

Rapport annuel 2023

**PRENDRE
SOIN DE CHACUN**
*nous fait
avancer*

Pierre Fabre
et vous,
des histoires
partagées.



Pierre Fabre

Stratégie

Avancer POUR RENDRE LE MONDE MEILLEUR

- 04-05

Contribuer à notre
échelle au bien
commun
- 06

Un groupe tourné
vers l'avenir
- 07

Une gouvernance
unique en France
- 08-09

Une gouvernance
participative
- 10

Une structure
actionnariale
unique
- 11

Histoire partagée
- 12-13

Notre modèle
d'affaires
- 14-18

Un Plan de
Transformation
abouti
- 19

Histoire partagée
- 20-21

L'année 2022 en
faits et en chiffres

44-46
GREEN MISSION :
INNOVER DURABLEMENT

26-28
REGARD SUR NOS
SOLUTIONS

Activité

Avancer POUR PRENDRE SOIN DE VOUS

- 24-25

Une approche
globale du soin
- 26-28

Regard sur
nos solutions
- 29

Histoire partagée
- 30-31

Recherche &
développement :
créer les soins
de demain
- 32

Histoire partagée
- 33-34

Comment mieux
comprendre
les besoins des
patients et des
consommateurs ?
- 35

Histoire partagée
- 36-38

Comment
soutenir les
professionnels
de santé dans
leur pratique ?
- 39

Histoire partagée
- 40-41

Comment
faire de la
prévention
un facteur clé
de succès ?

Rapport annuel des Laboratoires Pierre Fabre 2022 Publication 2023

PIERRE FABRE S.A.
12 AVENUE HOCHÉ,
75008 PARIS
01 53 53 20 50

**Directeurs de
la publication**
Marc Alias
Anne de Warren

**Responsable de
la publication**
Armance Bourgois

**Conception
éditoriale**
Little Stories

Crédits photo
Audoin Desforges/
La Company
Julien Pebrel
Fondation
Pierre Fabre
Photothèque
Pierre Fabre
Shutterstock

Illustrations
Björn Öberg

**Photos de
couverture**
Audoin Desforges

**Conception,
réalisation**
Little Stories

Gravure
Point II

Impression
Art & Caractère

RSE

Avancer AU SERVICE DU BIEN COMMUN

- 44-46

Green Mission :
innover
durablement
- 47-48

Vers des opérations
plus vertes
- 49

Histoire partagée
- 50

Susciter la
solidarité
- 51-53

Accompagner
le parcours des
collaborateurs
- 52

Histoire partagée
- 54-55

Agir pour la
biodiversité
- 56

Bilan des
indicateurs RSE

Carte blanche

à Audoin Desforges

À travers des portraits au registre émotionnel fort, chaque personne accompagnée d'un objet symbolique de son action au sein des Laboratoires Pierre Fabre, nous raconte comment, chaque jour, ils agissent pour permettre à chacun de vivre mieux.

www.lacompany.net

PRENDRE SOIN DE CHACUN *nous fait avancer*

Depuis 60 ans, les Laboratoires Pierre Fabre ont fait le choix d'allier expertise pharmaceutique et dermo cosmétique. Avec, à la clé, l'idée que « chaque fois que nous prenons soin d'une seule personne, nous rendons le monde meilleur ». C'est notre Raison d'être.

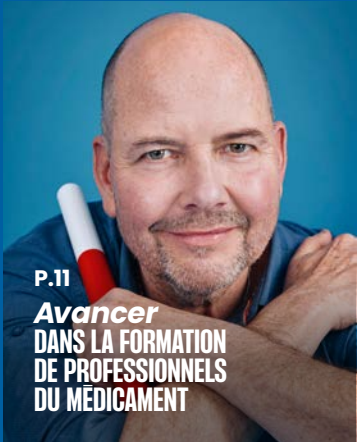
Forts de la confiance que nous témoignent les professionnels de santé, les patients, les consommateurs et les clients, nous ne cessons d'innover afin d'élaborer des solutions contribuant au mieux être de chacun.

Détenus par la Fondation Pierre Fabre, reconnue d'utilité publique, les Laboratoires Pierre Fabre sont aujourd'hui le deuxième groupe pharmaceutique privé français et le deuxième plus grand laboratoire dermo cosmétique au monde.

Convaincus que ce sont nos salariés, nos partenaires, nos clients, nos patients et toutes nos parties prenantes qui nous permettent d'avancer vers un monde meilleur, nous avons fait le choix cette année de leur donner la parole tout au long du rapport, pour raconter leurs histoires partagées avec les Laboratoires Pierre Fabre.

Résolument tournés vers le retour à une croissance rentable, les Laboratoires Pierre Fabre ont finalisé en 2022 la mise en œuvre d'un Plan de Transformation démarré en 2019. Convaincus de la nécessité d'avancer autrement, nous avons rééquilibré notre portefeuille entre activités pharmaceutiques et dermo cosmétiques, et développé notre efficience. Avec une conviction forte : pour rendre le monde meilleur à l'avenir, il faut avoir le courage de faire aujourd'hui des choix stratégiques difficiles.

Avancer



**Pierre Fabre et vous,
des histoires partagées**

Chercheurs, professionnels de santé, collaborateurs des Laboratoires Pierre Fabre, tous se mobilisent pour rendre le monde meilleur.



Découvrez la version digitale du rapport annuel sur pierre-fabre.com

**NOTRE ACTIVITÉ
EN CHIFFRES**

2,7
milliards d'€ de
revenus en 2022.

171
M€ investis en
R&D en 2022,
115 M€ en Medical
Care et 56 M€
en Dermo
Cosmétique &
Personal Care.

POUR RENDRE LE MONDE MEILLEUR

Contribuer à notre échelle au bien commun

Interview croisée entre **Éric Ducournau**, Directeur Général des Laboratoires Pierre Fabre et **Emma Haziza**, hydrologue.

Conscients de la nécessité d’agir avec urgence face au défi du réchauffement climatique et des sécheresses récurrentes qu’il provoque, les Laboratoires Pierre Fabre intègrent la décarbonation de leurs activités et la préservation du vivant à leur stratégie de développement.

Éric Ducournau, Directeur Général du Groupe, et **Emma Haziza**, hydrologue et spécialiste des stratégies de résilience des territoires face aux risques climatiques, échangent sur les approches à adopter pour préserver la ressource, l’eau en particulier.

Qu’est-ce qui fait de l’année 2022 une année hors norme du point de vue du changement climatique ?
Emma Haziza — Il y a eu un déficit de pluie durant la phase hivernale et les nappes phréatiques n’ont donc pas pu se recharger. Nous avons aussi connu plusieurs vagues de chaleur, dont certaines

précoces et d’autres tardives. 2022 a été l’année la plus chaude jamais enregistrée dans le monde et, en France, le Sud-Ouest a été particulièrement touché.

Quel est l’impact de ce dérèglement pour les Laboratoires Pierre Fabre ?
Éric Ducournau — La fabrication de produits cosmétiques nécessite beaucoup d’eau et plus de 60 % de nos produits contiennent un actif issu de la nature. La limitation des ressources nous invite à explorer des solutions nouvelles. Je pense, par exemple, aux usines « sèches » qui permettraient de réduire au moins de moitié la consommation

« LA LIMITATION DES RESSOURCES NOUS INVITE À EXPLORER DES SOLUTIONS NOUVELLES. »

Éric Ducournau, Directeur Général des Laboratoires Pierre Fabre



d’eau, mais aussi au développement de la culture de plantes médicinales en agroécologie, qui entretient les paysages et les sols. Notre entreprise a été créée par un visionnaire en matière de protection de l’environnement. Nous avons eu conscience très tôt que le climat était un enjeu de survie pour les entreprises. Avec Green Mission Pierre Fabre, nous participons à notre échelle à l’effort collectif pour contribuer à l’objectif planétaire de neutralité carbone.

Quel est le rôle des entreprises dans la lutte contre le changement climatique ?
E. H. — En France, la réglementation freine encore beaucoup d’évolutions qui semblent de bon sens, comme utiliser de l’eau de pluie plutôt que de l’eau potable pour certains usages sanitaires. Par ailleurs, pour créer sa résilience, il est essentiel de dépendre le moins possible des autres. Un extrême climatique n’est pas sans conséquence pour les clients ou les fournisseurs, mais aussi pour l’entreprise. Les perturbations de la chaîne d’approvisionnement mondiale en août 2022 liées à la sécheresse survenue en Chine l’illustrent. Les entreprises doivent analyser leurs interdépendances pour identifier les risques.

E. D. — Notre première responsabilité est de revoir nos processus industriels, à travers la reformulation de nos produits, mais aussi d’accroître notre indépendance vis-à-vis des importations de matières premières. C’est en effet un travail qui doit être collaboratif, avec tous nos fournisseurs locaux ou nationaux, et ce, afin de repenser l’ensemble de la chaîne de valeur. Enfin, il est important que les entreprises œuvrent pour faire évoluer la réglementation afin de faciliter la mise en œuvre des actions.

01. **Éric Ducournau**, Directeur Général des Laboratoires Pierre Fabre.

02. **Emma Haziza**, hydrologue et spécialiste des stratégies de résilience des territoires face aux risques climatiques.



Quelles sont les mesures mises en place par le Groupe pour une meilleure gestion de l’eau ?
E. D. — Nous sommes engagés depuis plusieurs années pour la réduction de la consommation en eau sur l’ensemble de nos sites de production et avons démarré plusieurs programmes d’investissements. Pour prendre un seul exemple, notre site de dermo-cosmétiques à Soual a réduit sa consommation de 22 % ces quatre dernières années, et ce site est en phase de devenir une usine en boucle quasi fermée, avec la réutilisation d’une partie des eaux usées après traitement. Entre autres actions, nous avons aussi réduit le débit des eaux de forage alimentant notre unité de production d’Avène-les-Bains.

Êtes-vous optimistes sur notre capacité collective à relever le défi du changement climatique ?
E. H. — Oui, car il y a beaucoup de solutions que nous pouvons mettre en œuvre. À nous de repenser plus intelligemment la question de la ressource pour la préserver. Nous devons revoir notre rapport à l’eau et mieux jouer avec son cycle. Toutefois, pour réussir, les solutions qui existent doivent être appliquées de manière collective.
E. D. — Les économies libérales n’ont pas l’habitude d’être confrontées à des phénomènes d’une telle ampleur qui nécessitent

une mobilisation générale et une transformation en profondeur de la société. La situation appelle plus de gouvernance de la part des pouvoirs publics et des entreprises. Je crois en l’approche volontaire et collective, comme en témoigne le Consortium du Green Impact Index que nous avons créé avec d’autres fabricants pour améliorer l’éco-socio-conception des produits. Je reste optimiste, car il y a toujours un chemin et c’est, pour nous industriels, l’opportunité d’ouvrir de nouvelles voies d’innovation. ●



Un groupe tourné vers l'avenir

Entretien avec Roch Doliveux,
Président du Conseil d'administration.



01.
Roch Doliveux

Quel bilan faites-vous du Plan de Transformation qui s'est achevé en 2022?
Roch Doliveux — Tout d'abord, ce Plan de Transformation est un beau succès dont nous pouvons être fiers tous ensemble. Il était ambitieux, et les équipes se sont mobilisées pour réaliser ses objectifs. Je veux ici reconnaître la contribution de chacun. Grâce à de nombreuses réalisations, nous avons dégagé des marges de manœuvre financière, nous permettant d'investir dans notre futur. Ainsi, nous avons pu acquérir de nouvelles molécules pour remplacer celles dont les brevets arriveront à échéance dans les dix prochaines années. Nous avons également pu mettre plus de moyens au service de notre

marque phare Eau Thermale Avène, pour accélérer et regagner des parts de marché. Enfin, ce Plan nous a fait avancer sur des enjeux cruciaux, par exemple, le digital et l'empreinte environnementale. Pour autant, notre transformation n'est pas terminée.

Quels sont les défis qui restent à relever?
Roch Doliveux — Je crois que l'un des plus gros défis pour notre Groupe consiste à trouver le juste équilibre entre le fait d'entretenir notre culture forte, de stimuler l'innovation et d'intégrer avec bienveillance et curiosité les nouveaux talents. C'est tout à fait indispensable pour augmenter notre compétitivité. Notre environnement et nos concurrents évoluent en permanence et toujours plus vite. Si nous ne nous donnons pas les moyens d'être plus rapides et agiles que nos concurrents, nos positions s'effriteront et cela fragilisera notre pérennité. Nous pouvons également encore faire des progrès sur l'orientation «patient et client» et sur la traduction de notre Raison d'être: prendre soin des patients et des consommateurs à qui s'adressent nos médicaments et nos soins dermo-cosmétiques. Mon souhait est que chaque patient qui souffre d'une des maladies ciblées par l'un de nos médicaments, chaque personne qui a besoin d'un soin dermo-cosmétique adapté à sa pathologie de peau, puisse accéder au bon produit pour prendre soin d'elle.

À court terme, sur quels axes le Groupe doit-il concentrer ses efforts?
Roch Doliveux — Il est essentiel de poursuivre nos efforts pour construire nos avantages concurrentiels, comme l'innovation et le médical. Développer notre compétitivité, maximiser le potentiel de chacun et prendre soin des autres, de nos territoires et de notre planète; se réjouir de nos réussites et de l'impact des dividendes versés à la Fondation Pierre Fabre pour qu'elle continue à développer des actions utiles et courageuses. ●



11
partenariats stratégiques avec des sociétés innovantes.



Plus de
100 000
patients traités pour un mélanome avec nos produits.



18
brevets déposés en 2022.

Une gouvernance unique en France

Entretien avec Pierre-Yves Revol,
Président de la Fondation Pierre Fabre et de la Holding du Groupe.

02.
Pierre-Yves Revol



Quelle est à vos yeux la plus grande force du Groupe?
Pierre-Yves Revol — Sa pluridisciplinarité, développée très tôt par notre fondateur. Quelques années après le lancement d'un veinotonique très innovant pour l'époque, il a proposé aux pharmaciens les premiers produits de dermo-cosmétique avec Klorane en 1964, puis Ducray en 1969. Le pari était audacieux, mais fondé sur une conviction solide: le pharmacien était le mieux placé pour conseiller des produits cosmétiques sûrs et efficaces. Lui-même pharmacien d'officine, il avait bien perçu que ses confrères étaient prêts à le suivre dans cette diversification dès lors que les produits proposés se différenciaient des cosmétiques vendus dans d'autres circuits. Six décennies plus tard, d'autres acteurs nous ont rejoints sur ce marché, mais nous restons les seuls à proposer une gamme aussi large, du médicament au produit cosmétique en passant par les produits de santé quotidienne. C'est un atout considérable d'évoluer sur des marchés rythmés par des cycles d'exploitation très différents.

