

Relations avec les médias : David Caouette
(908) 423-3461

Contact pour les investisseurs : Alex Kelly
(908) 423-5185

Merck bien placée pour stimuler la croissance grâce à une gamme novatrice de produits existants et en développement et à sa stratégie d'expansion sur les marchés émergents

- Un éventail plus large de produits, une solide gamme de produits en phase avancée de développement et une présence géographique accrue assurent à Merck une position de chef de file.
- D'ici 2013, plus de 25 % des revenus du groupe Produits pharmaceutiques et vaccins de Merck devraient être réalisés sur les marchés émergents.
- Achèvement de l'intégration commerciale dans la majorité des marchés principaux en six mois à peine.
- Amélioration du rendement et de l'efficacité grâce au modèle commercial centré sur le client.

WHITEHOUSE STATION, NEW JERSEY - Le 11 mai 2010 – Merck & Co., Inc. (NYSE : MRK) a tenu aujourd'hui sa première séance d'information commerciale et de recherche-développement depuis l'achèvement de la fusion de Merck et de Schering-Plough et en a profité pour tracer les grandes lignes de sa stratégie d'entreprise visant à stimuler sa croissance commerciale à l'échelle mondiale.

À l'occasion de cette séance d'information, Richard T. Clark, président du conseil et chef de la direction de Merck, a affirmé aux investisseurs et analystes que grâce à son éventail élargi de produits, sa solide gamme de produits en développement et une présence mondiale accrue, la société est bien positionnée pour maintenir sa croissance et atteindre son objectif de devenir un chef de file mondial en soins de santé.

« Nos résultats récents confirment que Merck est en mesure de poursuivre sur sa lancée et de stimuler sa croissance alors qu'elle continue d'intégrer ses activités et réussit à garder le cap malgré les changements continus qui bouleversent le secteur de la santé, a-t-il déclaré. Nos gammes enrichies de produits existants et en développement ainsi que notre présence accrue sur les marchés internationaux, combinées à notre modèle commercial centré sur le client devraient nous assurer un rendement et une croissance durables sur les marchés tant établis qu'émergents. »

Une stratégie sur les marchés émergents qui stimule la croissance et concrétise la mission de Merck

Au sujet de la stratégie de croissance de Merck sur les marchés émergents, Kenneth C. Frazier, président de la société, ajoute ce qui suit : « Les investissements à long terme de Merck en science et innovation ont permis de mettre au point un éventail de médicaments et de vaccins de pointe. Grâce à une présence accrue à l'échelle mondiale, Merck est plus que jamais en mesure de s'attaquer à l'important fardeau de la maladie sur les marchés émergents et d'améliorer l'accès à ses produits. Nous prévoyons que ces marchés joueront un rôle déterminant dans nos résultats à long terme. »

Ainsi, Merck est actuellement la deuxième entreprise pharmaceutique en importance en Amérique latine, où la société commercialise six des vingt médicaments les plus vendus dans la région. Merck est également en train de redéployer ses ressources et de tirer parti de sa solidité financière pour stimuler encore davantage sa croissance sur les marchés émergents. Depuis 2007, Merck a augmenté de près de 90 % le nombre de ses représentants pharmaceutiques en Chine. Cet effectif, qui compte aujourd'hui environ 3 000 représentants, est l'une des plus importantes équipes de vente pharmaceutique du pays.

La gamme de produits actuelle de Merck – qui comprend de nouvelles marques comme JANUVIA (sitagliptine) et NUVARING (anneau vaginal renfermant de l'étonogestrel et de l'éthinylestradiol) ainsi que des marques établies comme ZOCOR (simvastatine) et CLARITIN (loratadine) – est particulièrement bien adaptée pour relever les grands défis auxquels sont confrontés les marchés émergents, notamment les maladies cardiovasculaires, le diabète et la santé des femmes. JANUVIA et JANUMET (sitagliptine et chlorhydrate de metformine) génèrent déjà un chiffre d'affaires de 200 millions de dollars sur les marchés émergents et occupent, en Corée et en Inde, le deuxième rang des médicaments antidiabétiques oraux les plus utilisés.

