directeur médical Biocodex
EMILIE PERTUISET, directrice des opérations France Biocodex.

RELATIONS PRESSE : OMNICOM PR GROUP

28/02/2020 RÉSEAU COMMUNICATION SANTÉ

DÉJEUNER RENCONTRE

PARIS XVI - MAISON DES ARTS ET MÉTIERS - 12H30

RENCONTRE AVEC GÉRARD RAYMOND, PRÉSIDENT DE FRANCE ASSOS SANTÉ, ASSOCIATION

Le vendredi 28 février 2020, RCS reçoit Gérard Raymond, Nouveau Président de France Assos Santé, association qui est l'organisation de référence pour représenter les patients et les usagers du système de santé et défendre leurs intérêts notamment auprès des autorités de santé.Il nous exposera les missions de France Assos Santé dans le développement de la démocratie en santé et prendra l'exemple d'une démarche associative et proactive qui a développé sa pleine valeur grâce aux patients.

INSCRIPTIONS : CLIQUEZ ICI

04/03/2020 NESTLÉ HEALTH SCIENCE

CONFÉRENCE DE PRESSE
PARIS IX - 46, RUE DE PROVENCE - 9H30

LA SANTE DANS L'ASSIETTE POUR BIEN VIEILLIR

A l'horizon 2030, le nombre de personnes âgées en France aura augmenté de 2 millions, et ces derniers voudront une meilleure qualité de vie. Ce sont les désirs des seniors de demain mais ce sont aussi les désirs des seniors d'aujourd'hui !
Quelle alimentation pour bien vieillir ? Quels sont les besoins nutritionnels des seniors ? Comment les accompagner dans le bien vieillir ?
Nestlé Health Science ouvre une nouvelle voie pour répondre à ces problématiques et satisfaire les besoins nutritionnels des personnes âgées.

INTERVENANTS :
INGO JURK : Président Directeur Général de Nestlé Health Science
SERGE GUERIN : Sociologue et docteur en sciences de la communication
VIRGINIE VAN WYMELBEKE : Docteur en Science nutrition et chercheuse à l'INRA

RELATIONS PRESSE : AGENCE VIA NOVA

04/03/2020 GLAUKOS

CONFÉRENCE DE PRESSE
PARIS XIII - OFF SEINE - 10H00

ACTUALITE DU GLAUCOME ET NOUVELLE SOLUTION DE TRAITEMENT PAR MICRO CHIRURGIE TRABECULAIRE.

Thématiques abordées autour du glaucome ·Le parcours de soin et la prise en charge des patients, l'importance de l'accompagnement, les traitements disponibles et les nouveautés, la gestion de l'échec et le rôle clé des spécialistes, l'impact de santé publique.

INTERVENANTS :
PR PHILIPPE DENIS : Chef de Service d'ophtalmologie Hôpital de la Croix-Rousse à Lyon et Président SFG (Société Française du Glaucome)
JOSEE GAILLARD : Représentante AFG (Association France Glaucome).
LAURENCE DE SAINT DENIS : Vice-présidente UNADEV (Union des Aveugles et des Déficients Visuels)
GAETAN GICQUEL : Directeur Général Glaukos France

RELATIONS PRESSE : AGENCE HILL KNOWLTON STRATÉGIES

05/03/2020 IPSEN

CONFÉRENCE DE PRESSE
PARIS IX - HÔTEL W OPERA - 8H30

UNE DEUXIÈME INDICATION REMBOURSEE POUR CABOMETYX

NOUVELLE SOLUTION THÉRAPEUTIQUE POUR LES PATIENTS ATTEINTS DE CARCINOME HÉPATO-CELLULAIRE AVANCÉ

Le laboratoire Ipsen organise une conférence de presse pour vous présenter la nouvelle indication remboursée de Cabometyx dans le carcinome hépatocellulaire avancé, traité antérieurement par sorafénib.
Les indications de Cabometyx® dans le carcinome hépatocellulaire et le carcinome rénal avancés
Quelle place de Cabometyx® dans la stratégie thérapeutique ?
AMM & remboursement
Quel accompagnement pour les patients ?

INTERVENANTS :
ALEXIS VANDIER : Directeur Général France – Ipsen
DR OLIVIER GATTOLLIAT : Directeur Médical Opérations France – Ipsen
PR. THOMAS DECAENS : Gastro-entérologue et hépatologue – CHU de Grenoble

RELATIONS PRESSE : AGENCE PR PA

05/03/2020 STÉ FRANCOPHONE DU DIABÈTE

CONFÉRENCE DE PRESSE
PARIS VIII - HÔTEL ALFRED SOMMIER - 9H30

ACTUALITÉS DU PROCHAIN CONGRES DE LA SOCIETE FRANCOPHONE DU DIABETE

Le prochain congrès de la Société Francophone du Diabète (SFD) aura lieu à Bruxelles du 17 au 20 mars 2020. Les professionnels de santé francophones se rassemblent durant 4 jours autour d'un enjeu majeur de santé publique, le diabète, qui touche 5% de la population française. En une année encore, des progrès majeurs ont été réalisés dans ce domaine : essais cliniques et thérapeutiques de haut niveau, recherche expérimentale, innovation technologique, intelligence artificielle...
Dans la perspective de ce 46ème congrès, seul congrès à dimension francophone, les membres de la SFD souhaitent vous présenter 2 axes majeurs cette année :
La prévention du diabète, indispensable pour lutter contre ce fléau,
dont le nombre de malades pourrait augmenter de 48% d'ici à 2045
Le pancréas artificiel, cette innovation de rupture, enfin à disposition des patients insulino-dépendants