Quels liens entretiennent le Groupe et la Fondation?
Pierre-Yves Revol — La Fondation détient le capital du Groupe et reste en conséquence garante de son indépendance. Son programme d'action est principalement financé par le Groupe. Ce dispositif très vertueux repose donc sur la capacité du Groupe à réaliser des résultats suffisants pour assumer tous ses investissements et, de surcroît, verser une part de ses bénéfices (de l'ordre de 10%) à la Fondation. Celle-ci se consacre uniquement à son objet d'utilité publique: l'accès aux soins ainsi qu'aux médicaments de qualité des pays les moins favorisés, en Afrique subsaharienne principalement. La Fondation n'intervient donc pas directement dans la gestion du Groupe, dont l'organe de contrôle est la holding Pierre Fabre Participations, et ses programmes d'actions sont décorrélés des activités du Groupe. C'est toute la noblesse de la gouvernance souhaitée par Pierre Fabre.

« L'HÉRITAGE DE NOTRE FONDATEUR? LA FACULTÉ ET L'AUDACE À SE PROJETER ET À INNOVER. »
Pierre-Yves Revol

2023 marque les dix ans de la disparition de Pierre Fabre. Que reste-t-il de son héritage?
Pierre-Yves Revol — L'essentiel, à commencer par un portefeuille produits qu'il a largement constitué et qui est équilibré entre médical et dermo-cosmétique. Ensuite, la faculté à se projeter et à innover en s'inspirant des avancées de la science et des bienfaits de la nature. Elles sont toujours d'actualité aujourd'hui. Quelques exemples pour illustrer ce propos: Green Mission et le Green Impact Index, ou notre développement dans l'oncologie d'innovation en cherchant comme il le faisait à se démarquer de la concurrence et à investir des marchés de niche souvent délaissés par les gros opérateurs. Je peux aussi évoquer le renouvellement des équipes et la promotion interne, car Monsieur Pierre Fabre avait une grande propension à s'entourer de jeunes talents et à les promouvoir. En 2023, nombre de nos cadres dirigeants ont débuté leur carrière dans l'entreprise ●

Une gouvernance participative

Investis de responsabilités clairement définies et complémentaires, le Conseil d'administration et le Comité de direction travaillent en étroite collaboration pour la mise en œuvre des orientations stratégiques, en tenant compte des opportunités et des menaces pesant sur les deux secteurs d'activités du Groupe.

« NOTRE MISSION : DÉVELOPPER LES PRODUITS LES PLUS INNOVANTS POUR LES PEAUX PATHOLOGIQUES, ET AMÉLIORER AINSI LA QUALITÉ DE VIE DES PATIENTS ET DES CONSOMMATEURS. »

Frédéric Ennabli

« ACCOMPAGNER ET DÉVELOPPER NOS COLLABORATEURS : C'EST LE SOCLE DE NOTRE RÉUSSITE COLLECTIVE. »

Maud Vimeux

Les sept membres du Comité de direction dirigent les activités du Groupe et ses principales fonctions transversales. Ils portent leurs efforts sur l'atteinte des objectifs stratégiques définis en accord avec le Conseil d'administration et sont force de proposition pour assurer la croissance de l'entreprise. Entre 2020 et 2022, le Comité de direction a ainsi supervisé la mise en œuvre du Plan de Transformation et des engagements Green Mission de l'entreprise. ●

Comité de direction

- 01. **ÉRIC DUCOURNAU**
Directeur Général
- 02. **ÉRIC GOUY**
Directeur Administratif, Finance et Juridique
- 03. **MAUD VIMEUX**
Directrice Générale Adjointe en charge des Ressources Humaines Monde
- 04. **FRÉDÉRIC ENNABLI**
Directeur Général de la Business Unit Dermo-Cosmétique & Personal Care
- 05. **JEAN-LUC LOWINSKI**
Directeur Général de la Business Unit Medical Care
- 06. **VINCENT HURAU**
Directeur Général de la Business Unit Opérations
- 07. **GIUSEPPE MELE**
Directeur Général de la Business Unit International et Export

Le Conseil d'administration Pierre Fabre

G

arant d'une vision stratégique de long terme, le Conseil d'administration est composé de douze administrateurs issus d'horizons variés et aux expertises complémentaires. Chacun met celles-ci au service de la réussite du Groupe, pour identifier, nourrir ou enrichir les orientations de long terme et faciliter leur mise en œuvre. ●

Conseil d'administration: Administrateurs nommés par l'Assemblée générale

- **MME MARIE-ANNE AYMERICH**
- **M. JEAN-LAURENT BONNAFE**
- **M. JEAN-FRANÇOIS COURET**
- **M. ROCH DOLIVÉUX**
- **MME ISABELLE GIROLAMI**
- **MME MARIE-FRANCE MARCHAND BAYLET**
- **MME RACHEL MAROUANI**
- **M. OLIVIER SADLAN**
- **M. EDUARDO SANCHIZ**
- **SAS PIERRE FABRE PARTICIPATIONS REPRÉSENTÉE PAR M. PIERRE-YVES REVOL**

Conseil d'administration: Administrateurs nommés par les salariés

- **MME AGATHE AMARA**
- **M. BERTRAND BOTREL**

Une structure actionnariale unique

Une structure actionnariale singulière

Les Laboratoires Pierre Fabre sont dotés d'une structure actionnariale unique, conforme à la volonté de leur fondateur d'assurer leur stabilité et leur indépendance: la Fondation reconnue d'utilité publique et les salariés sont ses seuls actionnaires. Cette forme capitalistique atypique lui permet de préserver son indépendance et de privilégier le temps long au bénéfice des patients, des consommateurs, des salariés et des parties prenantes. Elle en fait *de facto* une entreprise à mission puisque les dividendes versés financent les projets humanitaires d'une fondation reconnue d'utilité publique.

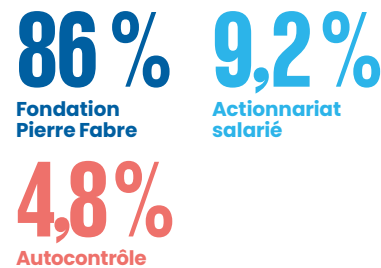
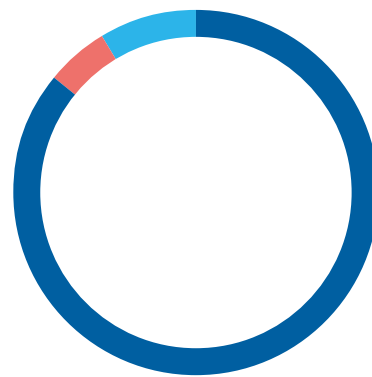
La Fondation, actionnaire majoritaire

Reconnue d'utilité publique, la Fondation Pierre Fabre détient 86% du capital de Pierre Fabre SA. Au quotidien, elle se consacre à sa mission: permettre aux populations des pays du Sud un meilleur accès aux médicaments et aux soins de qualité. La Fondation délègue le contrôle de la gestion du Groupe à Pierre Fabre Participations qui désigne les principaux dirigeants de l'entreprise et valide sa stratégie, tout en veillant au respect des valeurs humanistes de son fondateur.

Les salariés, copropriétaires de l'entreprise

Les salariés sont les seconds actionnaires du Groupe: ils détiennent 9,2% du capital. Le plan d'actionnariat salarié Ruscus les associe au développement de

ACTIONNARIAT PIERRE FABRE



l'entreprise, en les faisant bénéficier des fruits de la croissance. D'abord déployé en France en 2005, il a depuis été élargi à treize pays. En 2022, 85% des collaborateurs éligibles à la souscription sont actionnaires. Ce taux d'adhésion souligne leur confiance dans la stratégie du Groupe et sa réussite. Les salariés ont aussi la volonté de préserver ce modèle distinctif, qui permet un juste partage de la valeur créée par le travail de chacun. ●

LES PROGRAMMES DE LA FONDATION PIERRE FABRE

La Fondation Pierre Fabre agit pour la santé autour de cinq axes prioritaires: la formation des professionnels du médicament, l'accès aux soins des populations les plus vulnérables, la lutte contre la drépanocytose, la dermatologie en milieu tropical, et la e-santé. Elle mène plus de 30 programmes en Afrique subsaharienne, Asie du Sud-Est, à Haïti et au Liban. Son budget s'est élevé à 12 millions d'euros en 2022.



01. La Fondation forme les professionnels de santé partout dans le monde. Ici, à la faculté de pharmacie de Vientiane (Laos).

Pierre Fabre et vous, des histoires partagées

Avancer

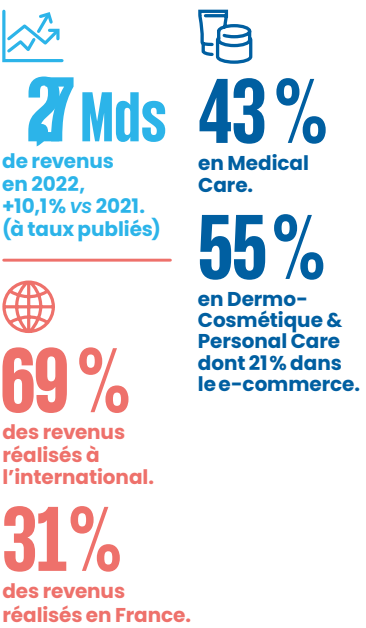
DANS LA FORMATION DE PROFESSIONNELS DU MÉDICAMENT

Éric Cros, TECHNICIEN DE LABORATOIRE, SERVICE DE DÉVELOPPEMENT ANALYTIQUE, CENTRE D'INNOVATION PIERRE FABRE (ONCOPOLE DE TOULOUSE).

« Dans le cadre de son engagement pour la formation des pharmaciens, la Fondation Pierre Fabre m'a proposé de me rendre au Togo où elle soutient la filière pharmaceutique de l'université de Lomé. Elle cherchait un spécialiste en chromatographie liquide haute pression (CLHP), une technologie qui permet de réaliser le dosage de principes actifs et d'identifier les impuretés des produits pharmaceutiques. J'ai passé deux semaines sur place pour former les futurs pharmaciens à la CLHP, dans le respect des bonnes pratiques de laboratoire, pour améliorer la qualité des résultats et la sécurité sanitaire. Avoir pu transmettre mes connaissances pour les aider à progresser, voilà qui a donné un autre sens à mon travail ! »

Notre modèle d'affaires

L'activité des Laboratoires Pierre Fabre est guidée par leur Raison d'être: « *Chaque fois que nous prenons soin d'une seule personne, nous rendons le monde meilleur.* » Elle inspire chacun des collaborateurs dans son travail quotidien et sous-tend chaque prise de décision stratégique. Cette Raison d'être est le socle du modèle d'affaires des Laboratoires Pierre Fabre, qui se nourrissent ainsi de l'écoute des patients et des professionnels de santé pour imaginer les solutions innovantes de demain.



Une double expertise qui forme un tout
Les Laboratoires Pierre Fabre se distinguent par une double expertise médicale et dermo-cosmétique. Cette spécificité nous permet d'avoir une approche holistique du soin à travers successivement: la prévention de la maladie, son traitement lorsqu'elle survient et, enfin, la prise en charge des effets secondaires des traitements sur la peau, les cheveux ou la sphère bucco-dentaire.

Cette double expertise se déploie dans plusieurs domaines, couvrant des affections courantes, mais aussi des maladies rares: le soin de la peau et du cheveu, l'hygiène bucco-dentaire, la dermatologie, l'oncologie, les maladies chroniques et les pathologies du quotidien.

Le Plan de Transformation qui s'est achevé en 2022, a permis au Groupe de consolider les fondamentaux de ce modèle et d'affirmer son positionnement unique, alliant le médical et la naturalité au service de l'humain.

Des ambitions fortes pour chaque activité
À travers son activité Medical Care, les Laboratoires Pierre Fabre s'efforcent d'apporter des traitements porteurs d'espoir aux patients confrontés à des besoins médicaux non couverts en oncologie de précision, en dermatologie médicale et dans les maladies rares. Cette activité propose



01. Le positionnement du Groupe combine le meilleur du médical et de la naturalité au service de l'humain.

également une offre complète de produits de conseil officinal pour soigner les maux du quotidien, ainsi que des traitements prescrits par les médecins généralistes pour la prise en charge de maladies ou déficiences chroniques.

L'activité Dermo-Cosmétique & Personal Care a pour mission de prendre soin des peaux pathologiques, du cuir chevelu et de la sphère bucco-dentaire afin d'améliorer la vie des patients et des consommateurs. Ses marques pointues et complémentaires, au plus proche des professionnels de santé et de leurs patients, s'attachent à développer des soins innovants et efficaces, dans le respect de l'environnement et avec les mêmes exigences éthiques et scientifiques que pour le médicament.



FOCUS: LA RAISON D'ÊTRE DES LABORATOIRES PIERRE FABRE

Chaque fois que nous innovons pour permettre à chacun de vivre mieux.

Chaque fois que nous rendons à la nature ce qu'elle nous donne de meilleur.

Chaque fois que nous partageons le fruit de nos efforts avec ceux et celles qui travaillent et vivent à nos côtés.

Chaque fois que la Fondation Pierre Fabre améliore l'accès aux soins des plus défavorisés.

Chaque fois que nous prenons soin d'une seule personne, nous rendons le monde meilleur.



La proximité et l'accompagnement des patients et professionnels de santé

Depuis leur région d'origine et dans le monde entier, les Laboratoires Pierre Fabre cultivent la proximité. Leur credo: faire preuve d'empathie et d'agilité pour entendre et répondre aux besoins des patients, des consommateurs et des professionnels de santé.

La relation avec les patients et les consommateurs a ainsi été renforcée grâce à la digitalisation, qui permet une écoute accrue. Les liens avec les associations de patients ont aussi été renforcés, pour mieux identifier les besoins et créer ensemble des solutions qui améliorent la qualité de vie des patients et de leurs proches.

Le Groupe collabore également avec les professionnels de santé et enrichit des liens de confiance tissés depuis 60 ans.