Merck s'attend à une augmentation des ventes sur les marchés émergents et, compte tenu de sa stratégie sur ces marchés, elle prévoit que d'ici 2013 ceux-ci compteront pour plus de 25 % du chiffre d'affaires total du groupe Produits pharmaceutiques et vaccins. Pour y parvenir, la société veut continuer de lancer avec succès de nouveaux produits, d'optimiser sa gamme de médicaments, vaccins et produits grand public commercialisés, de tirer pleinement parti du marché des génériques de marque grâce à son large éventail de marques établies et de poursuivre des activités de développement ciblées. Merck prévoit accroître sa présence locale par des travaux et des investissements en recherche, l'établissement de liens de partenariat public-privé, la mise sur pied de réseaux locaux de fabrication à faible coût, d'octroi de licences et de commercialisation conjointe ainsi que la réalisation de projets tirant parti de ses capacités mondiales.

Une large gamme de médicaments et de vaccins de pointe en pleine croissance

« La gamme de produits de Merck comprend aujourd'hui près de 50 médicaments et vaccins commercialisés dans des domaines thérapeutiques ciblés, dont nombre d'entre eux – comme SINGULAIR (montélukast) et JANUVIA – sont des leaders confirmés sur les marchés du monde entier », a ajouté M. Frazier. Quelques exemples éloquentes :

- Le groupe de produits contre les maladies respiratoires comprend cinq marques mondiales en constante expansion et la société prévoit lancer deux nouveaux produits en 2010 seulement, soit l'association mométasone/formotérol contre l'asthme (États-Unis et Europe) et DAXAS (roflumilast) contre la maladie pulmonaire obstructive chronique (Europe).
- Dans le domaine des maladies cardiovasculaires, la riche gamme de produits de Merck et son éventail élargi de produits en phase avancée de développement – dont certains sont le fruit de contrats de licence externes – répondent à une foule de besoins médicaux, dont dyslipidémie, thrombose, arythmie cardiaque, hypertension et reperfusion cardiaque, qui ensemble représentent un marché mondial potentiel d'environ 80 milliards de dollars.
- JANUVIA et JANUMET maintiennent leur avance considérable dans le domaine des inhibiteurs de la dipeptidyl peptidase-4 (DPP-4) sur les marchés du monde entier. Ces deux produits fournissent les résultats escomptés et continuent de stimuler la croissance en 2010.

Un modèle commercial qui favorise le rendement, accélère l'intégration et améliore l'efficacité

M. Frazier a souligné que la société se devait d'intégrer rapidement et efficacement ses activités commerciales pour pouvoir tirer parti de sa gamme de produits enrichie et des nouvelles possibilités de croissance tout en réduisant les coûts. À ce jour, Merck a réussi à intégrer la majorité de ses 20 marchés principaux, soit ceux dont elle tire la plus grande partie de ses revenus.

Merck a mis en œuvre son nouveau modèle commercial en partant du principe qu'une collaboration plus étroite avec ses clients, la création d'un climat de confiance et la production de valeur se traduiraient par un meilleur rendement commercial. M. Frazier a d'ailleurs communiqué des données sur l'efficacité du nouveau modèle commercial de la société, actuellement en place dans plus de 30 marchés :

- Aux États-Unis, jusqu'à la fin de 2009 et en ce qui concerne les données les plus récentes après l'intégration, Merck a obtenu un score nettement plus élevé sur le plan de la confiance et de la valeur que les douze autres grandes entreprises pharmaceutiques évaluées.
- Au Royaume-Uni, SINGULAIR a affiché une croissance de 14 % pendant la mise en œuvre du nouveau modèle, bien que la société ait réduit de 40 % la promotion du produit.
- En Allemagne, JANUVIA a poursuivi sa croissance et s'est classé au premier rang sur le marché pendant que MSD Allemagne appliquait le nouveau modèle.

Une position gage de croissance et d'innovation soutenues

« En ce qui concerne l'avenir, Merck occupe une place qui lui assure une croissance durable et une innovation client soutenue grâce à son large éventail de produits et sa gamme très prometteuse de médicaments et vaccins en phase avancée de développement », a renchéri M. Frazier.