INTERVENANTS :
PR PIERRE FONTAINE : Médecin endocrinologue-diabétologue au CHU de Lille et membre de la SFD
PR VERONIQUE KERLAN : Médecin endocrinologue-diabétologue au CHRU de Brest et membre de la SFD
PR ARIANE SULTAN : Médecin Endocrinologie et métabolismes au CHU Lapeyronie, Montpellier et membre de la SFD
PR HELENE HANAIRE : Médecin endocrinologue-diabétologue, chef du service Diabétologie, au CHU de Toulouse et membre de la SFD
PR CHARLES THIVOLET : Médecin endocrinologue-diabétologue aux Hospices Civils de Lyon et président de la SFD

RELATIONS PRESSE : AGENCE LJ COM

12/03/2020 — COOPERVISION

CONFÉRENCE DE PRESSE

PARIS XVII - ESCAPE CHAMPERRET - 12H15

COMBATTRE LA MYOPIE CHEZ L'ENFANT : DES SOLUTIONS EXISTENT

Pendant les 20e JRO (Journées de Réflexions Ophtalmologiques), le Laboratoire Cooper Vision organise une conférence de presse au cours de laquelle sera notamment présentée MiSight 1 day, première et unique lentille de contact approuvée par la FDA* pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants (8-12 ans au début du traitement).

INTERVENANTS :

DR LOUISETTE BLOISE : Ophtalmologiste - Nice, présidente de la SFOALC
DR MARIE AUDE LUREAU : Ophtalmologiste - Boulogne Billancourt, présidente de la SFOALC Ile-de-France
PR BREMOND-GIGNAC : Ophtalmologiste - Paris/CHU Necker
VALENTINE : Une porteuse de lentilles
LAURE STEVE : Responsable nouvelle division myopie - CooperVision
CLAIRE BOIVIN : Directrice marketing - - CooperVision
CATHERINE CORNIBERT : Présidente de Agence Conseil Santé (ACS)

RELATIONS PRESSE : AGENCE CONSEIL SANTE&

26/03/2020 — MORNING BY

CONFÉRENCE

PARIS II - HÔTEL ÉTATS-UNIS OPÉRA - 8H30

LA SANTÉ À L'HEURE DE LA RSE ?

Dans un monde en profonde mutation et sous l'impulsion de nouveaux consommateurs,un nombre croissant d'entreprises fait de la RSE un facteur d'engagementdes collaborateurs, de performance et d'amélioration de la réputation.

Qu'en est-il du secteur de la santé ? La vocation d'une entreprise de santé n'est-elle pasdéjà une partie intégrante d'une démarche RSE…
> Quelle conception de la RSE est appliquée et comment cette prise de conscience s'est-elle opérée au sein d'entreprises très avancées dans cette dimension comme Expanscience et BNP Paribas ?
> Pourquoi la santé doit-t-elle s'emparer des enjeux RSE ?
> Quels sont les facteurs clés de succès d'une démarche RSE et les pièges à éviter?
> Quels bénéfices pour la confiance et la réputation de l'entreprise ? Et comment parler de ses actions RSE en évitant le « greenwashing »?

INTERVENANTS :

ÉRIC PHÉLIPPEAU : Président de By Agency
KAREN LEMASSON : Directrice RSE et open innovation-Laboratoires Expanscience
NOLWENN PEAN DE PONFILLY : RSE / CSR Chief of Staff - BNP Paribas
LAURENCE SÉGUILLON : Dirigeante de Common Good Conseil
MAI TRAN : Dirigeante de Strategic Consulting

INSCRIPTIONS : CLIQUEZ ICI

IMPORTANT POUR NOS LECTEURS

Parce que nous cherchons à vous proposer chaque jour plus d'informations mais aussi, soyons honnêtes, parce que certains d'entre vous nous font confiance et répondent à nos offres d'insertions publicitaires, nos éditions quotidiennes sont parfois d'un «poids» informatique supérieur à 10 Méga. Or il semble que pour les boites mails de quelques-uns d'entre vous, cette taille soit un plafond infranchissable et que nos éditons concernées s'y fracassent. Dans ce cas, et si vous constatez que certains numéros ne vous sont pas parvenus, n'oubliez pas qu'en vous rendant sur le site **psq.fr,** vous pouvez télécharger tous les numéros de **PRESCRIPTION SANTÉ**, la mise en ligne étant actualisée chaque week-end. Pour accéder à cet espace réservé aux abonnés, il vous suffit d'utiliser le code en vigueur. Si vous n'avez pas retenu ce code, un espace, sur le site, vous permet de nous le demander en quelques secondes.