À titre d'exemples, chaque année, nos équipes de terrain rencontrent quelque 9 500 oncologues dans le monde, plus de 35 000 médecins européens sont prescripteurs de nos soins dermo-cosmétiques, et de nombreux programmes de formation sont développés pour les équipes officielles, comme sur le sevrage tabagique. ●

02. Les Laboratoires Pierre Fabre s'appuient sur une expérience de 40 ans dans le domaine de l'oncologie.

03. La digitalisation au cœur de la stratégie des Laboratoires Pierre Fabre pour améliorer l'orientation consommateur/patient.

Un Plan de Transformation abouti

Entre 2020 et 2022, les Laboratoires Pierre Fabre ont mis en œuvre un Plan de Transformation d’une ampleur inédite, organisé autour de cinq piliers. Assorti d’objectifs précis et ambitieux, il a mobilisé toute l’entreprise et impacté l’ensemble de ses activités, son organisation et sa culture.

Dans le respect des valeurs du Groupe, ce Plan a été conçu pour renouer avec la rentabilité, garantir la pérennité de l’entreprise et mieux répondre aux attentes des clients et partenaires, notamment des patients, consommateurs et professionnels de santé. Il a été mené dans des circonstances exceptionnelles : crise sanitaire et cyberattaque, tensions internationales ou encore difficultés d’approvisionnement en matières premières. Ces événements ont à la fois compliqué son déploiement et appuyé la démonstration de sa nécessité. Son succès est le fruit de l’engagement de tous les collaborateurs, de l’agilité individuelle et de l’adaptation collective.

Affirmer un positionnement médical et naturel authentique, et différenciant

Le Plan de Transformation a consacré l’affirmation d’un positionnement unique s’appuyant sur l’alliance du médical et de la naturalité au service de l’humain.

En 2020, une Direction Médicale & Relations avec les patients a été créée pour améliorer la prise en charge des patients et consommateurs en les plaçant au centre de l’innovation et du management du cycle de vie des produits. La Green Mission Pierre Fabre, dédiée à la RSE et à la naturalité, est quant à elle à l’origine du Green Impact Index, premier outil d’éco-socio-conception des produits cosmétiques et de santé familiale. ●●●

01.



« NOUS AVONS TRANSFORMÉ NOTRE ENTREPRISE EN PROFONDEUR. C’EST SUR CE SOCLE, CONSTRUIT ENSEMBLE, QUE NOUS ALLONS NOUS APPUYER, POUR ALLER ENCORE PLUS VITE ET ENCORE PLUS LOIN. »

Eric Ducournau, Directeur Général des Laboratoires Pierre Fabre

01. Le succès du Plan de Transformation est le fruit de l’engagement de tous les collaborateurs.
02. Les Laboratoires Pierre Fabre poursuivent leur engagement pour la préservation de la biodiversité.



02.

LES 5 OBJECTIFS DU PLAN DE TRANSFORMATION

PILERS STRATÉGIQUES		OBJECTIFS AU DÉPART DU PLAN DE TRANSFORMATION	RÉSULTAT ATTEINT EN 2022
Médical et naturalité		80% des nouveaux produits Dermo-Cosmétiques & Personal Care sont issus de la démarche Conscious Care	95%
Portefeuille et empreinte géographique		Au moins 45% des territoires délivrent un taux d’EBIT à coûts directs supérieur à 30%	59%
Efficience		Le taux d’EBIT global du Groupe est compris entre 9 et 10%	9,5%
Digital		20% du chiffre d’affaires Dermo-Cosmétiques & Personal Care sont réalisés en ligne	21,2%
Organisation		100% des collaborateurs repositionnés au sein de l’organisation cible	100%



Près de
2/3
du chiffre d'affaires
en Dermo-Cosmétique & Personal
Care est généré
par des produits
éco-socio-conçus
en 2022.

●●● En Dermo-Cosmétique, la double expertise médicale et naturelle du Groupe a façonné une nouvelle approche du soin. Baptisée « Conscious Care », elle a fédéré les marques dermo-cosmétiques du Groupe autour du développement de produits novateurs et efficaces, combinant notre expertise scientifique et médicale, et le respect de la planète. Parmi les lancements caractéristiques de cette approche, la gamme A-Derma Biology, certifiée Cosmos Organic par Ecocert.

Recentrer notre stratégie de portefeuille

Le Plan de Transformation a permis l'optimisation du portefeuille de marques, avec un meilleur équilibre entre les deux activités du Groupe.

Un nouveau souffle a été donné à l'activité Medical Care, en priorisant l'oncologie et la dermatologie en matière de recherche et développement. Dans ces aires thérapeutiques, le Groupe s'est renforcé sur des indications de niche particulièrement adaptées à un laboratoire de taille intermédiaire. Ainsi, des lancements majeurs en oncologie ont pu être réalisés, dans le traitement de formes ou d'évolutions particulières du mélanome, du cancer colorectal ou du cancer du sein. Plusieurs partenariats ont

04.



également été conclus comme avec la Fondation EspeRare pour le développement d'un premier traitement du XLHED, une maladie génétique rare à incidence dermatologique grave.

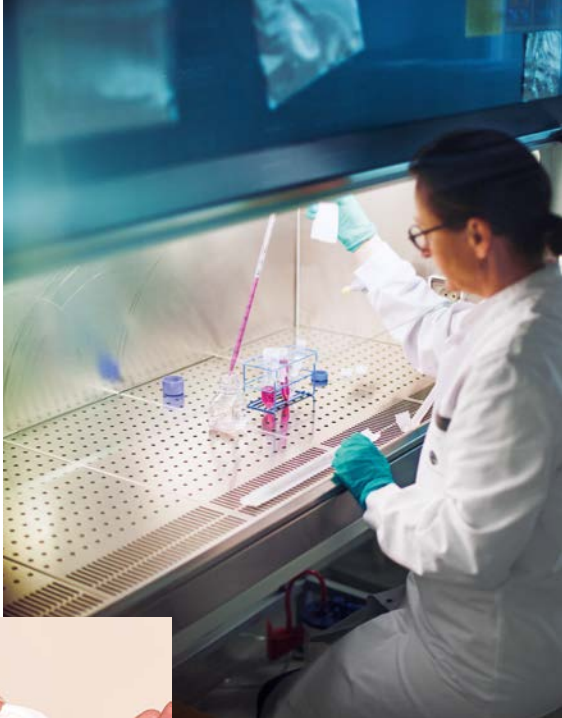
En Dermo-Cosmétique, le portefeuille s'est allégé pour ne conserver que des marques en phase avec le positionnement médical et naturalité du Groupe. Par ailleurs, un plan d'accélération a été mis en place pour soutenir le développement de la marque Eau Thermale Avène.

Le Plan de Transformation a par ailleurs été l'opportunité de recentrer nos implantations industrielles et tertiaires pour favoriser une production localisée en France, centrée sur la fabrication des seuls produits du Groupe.

Améliorer notre efficacité pour financer la transformation

Un travail de fond a été mené pour augmenter la capacité à

03.



03. Un nouveau souffle a été donné à l'activité Medical Care, au travers d'un recentrage sur l'oncologie et la dermatologie.

04. Le portefeuille de marques a été resserré sur les marques en phase avec le positionnement « médical et naturalité ».

générer une croissance rentable. Les synergies ont été renforcées entre les activités Medical Care et Dermo-Cosmétique & Personal Care, grâce à la fusion managériale des deux activités et de plusieurs réseaux commerciaux dans la plupart des filiales. Cela a conduit à des gains de productivité et une meilleure rentabilité.

Des optimisations ont aussi été réalisées sur les processus industriels, comme la réduction du nombre de formats de tubes, qui sont passés de 110 à 10 références. Certaines activités ont par ailleurs été internalisées, comme la production de nouveaux actifs en oncologie sur le site de Gaillac (Tarn). Pour aller plus loin, le Groupe a lancé le projet Opérations 4.0.



5
points de hausse
pour la part des
revenus du Groupe
réalisés à l'inter-
national entre 2019
et 2022.



45%
de croissance
annuelle
moyenne des
investissements
digitaux entre
2019 et 2022.

Son ambition est de transformer les méthodes de production à la faveur des technologies numériques. À Gaillac, le nouvel atelier de production d'actifs biologiques issus de la microflore de l'eau thermale d'Avène bénéficie déjà de ces technologies de pointe.

Faire du digital un facteur d'accélération pour améliorer l'orientation consommateur/patient

Le digital offre l'opportunité de mieux comprendre les attentes des patients, des consommateurs, des professionnels de santé et de personnaliser la relation. Ainsi, l'adoption du marketing de précision a permis aux marques du Groupe d'améliorer la qualité de leurs interactions digitales avec les consommateurs.

05.

Les implantations industrielles et tertiaires ont été recentrées pour favoriser une production localisée en France concentrée sur les produits du Groupe.



06. De nombreuses initiatives ont vu le jour pour favoriser des façons de travailler plus collaboratives.

05.



06.

« 52 % DE NOTRE
CHIFFRE D'AFFAIRES
DERMO-COSMÉTIQUE
ET 23 % DE NOTRE
CHIFFRE D'AFFAIRES
MEDICAL CARE SONT
RÉALISÉS AVEC DES
ACTIFS FABRIQUÉS
SUR NOTRE SITE
DE GAILLAC DANS
LE TARN. UNE FAÇON
DE MIEUX SÉCURISER
NOTRE CHAÎNE
DE VALEUR. »

Vincent Huraux,
Directeur Général des Opérations

07.



07. Les synergies ont été renforcées entre les activités Medical Care et Dermo-Cosmétique & Personal Care.

08. La Green Mission Pierre Fabre, dédiée à la RSE et la naturalité, se consacre à la mise en œuvre de la stratégie climat du Groupe.



+ de
90%
des collaborateurs ont participé à l'enquête d'engagement en 2022.



+ de
380
équipes ont participé aux ateliers 1,2,3 Transfo, des moments collectifs de bilan sur la transformation.

« NOUS AVONS ACCÉLÉRÉ LA DIGITALISATION DE NOS ACTIVITÉS MARKETING ET COMMERCIALES POUR MIEUX CONNAÎTRE LE CONSOMMATEUR ET MAXIMISER L'ESSOR DU E-COMMERCE. »

Frédéric Ennabli, Directeur Général de la Business Unit Dermo-Cosmétique & Personal Care

●●● L'investissement renforcé sur l'ensemble des canaux digitaux a par ailleurs contribué à développer l'activité e-commerce du Groupe, avec 21,2% des ventes dermo-cosmétiques en 2022 réalisés en ligne, contre 10% en 2019.

Transformer notre organisation et nos modes de travail

Face à une organisation jugée trop verticale, une profonde réorganisation de l'entreprise a eu lieu. Aujourd'hui, 4 Business Units et 8 Business Partners mutualisés œuvrent à développer l'agilité nécessaire pour mieux travailler ensemble. Le Comité de direction a été resserré, pour gagner en agilité et permettre une vision plus transverse des décisions stratégiques. De nombreuses initiatives ont vu le jour pour

favoriser des façons de travailler plus collaboratives, et mieux associer les collaborateurs à la stratégie du Groupe. Depuis 2020, l'engagement des collaborateurs est mesuré chaque année à travers une enquête interne. Les objectifs et priorités annuels de chaque Business Unit ou Direction sont partagés de façon transparente pour favoriser l'alignement des équipes. Deux fois par mois, le Directeur Général s'adresse aux collaborateurs dans une vidéo revenant sur les faits marquants de la quinzaine écoulée. Depuis avril 2021, une plateforme de communication interne permet d'informer les collaborateurs en temps réel sur la vie du Groupe et de partager chaque jour de nouveaux contenus. ●

Pierre Fabre et vous, des histoires partagées

Avancer

PAR UNE EXPERTISE ANTI-ÂGE FONDÉE SUR LA SCIENCE

Patrick Bogdanowicz, Chercheur Vieillessement, Recherche Pharmacoclinique, BU Dermo-Cosmétique & Personal Care.

« Mon travail consiste à identifier les causes du vieillissement cutané, pour ensuite trouver des principes actifs qui les ciblent. Une collaboration étroite avec le Pr Jean Marc Lemaître, Directeur de recherche à l'Inserm et expert de la sénescence cellulaire (vieillessement), nous a permis de mieux comprendre le fonctionnement des cellules sénescents. Ensemble, nous avons décrypté les signaux envoyés par ces cellules dans leur environnement proche, qui perturbent le fonctionnement des cellules saines et accélèrent le vieillissement cutané. Nous avons identifié un actif qui bloque ces signaux. C'est ainsi qu'est née la gamme Hyaluron Active B3 Eau Thermale Avène, fruit de plus de six ans de recherche et d'un véritable travail d'équipe, et qui s'attaque aux causes profondes du vieillissement de la peau. »

L'année 2022 en faits et en chiffres

L'année 2022 a été une année d'accélération et de progrès pour les Laboratoires Pierre Fabre qui a été marquée par la fin du Plan de Transformation lancé en 2019 et l'aboutissement de nombreuses initiatives.

FÉVRIER

1 000^e

brevet du Groupe, octroyé pour l'utilisation du Chardon Marie dans la gamme XeraCalm du laboratoire dermatologique Avène pour soulager les peaux sèches et les démangeaisons.



JUIN

● Lancement de l'application mobile Vik CRC, développée en collaboration avec l'association de patients Europa Colon Espagne, pour aider les patients atteints de cancer colorectal et leurs proches à trouver des réponses à leurs questions.

JUILLET

● Village éphémère ouvert au public créé à Castres pour célébrer les

60

ans du Groupe et son héritage tarnais: plus de 5000 visiteurs ont découvert des stands immersifs, et participé à des ateliers pédagogiques.

● Conclusion d'un contrat de licence exclusif en urologie avec Urovant pour la commercialisation en Europe d'un nouveau traitement.

AOÛT

● Prise de participation dans le capital de Gennisium Pharma, une société française innovante spécialisée dans les médicaments de niche destinés aux bébés prématurés.



● Naissance du premier bébé traité dans le cadre de l'essai clinique EDELIFE portant sur un traitement prénatal de la dysplasie ectodermique hypohidrotique liée au chromosome X (XLHED), une maladie pédiatrique et génétique orpheline.

SEPTEMBRE

● Lancement de l'application mobile Eczema CARE (anciennement PO-Scorad) par Pierre Fabre Eczema Foundation, développée par ses médecins experts pour aider à mieux prendre en charge la maladie.

● Label Engagé RSE d'AFNOR Certification attribué au Groupe Pierre Fabre, qui devient le premier grand groupe industriel labellisé au niveau «Exemplaire».