Pour l'ensemble du premier trimestre suivant la fusion, Merck a annoncé une augmentation de ses revenus dans huit de ses dix principales gammes de produits et sur neuf de ses 10 marchés principaux. 4

« Notre croissance mondiale sera stimulée par des médicaments clés comme JANUVIA/JANUMET, REMICADE (infliximab), SIMPONI (golimumab), ISENTRESS (raltegravir) et ZETIA (ézétimibe) / VYTORIN (ézétimibe/simvastatine) ainsi que par une exécution impeccable du lancement éventuel des produits en phase avancée de développement, après avoir reçu les approbations réglementaires pour le boceprevir, vorapaxar, TREDAPTIVE (niacine à libération prolongée/laropiprant) et l'odanacatib. Ces produits pourraient éventuellement modifier les paradigmes de traitement actuels et aider des millions de gens à vivre plus longtemps, en meilleure santé et de façon plus productive », a déclaré M. Frazier.

Pour de plus amples renseignements au sujet de la séance d'information commerciale et de recherche-développement, visitez le site www.merck.com.

À propos de Merck

La société Merck d'aujourd'hui est un chef de file mondial dans le domaine des soins de santé afin d'aider le monde à vivre mieux. Merck est connue sous le nom de MSD à l'extérieur des États-Unis et du Canada. Grâce à ses médicaments, vaccins, traitements biologiques, produits de santé grand public et de santé animale, elle collabore avec ses clients et oeuvre dans plus de 140 pays à procurer des solutions de santé novatrices. Elle démontre également sa détermination à améliorer l'accès aux soins de santé grâce à des programmes d'envergure qui permettent non seulement l'accès à ses produits, mais qui font également en sorte que ces derniers parviennent à ceux qui en ont besoin. Merck. Vivre mieux. Pour de plus amples renseignements, visitez le site www.merck.com.

Déclarations prospectives

Ce communiqué de presse contient des « déclarations prospectives » (*forward looking statements*), au sens des dispositions libératoires de la *Private Securities Litigation Reform Act* de 1995 des États-Unis. Ces déclarations peuvent comprendre, entre autres, des déclarations sur les avantages de la fusion entre Merck et Schering-Plough, dont notamment les résultats financiers et d'exploitation futurs et les projets, objectifs, attentes et intentions de l'entreprise combinée, ainsi que d'autres considérations ne constituant pas des faits avérés.

Ces déclarations sont fondées sur les convictions et les prévisions actuelles des directions de Merck et de Schering-Plough et sont soumises à de nombreux risques et incertitudes. Les résultats réels peuvent différer de ceux que décrivent les déclarations prospectives. Les facteurs suivants, entre autres, pourraient entraîner un écart entre les résultats réels et les déclarations prospectives : la possibilité de voir les synergies attendues de la fusion entre Merck et Schering-Plough ne pas se concrétiser du tout ou au cours de la période espérée, en raison, entre autres, des effets de la réglementation de l'industrie pharmaceutique ou d'une loi en instance susceptible d'avoir des conséquences pour cette dernière; le risque d'une intégration décevante des deux entreprises; une interruption de la fusion ayant pour effet de rendre difficile la poursuite de relations commerciales ou opérationnelles; la capacité de Merck à prédire précisément les conditions de marché futures; la dépendance à l'égard de l'efficacité des brevets de Merck et des autres protections relatives aux produits innovants; le risque lié à l'évolution de la réglementation et des politiques de santé aux États-Unis et dans le monde, ainsi que le risque de faire l'objet d'actions judiciaires ou de mesures réglementaires.

Merck ne s'engage aucunement à publier des mises à jour de ses déclarations prospectives à la suite de nouvelles informations, d'événements futurs ou de quelque fait que ce soit. D'autres facteurs susceptibles d'entraîner une différence notable entre les résultats réels et les résultats décrits dans les déclarations prospectives sont énoncés dans le rapport annuel 2008 de Merck établi sur le document Form 10-K, le rapport trimestriel de Schering-Plough établi sur le document Form 10-Q pour le trimestre ayant pris fin le 30 septembre 2009, sur la circulaire de sollicitation de procurations déposée par Merck le 25 juin 2009 et sur les autres documents déposés par les deux sociétés auprès de la Securities and Exchange Commission (SEC) des États-Unis et accessibles sur le site Internet de cette dernière (www.sec.gov).

###