



CONTACTS :

Marielle Tionnais – tel +33 (0)4.37.25.77.43 – [marielle.tionnais@mylan.fr](mailto:marielle.tionnais@mylan.fr)

Maryline Margel – tel +33 (0)4.37.25.76.62 – [maryline.margel@mylan.fr](mailto:maryline.margel@mylan.fr)

**MYLAN, dans une industrie pharmaceutique en profonde mutation, contribue à la définition du nouvel environnement du marché et se positionne comme la nouvelle référence santé.**

-----

Paris le 19 novembre 2008 – Mylan Inc. (NYSE: MYL) annonce le lancement officiel le 20 novembre 2008 de sa nouvelle campagne de communication en Europe, Moyen Orient et Afrique (EMEA).

L'industrie pharmaceutique européenne est en pleine évolution et doit passer d'une approche traditionnelle de blockbusters à un nouveau business model. Ceci étant d'autant plus impératif que les systèmes de santé sont soumis à une forte pression financière.

Les laboratoires génériques contribuent positivement à ces mutations profondes en offrant au marché des médicaments de qualité à prix réduits. Demain, la grande majorité des médicaments vendus seront en effet des génériques, positionnant ces laboratoires comme des acteurs majeurs de ce nouvel environnement.

Le rachat par le laboratoire américain Mylan Inc. de la branche générique de l'Allemand Merck KGaA en 2007 est un élément de cette évolution. Mylan a désormais une empreinte mondiale, avec une position de leader sur de nombreux marchés et devient l'un des deux seuls laboratoires de médicaments génériques et de spécialités maîtrisant l'ensemble de sa chaîne de production du principe actif au produit fini, lui permettant de relever les défis de l'environnement économique actuel.

“Mylan Inc. a l'ambition de devenir le laboratoire de médicaments génériques et de spécialité de référence sur le marché mondial. Le rachat de la branche générique de Merck KGaA était une étape primordiale pour obtenir l'envergure internationale nécessaire à l'atteinte de cet objectif. Des synergies opérationnelles et commerciales significatives ont été réalisées. Mylan EMEA, sous la leadership de Didier Barret, est désormais idéalement positionné pour s'adapter efficacement à un marché complexe et en constante évolution et pour inscrire dans la durée sa remarquable réussite en Europe. L'Europe l'un des marchés les plus importants pour notre société, et nous voulons poursuivre notre réussite et augmenter notre présence dans cette zone” explique le Vice Chairman et CEO de Mylan, Robert J. Coury

Mylan EMEA dispose en Europe de capacités opérationnelles et commerciales complètes. La société est présente dans plus de 30 pays et territoires européens et fait partie du top 5 sur neuf marchés différents en Europe, avec une position de n° 1 en France et au Portugal.

Afin de répondre aux nouvelles attentes du marché et d'établir une marque sur laquelle tous ses partenaires peuvent compter, Didier Barret, Président EMEA, est fier d'annoncer le lancement d'une audacieuse campagne de communication pan européenne. “Nous avons maintenant effectué avec succès la transition de Merck à Mylan dans la plupart des pays. Notre ambition va toutefois bien au delà et nous croyons que le rôle croissant des génériques imposera de nouvelles marques pharmaceutiques et grand public. A une époque où tout est plus complexe, il est bon d'avoir un nom sur lequel vous pouvez compter. Ce nom est Mylan”.

Réinventant les codes de communication du secteur, cette campagne imposera Mylan comme la nouvelle référence santé.

###

Présent dans plus de 140 pays et territoires, Mylan Inc. fait partie des leaders mondiaux des médicaments génériques et de spécialité. Son portefeuille de produits de qualité compte parmi les plus diversifiés et est soutenu par un pipeline solide. Il détient un intérêt majoritaire dans le numéro trois mondial de la fabrication de

principes actifs pharmaceutiques et possède une entité spécialisée dans le traitement des maladies respiratoires et de l'allergie.

Ce communiqué de presse contient des messages et informations qui constituent des déclarations prospectives incluant, eu égard la campagne de communication, des positions de marché et autres projections sur sa future performance. Ce message est réalisé conformément aux dispositions « Safe arbor » de la loi américaine réformée de 1995 sur les litiges relatifs aux titres et valeurs mobilières. Dès lors que de tels messages et informations impliquent obligatoirement des risques et incertitudes, les résultats futurs peuvent matériellement différer de ceux exprimés ou suggérés par de telles déclarations prospectives. Les facteurs susceptibles de créer ou contribuer à de telles différences incluent notamment mais non exclusivement : des modifications de relations avec des tiers ; des impacts liés à la concurrence ; des changements des conditions économiques et financières de l'activité commerciale de la société, des incertitudes et sujets hors du contrôle du management, et les autres facteurs de risques indiqués dans le formulaire 10-Q de la société pour la période arrivant à échéance au 30 septembre 2008 ainsi que toute autres dépôts et déclarations réalisés auprès de la commission américaine du contrôle des changes et des opérations mobilières.

La société ne prend aucun engagement de mettre à jour, réviser ou modifier les messages et informations ci-inclus après la date du présent communiqué de presse.

###