89

sur 100 à l'index d'égalité femme-homme en France.



50%

des filiales de la division internationale sont dirigées par des femmes.

NOVEMBRE

● Présentation de « Visible Diseases of the Skin (VDS) », la première étude épidémiologique internationale sur la prévalence et l'impact psychosocial des dermatoses chroniques visibles avec plus de

● Lancement de la ligne Hyaluron Activ B3, caractérisée par une nouvelle approche de la lutte contre les signes du vieillissement basée sur la sénescence cellulaire et une empreinte environnementale réduite.



4

études cliniques en cours dont 2 en Chine.

13 000

participants dans 6 pays.



DÉCEMBRE

● Classement dans le

TOP 3

du palmarès 2022 EPOKA/Harris Interactive (en partenariat avec l'Étudiant) des « Entreprises Préférées des étudiants et jeunes diplômés » dans le secteur de l'industrie pharmaceutique.

● Annonce de la création du Consortium du Green Impact Index avec

25

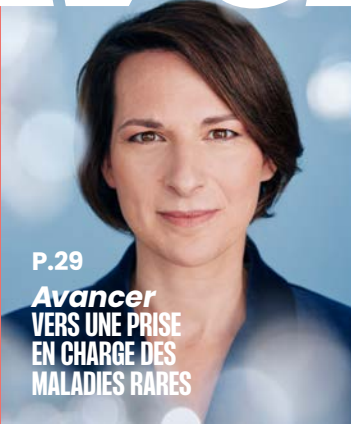
● Autorisation de mise sur le marché d'une nouvelle thérapie ciblée, fruit d'un accord de licence avec Atara Biotherapeutics, pour le traitement des adultes et enfants atteints d'une maladie lymphoproliférative post-transplantation et positive au virus d'Epstein-Barr récidivante ou réfractaire.

acteurs représentant plus de 1000 entreprises sous l'égide d'AFNOR Normalisation pour développer un outil d'affichage environnemental et sociétal des produits de cosmétiques et de bien-être.

Activité

Notre mission est particulièrement claire et inspirante : innover sans relâche pour apporter aux patients de nouvelles solutions de soin. Nous avons choisi de nous investir principalement dans trois domaines : l’oncologie, la dermatologie médicale et la dermo cosmétique. Avec un organe majeur du corps humain, la peau, qui relie ces trois domaines entre eux.

Avancer



Pierre Fabre et vous,
des histoires partagées

Professionnels de santé, collaborateurs des Laboratoires Pierre Fabre, pharmaciens et associations de patients, tous se mobilisent pour prendre soin de vous.



Découvrez la version digitale du rapport annuel sur [Pierre fabre.com](https://www.pierre-fabre.com)

NOTRE ACTIVITÉ EN CHIFFRES

Plus de **1 000** études cliniques menées en R&D Dermo Cosmétique & Personal Care en 2022.

18 millions d euros investis en études cliniques en 2022 par le Medical Care.

POUR
PRENDRE
SOIN
DE VOUS



UNE APPROCHE GLOBALE DU SOIN

La santé n'est pas seulement l'absence de maladie ou d'infirmité: l'Organisation mondiale de la santé (OMS) la définit comme un état complet de bien-être physique, mental et social. En phase avec cette conception holistique, les Laboratoires Pierre Fabre font une priorité du continuum «prévenir, traiter et accompagner». L'entreprise s'appuie sur la complémentarité de ses deux activités, médicale et dermo-cosmétique, ainsi que sur les nouvelles technologies digitales, pour proposer une prise en charge globale dans de nombreuses maladies.

Améliorer le confort des patients
Les traitements anticancéreux peuvent causer divers effets indésirables notamment l'apparition de sécheresses cutanées.

L'un de nos produits phares en oncologie est une thérapie orale ciblée pour les patients atteints de mélanome métastatique muté B-RAF. Pour atténuer les effets secondaires et favoriser le bien-être et la qualité de vie de ces patients, une initiative pilote a débuté fin 2022: la mise à disposition d'une trousse contenant 5 soins dermo-cosmétiques de

« DE LA PRÉVENTION AU TRAITEMENT JUSQU'À L'ACCOMPAGNEMENT POST-TRAITEMENT, NOTRE POSITIONNEMENT UNIQUE NOUS PERMET DE PROPOSER UNE APPROCHE GLOBALE DE LA PRISE EN CHARGE DES PATIENTS AVEC DES SOINS ET SERVICES ADAPTÉS À CHAQUE ÉTAPE DU PARCOURS DE SOINS. »

Núria Pérez-Cullell, Directrice Médicale et Relation Patient/Consommateur

01. Les Laboratoires Pierre Fabre développent des traitements phares en oncologie et cherchent à atténuer les effets secondaires à travers une initiative pilote.

la marque Eau Thermale Avène et un livret d'accompagnement, délivrés aux patients atteints de mélanome métastatique muté B-RAF et débutant leur traitement avec notre thérapie ciblée. Délivrée par leur pharmacien, cette trousse vise à informer et accompagner les patients dans la gestion des effets indésirables cutanés pouvant survenir au cours du traitement. Ce test est actuellement en cours en France, dans une cinquantaine de pharmacies, et sera déployé plus largement à l'issue de la phase pilote fin 2023.

Soutenir les patients atteints de cancer colorectal
Le cancer colorectal (CRC) est une maladie difficile, dont l'impact sur la qualité de vie des patients est considérable. Pour les aider à faire face aux difficultés rencontrées, la filiale espagnole des Laboratoires Pierre Fabre a noué un partenariat avec WeFight, une entreprise spé-

01.



02. Les enquêtes menées sur les maladies de peau et leurs conséquences ont pour objectif de mieux prendre en charge les patients.

03. Le positionnement unique du Groupe permet d'appréhender la prise en charge du patient dans sa globalité.



02.

cialisée dans le développement d'assistants virtuels à destination de patients et de leurs proches.

Ce partenariat a donné naissance à une application mobile baptisée ViK CRC à destination des patients atteints de cancer colorectal.

Développée en collaboration avec un comité scientifique, incluant divers professionnels de santé et l'antenne locale de l'association de patients Europa Colon Espagne, ViK CRC s'adapte aux particularités du parcours de soins en Espagne.

Dotée d'une base de données évolutive, ViK CRC est aujourd'hui capable de répondre à plus de 1250 questions, dans un langage simple et accessible au patient et à son entourage. Les contenus ont été élaborés à partir des informations remontées par l'association de patients et affinées lors de groupes de discussion.



03.

22 %
des patients reçus en 2022 au Centre Thermal Avène sont venus se ressourcer après avoir été traités pour un cancer.

L'ambition est de construire la plus grande base de données sur les maladies de peau privée, représentant tous les types et couleurs de peau, et toutes les pathologies. Pour y parvenir, l'enquête a été diffusée en ligne auprès de 50 000 personnes dans 20 pays.

Elle porte sur les multiples dimensions du parcours du patient et l'impact de la maladie sur tous les aspects de la vie quotidienne. L'objectif est de favoriser une prise en charge plus globale et mieux adaptée aux diverses pathologies: l'acné, l'eczéma, le psoriasis et le vitiligo.

Appréhender les maladies de peau dans le monde entier
Pour mieux comprendre l'impact des maladies de peau et leurs conséquences sur la vie des personnes qui en souffrent, les Laboratoires Pierre Fabre ont lancé une grande enquête appelée « ALL ».

Lancée en 2022, l'étude se déroulera sur cinq ans avec des analyses progressives par pathologies et par pays. Les données seront notamment partagées avec la communauté médicale lors de congrès dermatologiques. ●

REGARD SUR NOS SOLUTIONS

P

our prendre soin de chacun, le Groupe propose un large éventail de solutions dermo-cosmétiques et thérapeutiques, avec une approche globale destinée à prévenir, accompagner et traiter.

Prendre soin de la peau et du cheveu, favoriser l'hygiène bucco-dentaire.

Prendre soin de chacun, c'est d'abord croiser nos expertises en dermatologie, en odontologie et en cosmétologie pour imaginer des produits dermo-cosmétiques et d'hygiène bucco-dentaire ciblés qui améliorent la vie au quotidien de nos patients et consommateurs. Ces produits sont imaginés et développés avec l'aide des professionnels de santé. La gamme EXOMEGA ALLERGO d'A-derma propose, par exemple, les premiers soins spécialement dédiés aux patients atopiques et allergiques, grâce notamment à l'ultra-tolérance de la technologie Cosmétique Stérile sans aucun conservateur.

FOCUS

La gamme Hyaluron Activ B3 se caractérise par une nouvelle approche de lutte contre les signes du vieillissement et une empreinte environnementale réduite. Après six ans de travaux en collaboration avec l'Inserm, les équipes d'Eau Thermale Avène ont montré qu'avec une approche centrée sur les cellules sénescences de la peau, il était possible de renverser le processus du vieillissement et de relancer la régénération cellulaire.

* Plus de 15% de plaque retirée avec la référence 15/100.

Pierre Fabre Oral Care poursuit sa démarche de valorisation médicale des accessoires dentaires, avec une méthode d'évaluation comparative de l'efficacité des brosses à dents sur le retrait de plaque dentaire grâce à un robot reproduisant parfaitement le geste de brossage. Ce protocole a confirmé la supériorité des brosses à dents INAVA/ELGYDIUM Clinic par rapport à ses principaux concurrents*.

Soigner les maladies de la peau

Prendre soin de chacun, c'est également développer des solutions pour les maladies dermatologiques, y compris les plus rares. Les produits des Laboratoires Pierre Fabre permettent de traiter des pathologies cutanées comme la dermatite atopique, le psoriasis, l'acné ou la kératose actinique, une lésion précancéreuse de la peau principalement localisée sur le crâne et le visage. Elle est causée par une exposition régulière et excessive au soleil.



01. L'éventail thérapeutique du Groupe couvre la prise en charge de plusieurs maladies ou déficiences chroniques.



02.



03.

Le Groupe se consacre également au développement de nouveaux traitements pour les maladies pédiatriques rares à incidence dermatologique comme les hémangiomes infantiles sévères et la dysplasie ectodermique (XLHED). La dermatologie est en effet la spécialité qui compte le plus de pathologies rares.

Soigner le cancer

Prendre soin de chacun, c'est encore aider à prévenir et lutter contre le cancer. Les Laboratoires Pierre Fabre mènent des travaux de recherche et développement en oncologie depuis plus de 40 ans. Aujourd'hui, nous proposons des solutions innovantes pour la prise en charge de mutations moléculaires particulières dans les cancers colorectaux, du sein, du poumon et du mélanome.

02. Le Groupe a inventé la Cosmétique Stérile pour les personnes qui ont la peau hypersensible ou intolérante et qui souhaitent se passer totalement de conservateurs.

03. La recherche et l'innovation poussent le Groupe à toujours améliorer ses produits déjà existants.

Le Plan de Transformation a d'ailleurs fixé pour priorité la recherche et le développement de nouveaux actifs en oncologie. Nos efforts en R&D portent désormais en priorité sur les thérapies ciblées, dans des indications «de niche» ou orphelines.

Pour accélérer l'innovation et répondre aux besoins les plus critiques, les Laboratoires Pierre Fabre adoptent une approche partenariale avec des sociétés de biotechnologie innovantes. Ainsi le partenariat noué en 2015 avec Array, racheté depuis par le groupe Pfizer, a permis le développement et la commercialisation de traitements ciblés dans les cancers de la peau et de l'appareil digestif, tandis que de nouvelles indications, comme le cancer du poumon, sont en cours de développement. ●●●



04. Pour prendre soin du cheveu, René Furterer crée la parfaite alchimie entre soins ultra-sensoriels efficaces et actifs 100 % d'origine naturelle.



28

lancements de nouveaux soins dermo-cosmétiques en 2022.



05.

06. Avec les professionnels de santé et les associations de patients, le Groupe aide à prévenir, soulager et traiter les maladies du quotidien de chaque personne.



05. Les Laboratoires Pierre Fabre construisent des partenariats dans la durée au travers de collaboration avec des scientifiques passionnés.



500

millions d'euros investis en oncologie pendant le Plan de Transformation.

●●● De même, via son partenariat avec Puma Biotechnology, les Laboratoires Pierre Fabre permettent aux patients européens ou chinois ayant subi un cancer du sein HER2 positif d'accéder à un traitement adjuvant contre sa récurrence.

Soigner les maladies chroniques

Prendre soin de chacun, c'est aussi contribuer à améliorer la prise en charge des maladies ou des déficiences chroniques. Les médicaments des Laboratoires Pierre Fabre couvrent un large spectre de ces pathologies et permettent d'améliorer la vie des patients dans de nombreux domaines thérapeutiques comme l'urologie, la santé féminine et la rhumatologie.

En 2022, dans le cadre d'un contrat de licence avec le laboratoire américain Urovant Sciences, les Laboratoires Pierre Fabre ont acquis les droits de commercialisation en Europe d'un traitement de l'hyper-

FOCUS

En 2022, Pierre Fabre a lancé en Europe le tout premier traitement destiné aux adultes et aux enfants atteints d'une maladie lymphoproliférative post-transplantation (LPT) et positive au virus d'Epstein-Barr récidivante ou réfractaire. Cette tumeur maligne hématologique rare, aiguë et généralement mortelle survient après une transplantation. Développé par la société californienne Atara Biotherapeutics, ce traitement est commercialisé en Europe par les Laboratoires Pierre Fabre dans le cadre d'un contrat de licence.

activité vésicale (HAV). Cette affection clinique se manifeste par des contractions musculaires involontaires de la vessie qui peuvent se révéler très invalidantes au quotidien.

Soigner les maux du quotidien

Prendre soin de vous, c'est enfin accompagner chaque personne dans sa vie de tous les jours. À cet effet, les Laboratoires Pierre Fabre disposent d'une large gamme de traitements de santé familiale, dispensés à l'officine par le pharmacien, pour les maux de gorge, le sevrage tabagique, les infections urinaires ou encore les règles douloureuses.

Un nouveau produit pour la prévention de la carence en vitamine D sera prochainement lancé dans plusieurs pays européens dans le cadre d'un contrat de licence conclu en 2022 avec la société belge Nutrimed. Les Laboratoires Pierre Fabre sont également le laboratoire leader en France dans les produits destinés au sevrage tabagique et ainsi à la prévention des cancers pulmonaires. ●

Pierre Fabre et vous, des histoires partagées

Avancer

VERS UNE PRISE EN CHARGE DES MALADIES RARES

Virginie Counioux, PRÉSIDENTE DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DES DYSPLASIES ECTODERMIQUES (AFDE)*.

« L'AFDE accompagne les familles touchées par une dysplasie ectodermique, dont la forme la plus fréquente est la XLHED. Il s'agit de maladies génétiques rares, qui affectent les glandes sudoripares, les poils, cheveux, dents et ongles. Elles peuvent, entre autres, provoquer des intolérances à la chaleur ou à la lumière, des agénésies dentaires sévères. Le regard des autres est parfois douloureux. Je me suis engagée dans l'action il y a six ans, parce que des membres de ma famille étaient directement touchés. L'AFDE propose par exemple des séjours aux familles, et participe à des projets de recherche. Nous participons notamment à l'essai clinique EDELIFE sur le traitement prénatal de la XLHED, mené par les Laboratoires Pierre Fabre et la Fondation EspeRare. C'est une révolution qui peut tout changer pour ces enfants et leur famille. C'est une vraie chance que les Laboratoires Pierre Fabre s'engagent sur ces maladies rares. »

*Jusqu'à fin mars 2023.

RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT : CRÉER LES SOINS DE DEMAIN



171

millions d'euros investis en R&D en 2022.

FOCUS

Les Laboratoires Pierre Fabre se sont engagés avec la Fondation EspeRare, dans le développement d'une thérapie intra-utérine révolutionnaire pour le traitement de la dysplasie ectodermique (XLHED), une maladie génétique rare qui touche chaque année environ 400 bébés garçons en Europe. Une étude clinique, menée parmi des femmes enceintes d'un fœtus porteur du gène de la maladie, a débuté en novembre 2021, avec un premier patient traité en juillet 2022.

Afin de proposer des solutions thérapeutiques et dermo-cosmétiques toujours plus efficaces, les Laboratoires Pierre Fabre investissent depuis toujours en R&D (Recherche & Développement) conformément à l'un des piliers de sa Raison d'être: «Chaque fois que nous innovons, pour permettre à chacun de vivre mieux».

Mettre au point de nouveaux traitements pour répondre à des besoins médicaux non satisfaits.

Le champ des possibles thérapeutiques reste immense pour les patients atteints de cancer, de maladies dermatologiques ou de maladie rares. Moins de 5% des maladies rares – c'est-à-dire affectant moins d'une personne sur 2000 – bénéficient aujourd'hui d'un traitement alors que plus de 300 millions de patients sont touchés dans le monde. Investi depuis 40 ans dans la recherche en oncologie, et confronté aux évolutions profondes et continues de la science dans ce domaine, le Groupe se focalise désormais sur les thérapies ciblées, en d'autres termes des molécules capables d'inhiber des mutations cellulaires entraînant le développement de tumeurs cancéreuses.

Pour construire son portefeuille de demain, le Groupe accélère la recherche précoce de nouvelles thérapies ciblées en partenariat avec des biotechs innovantes. Dernier en date, le partenariat signé en février 2023 avec la biotech Scorpion Therapeutics installée à Boston (États-Unis). Ensemble, les deux entreprises s'apprêtent à démarrer le codéveloppement de deux composés en oncologie de précision dans la prise en charge d'une forme très spécifique du cancer du poumon non à petites cellules.

Francesco Hofmann, Directeur R&D Medical Care, explique: «Notre objectif est de disposer d'un pipeline de quatre à six actifs en développement clinique d'ici cinq ans. Pour nous guider dans nos choix d'investissements, nous avons constitué un comité scientifique consultatif comprenant cinq chercheurs et cliniciens internationalement reconnus en oncologie.»

Développer des soins cosmétiques avec des bénéfices plus holistiques

En dermo-cosmétique, Pierre Fabre œuvre à développer des produits uniques, grâce à des technologies spécifiques, tout en garantissant le sourcing durable des composants. Les équipes de R&D s'appuient sur des techniques issues du monde médical, en particulier l'interactome qui décrypte l'ensemble



des interactions moléculaires existantes au sein d'une cellule, d'un tissu ou d'un organisme. Cette approche holistique permet le développement de produits ciblant l'ensemble des facteurs (génétiques, environnementaux, etc.) déclenchant une pathologie cutanée. L'interactome est d'ores et déjà à l'origine de la nouvelle gamme anti-âge Hyaluron Activ B3 d'Eau Thermale Avène, lancée en 2022. D'autres gammes s'apprêtent à bénéficier de cet axe majeur de recherche, dans la protection solaire, les soins capillaires et la prise en charge de l'acné.

Xavier Ormancey, Directeur R&D Dermo-Cosmétique & Personal Care, complète: «Nous nous appuyons également sur le biomimétisme, avec des soins qui répliquent les mécanismes de défense du vivant. D'abord centrée sur les soins de la peau, cette approche est aujourd'hui étudiée pour la protection solaire et la cicatrisation en s'inspirant des stratégies d'auto-protection du lichen et des algues.» ●



18

brevets déposés en 2022.

75

communications scientifiques présentées dans des revues et lors de congrès médicaux.

«LE BIOMIMÉTISME EST UN AXE STRATÉGIQUE D'INNOVATION DURABLE ET EFFICACE.»

Katia Ravard, Responsable Projets Transversaux et Biomimétisme, Direction Dermo-Cosmétique & Personal Care

Pierre Fabre et
vous, des histoires
partagées

Avancer

DANS LA CRÉATION DE SOLUTIONS DIGITALES POUR LES PATIENTS

**Dr Markéta
Saint Aroman,**
DIRECTRICE MÉDICALE
DERMO COSMÉTIQUE
ET DIRECTRICE
DE LA PIERRE FABRE
ECZEMA FOUNDATION.

« L'eczéma est une maladie du système immunitaire qui touche une personne sur cinq dans le monde. Grâce à l'application mobile ECZEMA CARE+, les patients peuvent suivre l'évolution de leurs symptômes, partager ces informations avec les soignants et bénéficier de conseils personnalisés. C'est un outil d'aide à la prise en charge de la maladie. Nous allons y intégrer une dimension prédictive, grâce à un algorithme basé sur l'intelligence artificielle, pour permettre aux patients d'anticiper l'évolution de leur maladie. Enfin, cette application fournit des données précieuses pour nos études cliniques qui ont pour objectif de faire progresser les bonnes pratiques de soin. »

COMMENT MIEUX COMPRENDRE LES BESOINS DES PATIENTS ET DES CONSUM- MATEURS ?

Les patients et les consommateurs souhaitent plus que jamais être entendus, à travers une meilleure prise en compte de leurs besoins et des irritants qui jalonnent leur parcours de soins. Fidèles à leur Raison d'être, les Laboratoires Pierre Fabre s'attachent donc à imaginer des solutions innovantes inspirées directement par les consommateurs et les patients. Pour cerner leurs attentes et proposer des réponses adaptées, le Groupe mise sur l'écoute active et le codéveloppement.

Travailler main dans la main avec les associations de patients

Pour mieux comprendre le vécu des personnes qui vivent avec une maladie, nous échangeons de plus en plus avec les associations de patients. Ces moments sont une source d'information importante sur les besoins non satisfaits. Ils permettent également d'identifier de nouvelles voies de collaboration.

Les Laboratoires Pierre Fabre collaborent ainsi avec plus de 70 associations de patients dans le monde, sur le développement de nouveaux produits, services ou applications digitales, en oncologie, en dermatologie et dans les maladies rares.

Illustration de l'approche partenariale du Groupe: une charte de codéveloppement a été créée en 2022 pour l'ensemble des marques dermo-cosmétiques. Elle a été cocrée avec des représentants d'associations ainsi que des patients, qui ont indiqué les étapes auxquelles ils souhaitent être consultés pour apporter une véritable valeur ajoutée. Si l'esprit de la démarche n'est pas totalement nouveau pour le Groupe, elle formalise désormais une prise en compte cohérente de la voix du patient par ses marques dermo-cosmétiques. Les premiers produits codéveloppés avec les patients dans le cadre de la charte seront lancés à la fin de l'année 2023.

Au sujet de cette charte, Jean-Marie Meurant, Vice-Président de la Fédération Française de la Peau et président du Vitiligo International Patient Organizations Conference Committee, a déclaré: « Cette initiative est à ma connaissance une première. Ce ne sont plus les patients ou les malades qui s'adapteront aux produits, mais les produits qui s'adapteront aux patients. C'est une grande innovation. » ●●●



23

études de vie
réelle en cours.

5

nouvelles
études de vie
réelle lancées
en moyenne
chaque année.



Plus de
70

associations
de patients
soutenues
par le Groupe.

« **CHEZ LES LABORATOIRES PIERRE FABRE, NOUS TRAVAILLONS AVEC LES PATIENTS POUR LES PATIENTS, DANS LE BUT D'AMÉLIORER LEUR VIE QUOTIDIENNE ET LES AIDER À MIEUX VIVRE AVEC LA MALADIE.** »

Catherine Baissac,
Responsable Patient Centricity,
Direction Dermo-Cosmétique & Personal Care

FOCUS

Pierre Fabre et la start-up Kap Code, ont présenté en novembre 2022 les résultats d'une étude sur les difficultés exprimées sur les réseaux sociaux par les patients atteints de cinq maladies visibles de la peau. Cette étude a été réalisée à partir de données recueillies durant trois ans.



●●● Générer des données

Pour comprendre et partager l'expérience des patients, les Laboratoires Pierre Fabre travaillent aussi sur la collecte et la génération de données.

En collaboration avec cinq associations, une étude nommée « Visible Diseases of the Skin » a été lancée en 2021 pour explorer les conséquences des maladies de la peau présentant une atteinte du visage et des mains, c'est-à-dire les zones visibles par les autres. 13138 personnes dans six pays ont répondu à l'étude, permettant de tirer des conclusions statistiquement fondées.

Autre exemple, en 2022, Pierre Fabre s'est donné pour mission de constituer d'ici à 2026 l'une des plus grandes bases de données dermatologiques, s'intéressant à tous les types de peau et toutes les maladies de peau, avec l'inclusion des données de plus de 50 000 personnes dans 20 pays avec le programme « ALL » (ALL skins, ALL dermatoses, ALL colors) dont les données seront ainsi mises gracieusement à la disposition des associations pour les aider à communiquer sur l'impact de ces maladies.

La veille digitale ou « social listening » est aussi une source importante d'insights, pour apporter un éclairage sur des thématiques précises et fournir à l'ensemble des métiers de l'entreprise une meilleure compréhension des comportements et des attentes des patients et consommateurs. Clara Thibault, Chief Data Officer, explique : « En 2022, des analyses ont été effectuées sur les perceptions de la télémédecine et de la pharmacie par la génération Z. Elles se sont appuyées sur l'écoute des conversations autour de ces sujets sur les réseaux sociaux, en particulier sur TikTok. »

Mener des études en vie réelle

Les études en vie réelle aident aussi à mieux comprendre les besoins des patients, leurs préférences, le fardeau de la maladie et la relation aux traitements. Elles permettent de collecter des données sur la prise en charge des patients dans la pratique clinique de routine.

Abir Tadmouri, Directrice des Études en vie réelle au sein de la Direction Médicale, partage : « Les données issues de ces études contribuent à identifier des difficultés auxquelles les patients et leurs proches sont confrontés. Des solutions peuvent ensuite être mises en œuvre avec les professionnels de santé et les associations de patients pour améliorer la prise en charge. »

Les Laboratoires Pierre Fabre mènent actuellement plus de 20 études de vie réelle dans différentes aires thérapeutiques, notamment dans l'eczéma et la dysplasie ectodermique (maladie génétique rare aussi appelée XLHED) avec la création d'une métabase constituée de données collectées en vie réelle. ●

Pierre Fabre et
vous, des histoires
partagées

Avancer

DANS LA PRISE
EN CHARGE
DES PATIENTS
TOUCHÉS PAR
LE CANCER

Marie-Ange
Léophonte,
DIRECTRICE GÉNÉRALE
DE LA LIGUE CONTRE
LE CANCER DE
HAUTE GARONNE.

« La Maison des patients est un lieu unique en France, qui a vu le jour grâce au soutien des Laboratoires Pierre Fabre. C'est un projet mûri de longue date et qui est lié à mon parcours personnel. Mon beau fils, atteint d'une leucémie, a dû quitter Toulouse pour recevoir une allogreffe. La Maison, ouverte en 2022 sur le campus de l'Oncopole de Toulouse, propose à la fois un hébergement temporaire pour les patients atteints de cancer et leurs proches, ainsi que des soins de support gratuits, comme une aide psychologique, des soins esthétiques, des activités physiques ou encore du jardinage. C'est un espace de vie, de partage et d'échange, qui contribue à rompre l'isolement social et favorise le bien être des patients. »

COMMENT SOUTENIR LES PROFESSIONNELS DE SANTÉ DANS LEUR PRATIQUE ?

Les professionnels de santé sont aujourd'hui confrontés à de nombreux défis : nouvelles missions à assurer ou encore prise en charge de patients polypathologiques. Les Laboratoires Pierre Fabre entretiennent des relations fortes et historiques avec eux. Monsieur Pierre Fabre, pharmacien d'officine avant tout, a toujours eu à cœur de les accompagner dans leur rôle d'acteurs de santé publique et de les solliciter pour contribuer au développement de nouveaux produits ou de services au bénéfice des patients. L'entreprise est restée fidèle à cette philosophie.

Dialoguer au quotidien

Comment rester informé en matière médicale ? La question taraude nombre de professionnels de santé à une époque d'accélération exponentielle de l'innovation thérapeutique. Les congrès médicaux sont des forums privilégiés pour faire face à ce défi. C'est l'occasion pour les Laboratoires Pierre Fabre de les rencontrer et de partager avec eux en toute transparence leurs connaissances et leurs solutions thérapeutiques. En 2022, le Groupe a participé à une soixantaine de congrès médicaux à travers le monde, lui permettant de partir à la rencontre de quelque 370 000 professionnels de santé dans différentes spécialités. Ainsi, les Laboratoires Pierre Fabre étaient présents au Congrès annuel de la Société européenne d'oncologie médicale (ESMO) organisé à Paris en septembre 2022 et à celui de l'Association européenne d'urologie (EAU) à Amsterdam, en juillet 2022, pour aller à la rencontre des médecins. Nous y avons présenté nos solutions et outils pour la prise en charge des patients atteints de mélanome, de cancer colorectal ou d'hypertrophie bénigne de la prostate. Les équipes de dermo-cosmétique ne sont pas en reste. Elles ont participé au Congrès européen de dermatologie (EADV) qui s'est tenu à Milan en septembre 2022. Un symposium a été organisé par la marque Eau Thermale Avène sur le rayonnement solaire et ses impacts délétères sur la peau, tandis que la marque Ducray abordait le sujet des greffes capillaires.

Le Groupe est également sollicité régulièrement par les instances académiques ou professionnelles pour compléter la formation des pharmaciens et de leurs équipes officinales. Philippe Augère, Directeur des Relations institutionnelles avec la Profession Pharmaceutique, explique : « Nous travaillons en étroite collaboration avec les facultés de pharmacie et les centres régionaux de formation, à travers des interventions régulières sur des thématiques telles que le sevrage tabagique ou la RSE. »

Aider au diagnostic

Les Laboratoires Pierre Fabre développent également des solutions pour venir en soutien des médecins généralistes qui peuvent être confrontés à des patients présentant des pathologies peu fréquentes. L'avis d'un spécialiste va leur permettre de répondre rapidement aux besoins thérapeutiques de leurs patients sans coût supplémentaire pour l'Assurance Maladie.

Ainsi, pour faciliter le diagnostic des pathologies de la peau, et via sa plateforme Dermaweb refondue en 2022, le Groupe a lancé un service de téléexpertise à destination des médecins généralistes. Baptisé « Skin Diag », ce service leur permet de soumettre des photographies d'une peau atteinte de lésions pathologiques à des dermatologues pour recevoir leur avis sous 48 heures. « Cet outil gratuit pour le généraliste est emblématique de notre démarche de soutien aux professionnels de santé. Nous sommes à l'écoute de leurs besoins et essayons de développer »



« LA COLLABORATION
AVEC LES PROFES—
SIONNELS DE
SANTÉ FAIT PARTIE
DE NOTRE ADN. »

Véronique Fabre,
Responsable Digital Scientifique,
Direction Médicale et Relation Patient/
Consommateur

01.



112

publications
scientifiques
en 2022 pour
l'activité
Medical Care.

FOCUS

La marque Eau Thermale Avène s'est associée au Pr Argenziano de l'université de Campania à Naples (Italie), pour le développement de YODermoscopy, une application destinée à aider les dermatologues à identifier les lésions dermatologiques (y compris dans les multiples formes de mélanome). Elle leur permet aussi de s'entraîner et de partager leurs cas particuliers avec une large communauté d'experts. L'application est disponible en 11 langues et compte plus de 28 000 utilisateurs dans 150 pays.

... des solutions concrètes pour y répondre», explique Véronique Fabre, Responsable Digitale Monde au sein de la Direction Médicale et Relations Patient Consommateur.

Faciliter la prise en charge des patients

Pierre Fabre développe également des outils de support en oncologie. Les patients traités pour un cancer font, en effet, face à des problématiques spécifiques qui nécessitent une prise en charge adaptée. Pour soutenir les pharmaciens et leurs équipes, nous avons développé un site baptisé Oncoguide.com. Lancé en France en 2021, il a été étendu aux pays du Maghreb en 2022.

Ce site facilite la préparation et le déroulement des entretiens pharmaceutiques en oncologie. Grâce à Oncoguide.com, les équipes officinales y trouvent des informations et des conseils pour mieux appréhender le vécu des patients et de leurs aidants, et les accompagner de façon globale (gestion des émotions, conseils de nutrition et d'activité physique, le retour au travail, etc.) Oncoguide.com est aujourd'hui disponible dans quatre langues.

D'autres outils sont également proposés aux professionnels de santé, comme la plateforme Tabagora dans le domaine du sevrage tabagique ou encore des modules d'éducation thérapeutique sur l'eczéma atopique.

Préparer demain

Pour répondre à d'autres besoins que le soin ou la prise en charge des patients, les Laboratoires Pierre Fabre ont également développé, avec l'agence Primum Non Nocere®, le projet « Pharmacie Engagée Green ». Cette solution d'accompagnement permet aux pharmaciens d'évaluer et professionnaliser leur démarche RSE et d'obtenir la certification Très Haute Qualité Sanitaire, Sociale et Environnementale (THQSE). Vingt-deux pharmacies ont obtenu le label à ce jour et leurs titulaires sont régulièrement sollicités par des confrères désireux de se lancer.

L'initiative « Retail Academy » propose quant à elle une série de formations pour accroître les compétences du pharmacien d'officine dans les domaines du management des équipes, de la performance commerciale et de la RSE. Près de 100 pharmaciens ont participé aux neuf sessions organisées depuis 2020.

Grâce à ces multiples programmes, les Laboratoires Pierre Fabre s'efforcent de rester fidèles à l'indéfectible volonté de leur fondateur: être le premier et le meilleur partenaire des professionnels de santé. ●

01.

La relation de confiance entre les Laboratoires Pierre Fabre et les professionnels de santé est construite sur une écoute de leurs besoins et de ceux des patients.

Pierre Fabre et
vous, des histoires
partagées

Avancer

AVEC
NOS
PARTENAIRES
VERS DES
PRATIQUES
PLUS
DURABLES

Olivier
Bascoulès,
PHARMACIEN D'OFFICINE,
LEZAT SUR-LEZE (ARIEGE).

« Je suis intimement convaincu de l'importance pour les pharmaciens d'adopter des pratiques écoresponsables, comme la suppression des sacs à usage unique ou la promotion du vrac. Grâce à l'accompagnement des Laboratoires Pierre Fabre et de l'agence Primum non nocere®, j'ai pu franchir le pas. Après un parcours certifiant de six mois, ma pharmacie est désormais labellisée THQSE® au niveau « Or ». C'est une démarche à la fois exigeante et passionnante pour toute l'équipe officinale. Elle fournit un cadre pour exercer de manière plus responsable et pérenne, et répond aussi à une demande croissante des patients, surtout les plus jeunes. Pour convaincre des confrères de s'engager à leur tour, j'ai rejoint l'alliance PHORSE (pharmacies d'officine engagées en RSE). J'en suis persuadé: c'est ensemble que nous pourrons relever les défis du développement durable ! »

COMMENT FAIRE DE LA PRÉVENTION UN FACTEUR CLÉ DE SUCCÈS ?

« **LORS D'OCTOBRE ROSE DES SALARIÉS QUI ONT CONNU LA MALADIE SE SONT MOBILISÉS POUR RAPPELER À LEURS COLLÈGUES L'IMPORTANCE DU DIAGNOSTIC PRÉCOCE.** »

Soraia de Matos, Responsable de Projets Patient Centricity, Direction Médicale et Relation Patient/Consommateur

Le vieillissement de la population est une criante réalité dans tous les pays occidentaux, mais aussi au Japon et désormais en Chine, entraînant chaque année des dépenses de santé supplémentaires pour la collectivité. Dans ce contexte, la prévention a un rôle fondamental à jouer. Elle permet en effet de limiter ou retarder la survenue de maladies, d'assurer une prise en charge précoce et donc moins coûteuse de ces dernières, et d'améliorer la qualité de vie des patients et de leurs aidants.

Depuis toujours, les Laboratoires Pierre Fabre privilégient une approche globale du soin grâce à la complémentarité de leurs activités – médicament éthique, santé familiale et soins dermo-cosmétiques – qui leur permettent une vision holistique de la santé. Leurs gammes de produits diversifiées et complémentaires les placent ainsi en position unique dans l'industrie pour proposer des traitements thérapeutiques et de soutien aux patients, mais aussi des solutions de prévention : produits (soins solaires, sevrage tabagique), outils, services et information.

Agir pour sensibiliser le grand public

Tout au long de l'année, les Laboratoires Pierre Fabre s'impliquent activement dans les grandes campagnes de sensibilisation aux cancers et à l'importance du dépistage : « Mars Bleu » pour le cancer colorectal, sensibilisation au mélanome en mai et « Octobre Rose » pour le cancer du sein.

Partout dans le monde, le Groupe participe aux efforts de prévention. Au Maroc, deux unités mobiles de dépistage du cancer du sein ont par exemple été déployées lors d'« Octobre Rose ». Cette activité a couvert deux régions rurales du pays, en partenariat avec les autorités de santé et des associations. Plus de 800 femmes ont participé à ces opérations de dépistage.

Fort de son expertise en dermatologie, le Groupe a également mené en 2022 une campagne de prévention sur la kératose actinique, une maladie causée par la surexposition au soleil et qui touche principalement les hommes atteints de calvitie s'exposant sans protection.

Outre ces campagnes, la prévention implique l'ensemble des marques à travers le développement de services ou d'outils favorisant l'identification des risques. Le soutien d'Eau Thermale Avène à l'European Skin Cancer Foundation (ESCF), en est l'illustration.



15
filiales et
20

sites en France ont participé à la campagne « Octobre Rose ».



2 200

professionnels de santé utilisateurs de la plateforme Tabagora.



L'ESCF déploie depuis 2010 la certification SunPass pour les établissements accueillant de jeunes enfants, et qui souhaitent attester de la mise en place de mesures de protection solaire.

Aider les professionnels de santé à renforcer la prévention

Les professionnels de santé, au contact direct des patients, sont également des acteurs clés de la prévention. Les Laboratoires Pierre Fabre travaillent en étroite collaboration avec eux pour les mobiliser et les former.

C'est ainsi que Tabagora a vu le jour, une plateforme gratuite de formation au sevrage tabagique pour les professionnels de santé en France (médecins, pharmaciens, tabacologues, etc.). Elle inclut des modules de formation en ligne, des synthèses de sujets d'actualité et des cas patients développés avec des experts de la tabacologie. Tabagora aide à prendre en charge la population générale et des populations spécifiques, comme les femmes enceintes. Un kit de suivi est également proposé aux professionnels de santé, pour appuyer les entretiens avec les patients. Dans un autre domaine, au moment d'« Octobre Rose », en France, une formation a été proposée aux pharmaciens pour les aider à sensibiliser les femmes à l'autopalpation.

Mobiliser et impliquer les collaborateurs

Les collaboratrices du Groupe participent pleinement aux actions de prévention. Certaines d'entre elles jouent un rôle d'ambassadrices auprès de leurs collègues.

Soraia de Matos, Responsable de Projets Patient Centricity, explique : « Lors d'Octobre Rose 2022, onze collaboratrices ont accepté de partager leur expérience en tant que patiente ou proche de patient(e) atteint d'un cancer du sein. » Leurs témoignages sur l'importance du diagnostic précoce et ce qui les a aidés à faire face à la maladie ont été largement partagés sur les réseaux sociaux du Groupe et de ses marques. ●

FOCUS

En mai 2022, le Groupe a présenté les résultats de l'étude « Sunscreen Assessment Family Experience » (SAFE) sur les habitudes et les conditions d'exposition et de protection au soleil des adultes et des enfants dans sept pays des deux hémisphères. Elle révèle que les conseils de protection solaire sont insuffisamment suivis. Le Groupe a ainsi rappelé les bonnes pratiques et travaille à leur diffusion.

Les Laboratoires Pierre Fabre ont toujours été à la pointe en matière de responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise (RSE). Inspirés des valeurs humanistes de notre fondateur, de son amour pour la biodiversité, de son attachement viscéral à sa région natale et ses habitants, nous avons à cœur de prolonger son héritage qui, dix ans après sa disparition, n'a jamais été autant d'actualité. Aligner nos convictions avec la réalité de la concurrence économique mondiale est un défi au quotidien, mais nos 9 600 collaborateurs en font une priorité.

Avancer



P.49
Avancer
VERS DES OPÉRATIONS
PLUS VERTES

Pierre Fabre et vous, des histoires partagées

Du département des opérations au service RH, tous les collaborateurs des Laboratoires Pierre Fabre se mobilisent au service du bien commun.



P.52
Avancer
POUR DÉVELOPPER
NOS COLLABORATEURS



Découvrez la version digitale du rapport annuel sur [Pierre fabre.com](https://www.pierre-fabre.com)

NOTRE ACTIVITÉ EN CHIFFRES

2000

tonnes de plantes
extraites chaque
année à Gaillac.

100

actifs naturels
fabriqués en
routine.

AU SERVICE DU BIEN COMMUN

Green Mission : innover durablement

La Direction Green Mission Pierre Fabre pilote la démarche Naturalité et RSE/Développement durable du Groupe. Créée en 2019 pour accélérer notre transition écologique, elle insuffle aujourd’hui une dynamique vertueuse à tous les niveaux de l’entreprise.

Le Groupe poursuit une stratégie climat ambitieuse. Quelles sont les principales réalisations en 2022 ?

Florence Guillaume — Nous avons diminué de 11% notre empreinte carbone entre 2017 et 2021 sur l’ensemble des scopes, et nous sommes sur la trajectoire de notre objectif de -33% d’ici 2030.

De nombreux chantiers ont avancé significativement grâce à la mobilisation de l’ensemble des métiers (énergie, eau, déchets, éco-socio-conception produits, innovation en économie circulaire, etc.). L’obtention du label Engagé RSE d’AFNOR Certification au niveau « Exemplaire » est une nouvelle reconnaissance de nos efforts.

Nous sommes le premier grand groupe industriel à avoir obtenu cette certification exigeante. Par ailleurs, plus de 1500 collaborateurs ont participé à des actions environnementales et sociales en 2022 dans le cadre des « Green Mission Days », témoignage de notre fort engagement collectif !



Plus de **63%** du CA est généré par des produits éco-socio-conçus (hors AMM et accessoires).



Avec la participation de **Florence Guillaume, Directrice Green Mission Pierre Fabre ; Séverine Roulet-Furnemont, Directrice RSE ; et Laëtitia Favier, Responsable de Projets au sein de Green Mission Pierre Fabre.**

01.

01.

Le jardin botanique Pierre Fabre contribue à la préservation d’espèces menacées.

02.

Un jardin d’expérimentation est dédié à la recherche : tests de culture *in vitro*, tests de culture sur des espèces exotiques, etc.



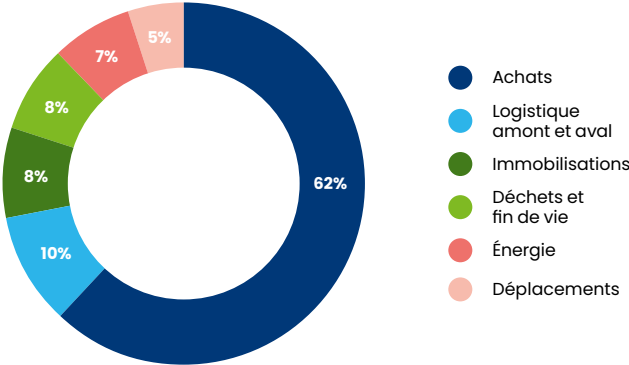
02.

Comment le Groupe mesure-t-il son empreinte carbone ?

Laëtitia Favier — Nous avons deux principaux objectifs : suivre l’évolution de nos émissions par rapport à notre engagement de réduction et déterminer nos principaux postes d’émissions. Pour cela, en 2022, nous avons établi notre empreinte carbone groupe pour les années 2019 et 2021 avec notre partenaire Carbone 4 et l’outil Sweep, qui permet une semi-automatisation de la collecte et du traitement des données. Cet exercice a également été effectué pour la première fois dans une vingtaine de nos filiales.

Nos émissions totales sont ainsi estimées à 390 ktCO₂e en 2021. Les achats représentent le principal poste d’émission avec plus de deux tiers du total, le reste se répartissant entre la logistique, l’énergie et les déplacements. Avec la direction financière, nous testons actuellement une méthodologie de fixation d’un prix interne de la tonne de CO₂ pour mieux prendre en compte l’impact carbone lors de la sélection de nos projets d’investissement. ●●●

DÉTAILS DES ÉMISSIONS DE CO₂ PAR CATÉGORIE



03.

Les espaces verts du conservatoire botanique sont valorisés et travaillés en respectant et renforçant la certification « refuge LPO » du site.



03.

CO₂
33%

de réduction
des émissions
de CO₂ entre
2017 et 2030
prévus sur
l'ensemble de
notre chaîne
de valeur.



3 800

produits côtés
par le Green
Impact Index
dont 82%
notés A ou B,
c'est-à-dire
éco-socio-
conçus.

04.
Plus de 60 % du chiffre
d'affaires du Groupe
proviennent d'actifs
issus de la nature.



« NOUS SOMMES À CE
JOUR LE SEUL GROUPE
INDUSTRIEL À AVOIR
OBTENU LE LABEL
ENGAGÉ RSE D'AFNOR
CERTIFICATION AU
NIVEAU EXEMPLAIRE. »

Florence Guillaume,
Directrice Green Mission
Pierre Fabre

●●● Pierre Fabre a lancé
la méthodologie du Green
Impact Index en 2021 avec
l'ambition de l'ouvrir à
d'autres entreprises.
Ou en êtes-vous ?

Séverine Rouillet-Furnemont —

Avec 25 acteurs de l'industrie
cosmétique, nous avons formé
le consortium du Green Impact
Index. Nous finalisons actuellement
l'AFNOR Spec qui décrira la métho-
dologie de cotation des impacts
environnementaux et sociétaux des
produits cosmétiques et de bien-
être pour plus de transparence
envers le consommateur. D'abord
conçu comme un outil interne, le
Green Impact Index intègre

20 critères (14 environnementaux
et 6 sociétaux) qui analysent aussi
bien la formule du produit que son
emballage. Chez les Laboratoires
Pierre Fabre, plus aucun projet n'est
accepté s'il n'est pas éco-socio-
conçu (A ou B). Le consortium chal-
lenge actuellement les critères
de la nouvelle méthodologie
commune pour 2023. ●

Vers des opérations plus vertes

L'

année 2022 a marqué une
accélération des actions
menées par les équipes
des Opérations industrielles
et logistiques pour réduire
l'impact environnemental
de leurs activités, en ligne
avec la stratégie Climat
du Groupe. Au programme :
mesurer les émissions, mettre
en place des actions d'amé-
lioration à court terme et
lancer des projets structu-
rants pour l'avenir.



01.
Des actions sont
menées pour réduire
la consommation
énergétique des
usines.

02.
La part des éner-
gies renouvelables
dans le mix éner-
gétique progresse.



Améliorer l'efficacité énergé- tique des installations

Plusieurs actions clés entreprises
en 2022 ont permis de réduire la
consommation énergétique des
usines: calorifugeage et isolation
de conduites, optimisation des
réglages de centrales de traitement
de l'air, régulateurs de tension,
remplacement des éclairages, etc.
Par ailleurs, un investissement de
10 millions d'euros est amorcé pour
modifier les circuits calorifiques
et le traitement des gaz du site de
Gaillac spécialisé dans la produc-
tion des actifs pharmaceutiques
et dermo-cosmétiques. À partir de
2025, les émissions directes de CO₂
du site auront diminué de 10% par
rapport à 2021.

11%

de réduction
de la consom-
mation d'énergie
en 2022 par
rapport à 2015.

15%

de réduction
de la consom-
mation d'eau
en 2022 par
rapport à 2018.

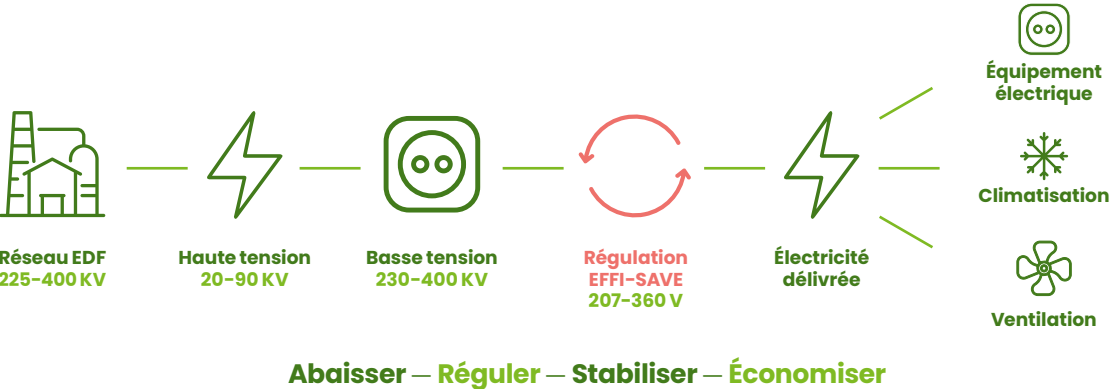
10%

de réduction
de la production
de déchets en
2022 par rapport
à 2018.

Enfin, la part du renouvelable
dans le mix énergétique de nos
opérations progresse. En 2022,
50% de la consommation en gaz
du site de Soual ont été substitués
par du biogaz. Dans le même temps,
l'installation de panneaux photo-
voltaïques a été validée pour les
sites (Soual et Gaillac dans le Tarn,
et Ussel en Corrèze).

Consommer moins d'eau

Outre des actions immédiates
pour réduire la consommation
d'eau (réduction ou suppression
des arrosages, amélioration des
process de nettoyage des lignes
de production, etc.), les équipes
ont amorcé des chantiers trans-
formants. ●●●



« 2022 A ÉTÉ UNE ANNÉE CHARNIÈRE, QUI NOUS A PERMIS DE VALIDER NOS CHOIX STRATÉGIQUES ET DE NOUS METTRE EN ORDRE DE MARCHÉ POUR DES OPÉRATIONS PLUS DURABLES. »

Arnaud Oblinger, Directeur Hygiène, Sécurité et Environnement – Opérations.

●●● Parmi ceux-là, un projet d'usine « sèche » en boucle fermée sur le site de Soual (Tarn), et une nouvelle installation de purification d'eau, dite « osmoseur », sur celui de Gaillac (Tarn). À la clé, une réduction de 100 000 m³ annuels de consommation d'ici 2026, avec de premiers effets mesurables dès 2023.

Réduire les déchets

Dans une logique d'économie circulaire, les équipes des Opérations multiplient les initiatives pour réduire les déchets issus de la fabrication des produits : utilisation des marcs de plantes comme combustibles dans une chaudière biomasse, recyclage des palettes de bois livrant les matières premières aux usines, valorisation de coproduits.

FOCUS

Un régulateur de tension a été testé avec succès à l'usine de Soual (Tarn). Il équipera bientôt l'ensemble des sites du Groupe. Le principe repose sur l'abaissement de la tension électrique délivrée aux machines. Ce procédé innovatif engendre 7 à 8 % d'économie d'énergie à volume de production constant.



03.

Agir sur nos émissions indirectes de CO₂

Premiers postes contributifs à l'empreinte carbone de l'entreprise, les matières premières, les emballages et les transports font l'objet d'une politique de réduction progressive de la part des directions des Achats industriels et de la Logistique. De nouveaux outils de mesure ont été mis en place et orientent ainsi les actions pour décider de celles les plus efficaces, notamment le passage en 2023 à des camions roulant au biocarburant pour assurer nos transports intersites. Ces actions s'inscrivent dans le cadre des démarches volontaires Ecovadis et Fret 21. ●

03.
Un projet d'usine « sèche » a démarré à Soual (Tarn).

Pierre Fabre et vous, des histoires partagées

Avancer

VERS DES OPÉRATIONS PLUS VERTES



Pierre Frantz, CHEF DE PROJET INFRASTRUCTURES ET ENERGIES, INGENIERIE OPERATIONS.

« Ma mission est de mettre en œuvre les engagements environnementaux du Groupe sur nos sites de production et logistique. En 2022, nous avons bâti une feuille de route avec des projets à court, moyen et long terme centrés sur la décarbonation, l'efficacité énergétique et l'augmentation de la part des énergies renouvelables au sein de notre mix énergétique. Nous avons déjà réalisé certains projets, comme l'adaptation du débit de nos centrales de traitement de l'air pour les rendre moins énergivores. D'autres mettront plus de temps à aboutir, comme faire de notre site de Soual une usine sèche à horizon 2026. Je suis heureux de contribuer par mon métier d'ingénieur à l'effort collectif de lutte contre le changement climatique. »

Susciter la solidarité

P

ar leur engagement dans des actions solidaires au service d'une société plus juste et plus inclusive, les collaborateurs du Groupe font vivre sa Raison d'être au quotidien.

Soutenir les réfugiés ukrainiens

À la suite de l'invasion de l'Ukraine, des équipes du Groupe se sont portées volontaires pour confectionner des kits d'hygiène pour les réfugiés ukrainiens. Ainsi, 11000 kits ont été acheminés et remis à des associations locales grâce à la mobilisation de nos filiales polonaise et slovaque. Au total, le Groupe a fait don de 7 tonnes de produits d'hygiène et de soin en 2022. De plus, une vingtaine de collaborateurs français ont bénéficié d'une journée de congé pour s'engager auprès d'associations d'aide aux réfugiés ukrainiens.

Faire don de ses cheveux

Dans le cadre de la campagne «Octobre Rose» et en partenariat avec l'association Fake Hair Don't Care, le spa capillaire René Furterer a organisé une collecte de mèches de cheveux destinées à la fabrication de perruques.

01. Les collaborateurs de Pierre Fabre s'engagent tout au long de l'année dans des actions solidaires.



01.

Sept sites du Groupe ont participé à l'opération et 110 collaboratrices ont fait un don de mèches. Par ailleurs, le Lab for Care, notre concept store à Toulouse, a réalisé 100 coupes de cheveux solidaires. Grâce à cet élan collectif, plus de 21 mètres de cheveux ont été recueillis.

Accueillir des personnes en situation de handicap

Le Groupe mène des actions régulières auprès de ses collaborateurs sur les enjeux de l'emploi et du handicap. À l'occasion de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes en situation de handicap, une trentaine de collaborateurs se sont portés volontaires pour faire découvrir leur métier en duos avec de jeunes personnes en situation de handicap. En 2022, l'ensemble des collaborateurs basés en France ont été sensibilisés au lien entre emploi et handicap au travers d'ateliers de formation et de campagnes d'information ciblées. ●

02.



FOCUS: «SHARING FOR CARING»

Le challenge «Sharing for Caring» récompense des actions de diversité et d'inclusion mises en place dans nos filiales. En 2022, le Mexique s'est distingué avec deux actions significatives: l'organisation d'ateliers pour lutter contre le machisme et la création d'un programme de leadership féminin.

02.

À l'occasion d'«Octobre Rose», 110 collaboratrices ont fait un don de cheveux.

Accompagner le parcours des collaborateurs

L

es Laboratoires Pierre Fabre aspirent à offrir un environnement de travail propice à la réussite, au développement professionnel et à l'épanouissement personnel de chacun. Une enquête annuelle d'engagement mesure la satisfaction et l'adhésion des collaborateurs à la stratégie de l'entreprise afin d'identifier des axes de progression. L'entreprise fait partie des meilleurs employeurs du monde selon le magazine *Forbes*, dont le classement annuel fait référence: en 2022, les Laboratoires Pierre Fabre se placent à la 3^e place des entreprises cosmétiques et à la 6^e des laboratoires pharmaceutiques.

Aux côtés des collaborateurs

Le Groupe souhaite accompagner ses collaborateurs au quotidien tant en matière de développement professionnel que de bien-être au travail. Les salariés basés en France disposent d'un service internalisé de Santé au travail et des Affaires sociales qui assure un conseil de proximité. Au-delà de l'accompagnement individuel, des séances d'information ou de sensibilisation par équipe sont régulièrement organisées sur des sujets divers, notamment le logement, le handicap, le rôle des aidants ou la santé globale.

En 2022, plus de 200 collaborateurs ont par exemple participé à un webinaire sur les aidants, tandis qu'un jeu en ligne sur la sensibilisation au handicap a enregistré plus de 1000 parties.

En filiale également, le Groupe souhaite offrir une assistance sociale à ses collaborateurs à travers un programme baptisé «Employee Assistance Program». Il permet aux salariés et à leur famille de bénéficier d'un service d'écoute et de conseils personnalisés par des psychologues, des juristes, des assistantes sociales et des coachs en management. Emilie Comminges, Responsable de l'Engagement des Collaborateurs de Pierre Fabre Australie, explique: «Les managers et les équipes RH en filiale ne sont pas toujours équipés pour soutenir efficacement les collaborateurs confrontés à des difficultés d'ordre personnel. Grâce à l'Employee Assistance Program, ils peuvent bénéficier d'aide lorsqu'ils traversent un moment délicat.» Près de 70% des collaborateurs internationaux sont d'ores et déjà couverts par ce programme. Historiquement, le Groupe est très engagé pour favoriser la pratique sportive chez ses collaborateurs. Des activités physiques sont régulièrement proposées sur les sites et



en France, plus de 1600 collaborateurs étaient inscrits à une activité sportive en 2022 via l'Association Sportive Pierre Fabre. Un nouveau dispositif «Sport-santé en entreprise» a par ailleurs vu le jour en 2022, pour accompagner les collaborateurs de plus de 40 ans dans la reprise d'une activité physique. ●●●

01.

Les collaborateurs du Groupe bénéficient d'opportunités de formation et de développement.



49 %

des postes ouverts au recrutement en France pourvus en interne entre 2019 et 2022.

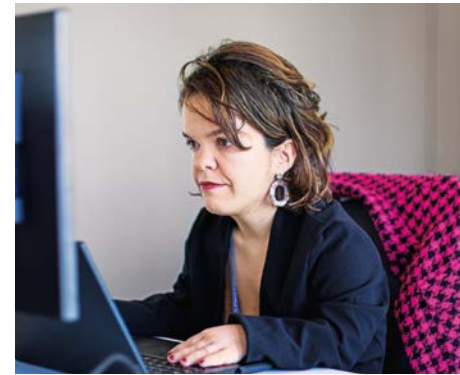
Avancer

POUR DÉVELOPPER NOS COLLABORATEURS

Lilan Qiu,
CHEF DE PROJET
DIGITAL, DIRECTION DE
LA COMMUNICATION.

« Grâce au programme “Opportunité Mission”, j’ai pu évoluer et changer de métier. Après trois ans en tant qu’Assistante de Direction du département Affaires Médicales, j’ai ressenti le besoin de relever de nouveaux défis. Je me suis formée au digital sur mon temps libre, en suivant une formation diplômante à distance. Une fois mon diplôme obtenu, j’ai postulé à une mission de Chef de Projet Digital et, au bout d’un an, j’ai été confirmée dans le rôle. Aujourd’hui, j’ai la responsabilité technique du site internet du Groupe et de ses 22 déclinaisons en filiales ! Je suis heureuse d’être désormais à un poste qui correspond à mes envies, et dans lequel je me sens pleinement épanouie. Le dispositif “Opportunité Mission” est une chance unique d’apprendre, de tester un nouveau métier et de prouver ses compétences. »

02.



02.

L’environnement de travail est propice à la réussite au développement professionnel et à l’épanouissement personnel de chacun.

91 %

de participation
à l’enquête
d’engagement
interne en 2022.

●●● Développer les talents

Le Groupe s’attache à proposer de nombreuses opportunités de formation pour accompagner le développement professionnel de ses collaborateurs et favoriser leur montée en compétences. Par exemple, pour répondre au besoin de développer l’analyse des données, plus de 6 500 heures de formation ont été dispensées sur cette thématique entre 2021 et 2022. Au total, ce sont près de 250 000 heures de formation qui ont été dispensées en 2022 pour renforcer les compétences techniques ou comportementales des collaborateurs.

Pour la première fois en 2022, une Semaine des Compétences (Skill Week) a réuni les collaborateurs en France et dans les filiales, autour de 190 ateliers ou webinaires portant sur les compétences clés des différents métiers : marketing, R&D, ventes, etc. Ces manifestations ont réuni au total plus de 5 500 participants dans le monde. Ce temps fort est venu s’ajouter

FOCUS

Durant la semaine de la Santé et Sécurité au Travail, les collaborateurs du monde entier sont invités à s’interroger sur leurs pratiques et à développer des comportements plus sains et plus sûrs. Ce rendez-vous est un moment d’échanges, notamment au travers d’ateliers abordant des thèmes très divers : conseils en ergonomie, « mythe » du multitasking, initiations aux gestes de premiers secours, etc.



2 830

participants
ont été réunis
dans les ateliers
« Santé et sécurité
au travail »
en 2022.

à l’offre déployée tout au long de l’année, en présentiel ou en virtuel. D’une part, sous forme de plusieurs centaines de modules de formation accessibles et de « Learning Moments » d’une heure ouverts à tous et dispensés par des experts internes ou externes. D’autre part, à travers la mise en place d’un nouveau rendez-vous mensuel : le dispositif « 1 mois, 1 compétence », qui propose aux collaborateurs des échanges avec des speakers inspirants pour développer leurs aptitudes interpersonnelles et leurs capacités de communication. Par ailleurs, pour favoriser les évolutions de carrière, le programme « Opportunité Mission » offre la possibilité de découvrir un autre métier pour une période pouvant aller jusqu’à un an, d’acquérir ainsi de nouvelles compétences et d’évoluer dans beaucoup de cas vers de nouvelles responsabilités. De 2019 à 2022, quelque 300 missions ont été effectuées dans le Groupe. ●

« NOUS AVONS
L’AMBITION D’AIDER
NOS COLLABORATEURS
À SE DÉVELOPPER
ET À RÉALISER LEUR
POTENTIEL, EN LEUR
OFFRANT UN ACCOM-
PAGNEMENT DE
PROXIMITÉ ET UN
ENVIRONNEMENT DE
TRAVAIL PROPICE
À CULTIVER LEURS
TALENTS. »

Maud Vimeux, Directrice
Générale Adjointe en charge
des Ressources Humaines

Agir pour la biodiversité

Parce que les Laboratoires Pierre Fabre sont nés des plantes et que la nature reste jour après jour une source majeure d'innovation, protéger la biodiversité est une évidence.

Un engagement fort

En 2020, les Laboratoires Pierre Fabre a intégré le programme «Entreprises engagées pour la nature» de l'Office Français de la Biodiversité (OFB) dont l'objectif est d'encourager les entreprises à agir en faveur de la biodiversité.

Les engagements pris par le Groupe ont été évalués en 2022 à travers un rapport de suivi, qui a confirmé l'atteinte des premiers objectifs fixés grâce à plusieurs initiatives comme la conception de nouveaux actifs végétaux dans une démarche d'économie circulaire ou l'intégration de nouvelles filières de commerce équitable pour l'approvisionnement en matières premières.

L'agroécologie est une pratique agricole qui remet la biodiversité et les processus écologiques au cœur de l'agriculture. Elle vise à réduire les impacts environnementaux (sur l'eau, les sols, la biodiversité...) tout en répondant aux besoins économiques et alimentaires. Nous l'utilisons en priorité sur les 181 hectares que nous cultivons dans le Tarn.

Les Laboratoires Pierre Fabre possèdent par ailleurs deux conservatoires botaniques, lieux privilégiés de sauvegarde de la biodiversité, de recherche et d'expérimentation sur les plantes médicinales, et de sensibilisation du public à leur protection. L'un de ces sites est localisé dans le Tarn et le second à Madagascar, île-continent dont la biodiversité est unique au monde.

Sur l'ensemble de nos sites, de bonnes pratiques de gestion des espaces verts sont déployées (réduction de l'arrosage, jachères fleuries, protection de zones humides, etc.). Des inventaires de la biodiversité ont par ailleurs été réalisés sur 15 sites à ce jour.

Des marques actives

Les marques participent pleinement aux efforts du Groupe pour protéger la biodiversité. A-Derma

soutient par exemple l'Association du commerce équitable bio du Sud-Ouest. Cette association promeut la production locale en agriculture biologique et organise la collecte et le versement de primes de développement aux agriculteurs.

A-Derma est également partenaire du projet d'agroforesterie Climat Local avec la plantation de haies champêtres pour stocker le carbone. Cette démarche neutralise les émissions de gaz à effet de serre, protège la biodiversité, lutte contre l'érosion des sols et favorise la qualité des eaux et les cultures attenantes.

La marque René Furterer est engagée depuis plus de dix ans dans le sourcing d'ingrédients naturels issus du commerce équitable.



97 %

des plantes utilisées par le Groupe sont approvisionnées sans impact sur la pérennité des ressources.



01.



02.



03.

FOCUS : KLORANE BOTANICAL FOUNDATION

Depuis 1994, Klorane Botanical Foundation (fondation d'entreprise) œuvre à la protection et la valorisation du patrimoine végétal. Quarante-trois projets sont en cours dans le monde entier, dont la préservation des espèces végétales endémiques de l'île de Pâques, la dépollution d'un lagon de Polynésie grâce à une plante locale (le taro), et la sensibilisation à la préservation de la biodiversité dans les écoles (plus de 720 000 enfants sensibilisés à ce jour).

Une nouvelle filière labellisée Fair for Life par Ecocert a ainsi été déployée en 2022 pour la lavande utilisée dans la gamme Naturia. Cette lavande est produite à Grasse, en circuit court, et son prix d'achat est garanti aux producteurs pour plusieurs années.

Une mobilisation collective

Pierre Fabre incite ses collaborateurs à s'engager de façon concrète dans des actions en faveur de la biodiversité. Les Green Mission Days offrent à chacun l'opportunité de participer à des initiatives environnementales en partenariat avec des associations, par exemple la plantation d'arbres fruitiers ou d'espèces résistantes à la sécheresse. De nombreux programmes pédagogiques sont également proposés aux collaborateurs afin qu'ils montent en compétences sur les enjeux climat et biodiversité. ●



100 %

des nouveaux extraits végétaux sont développés à partir de plantes bio ou sans traitement phytosanitaire depuis 2019.



Plus de 1500 collaborateurs ont contribué à une action sociale ou environnementale en 2022.



337 000

arbres ont été plantés par le Groupe à travers le monde depuis 10 ans au titre de la compensation carbone et de la protection de la biodiversité.

01.

Les équipes Green Mission agissent au quotidien pour protéger la biodiversité.

02.

Pierre Fabre est engagé dans la préservation des espèces endémiques.

03.

Le Conservatoire botanique est un lieu de sauvegarde de la biodiversité, de recherche et d'expérimentation sur les plantes médicinales et de sensibilisation du public.

BILAN DES INDICATEURS RSE*

	2020	2021	2022	Unité	Périmètre
RISQUE GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE					
Capital détenu par les salariés	8,25	8,6	9,15	%	Groupe
Part d'actionnaires / Nombre de salariés éligibles	86,1	85,3	84,6	%	
Nombre d'actionnaires (salariés et anciens salariés)	8381	8052	8262	Nombre	
Contributions des Fondations	ND	13,2	12,9	Millions €	
Part d'alertes traitées / Nombre d'alertes reçues	100	100	100	%	Groupe
Nombre d'alertes reçues	12	10	15	Nombre	
Nombre d'alertes reçues sur le manque de respect des droits de l'Homme	0	3	8	Nombre	
Nombre d'alertes reçues sur le manque de respect du règlement RGPD	0	0	0	Nombre	
% Chiffre d'affaires achats réalisés auprès de fournisseurs évalués dans ECOVADIS (achats directs et indirects confondus)	35,1	44	54,1	%	Groupe
Nombre de fournisseurs cotés dans ECOVADIS	219	327	423	Nombre	
RISQUES ENVIRONNEMENTAUX					
Émissions directes et indirectes liées à la consommation d'énergie (scopes 1 & 2)	17,2	17,7	16,1	Milliers de TEqCO ₂	Sites français, sites industriels internationaux
Ratio (Émissions de CO ₂ liées à la consommation d'énergie) / Chiffre d'affaires	7,6	7,2	6,2	TeqCO ₂ /M€	
Part de diminution des émissions de CO ₂ liées à la consommation d'énergie par rapport à 2015	-15,1	-12,7	-21,1	%	
% de matières recyclées dans les produits	ND	10,5	16,3	%	Packaging des produits dermo- cosmétiques
% de matériaux recyclés dans les produits	ND	86	87,5	%	
ÉNERGIE Consommation totale d'énergie	171	172	160	GWhEF	Sites français, sites industriels internationaux
Ratio (Consommation totale d'énergie / Chiffre d'affaires)	75,7	70,4	61,3	MWhEF/M€	
Part de diminution de la consommation d'énergie par rapport à 2015	-10,7	-10,3	-17,0	%	
Part d'énergies renouvelables dans le mix énergétique (hors contrats garantie d'origine)	5,3	5,4	4,7	%	
EAU Prélèvement total d'eau	598	601	577	Milliers de m³	Sites français, sites industriels internationaux
Ratio (Prélèvement total d'eau) / Chiffre d'affaires	264	245	220	m³/M€	
Part de diminution de la consom- mation d'eau par rapport à 2018	-13,7	-13,2	-17,4	%	

*issu de la Déclaration de performance Extra-financière de la société Pierre Fabre SA.

	2020	2021	2022	Unité	Périmètre
RISQUES SOCIÉTAUX					
Part de sites de production et de distribution certifiés selon un référentiel ISO 9001, ISO 13485, GMP, GDP ou agrément réglementaire COSMOS	100	100	94	%	Groupe
Nombre d'inspections réglemen-taires et de certifications	17	41	45	Nombre	
Taux de réclamations produits pharmaceutiques distribués	7,0	6,4	5,2	ppm	
Nombre de rappels produits	2	3	5	Nombre	
Taux de Service Médical Care (TIFI)	ND	86,1	80,8	%	BU Médical Care
Part du chiffre d'affaires liée à un actif végétal	38	36	35	%	Groupe
Part du chiffre d'affaires liée à la nature	64	62	61	%	
Part des nouveaux actifs présents dans des produits commercialisés, produits avec des solvants verts (eau, éthanol, CO ₂ supercritique, solvant biosourcé) ou sans solvant	90	95	87	%	
Part des actifs présents dans des produits commercialisés et qui sont produits avec des solvants verts (eau, éthanol, CO ₂ supercri-tique, solvant biosourcé ou sans solvant) / intégralité des actifs végétaux présents dans des produits commercialisés	87	87	88	%	
Nombre de nouveaux actifs végé-taux bio ou éco-extraits	8	4	5	Nombre	
% du chiffre d'affaires généré par des produits éco-socio-conçus (côtés A et B) selon le Green Impact Index (hors AMM et accessoires)	N/A	N/A	63,6	%	Groupe

RISQUES SOCIAUX					
EFFECTIFS Effectif total	10 081	9 987	10 037	Nombre	Groupe
Part de salariés en France	55,5	54,5	53,8	%	France
Part de salariés à l'international:	44,5	45,5	46,2	%	International
- dont en Afrique/Moyen-Orient	5,2	4,9	4,6	%	Afrique/Moyen-Orient
- dont aux Amériques	8,9	10,7	11	%	Amériques
- dont en Asie/Océanie	6,1	6,1	6,5	%	Asie/Océanie
- dont en Europe (hors France)	24,3	23,7	24,0	%	Europe (hors France)
PART DES FEMMES AU SEIN DES INSTANCES DIRIGEANTES Part des femmes au sein du Conseil d'administration	40	40	44,4	%	Groupe
Part de femmes au sein de la Leadership Team	ND	34,6	34,6	%	
Index égalité homme/femme France	90	90	89	%	France



Pierre Fabre