

New ways to care.



LABORATOIRES

Pierre Fabre

New ways to care

Rapport annuel des Laboratoires Pierre Fabre

2024



PARTIE 2

New ways to care guidés par la science

- 18 Une approche médicalisée des soins de la peau
- 20 Partenaires de choix des dermatologues
- 22 Oncologie : une approche partenariale de l'innovation
- 23 Au cœur de notre recherche en oncologie ciblée
- 26 Maladies rares, nouvelle aire d'excellence



PARTIE 3

New ways to care guidés par l'intérêt collectif

- 28 Prendre soin des collaborateurs
- 30 Prendre soin de nos écosystèmes
- 34 Résultats financiers 2023
- 36 Évaluer, prévenir et maîtriser les risques
- 38 Pierre Fabre, l'esprit de partage

PARTIE 1

New ways to care guidés par le patient et le consommateur

- 10 Notre modèle de création de valeur
- 12 "Conquête 2025", l'innovation au cœur de la feuille de route
- 14 Galerie de nos solutions
- 16 Une approche globale du patient



↑
Découvrir un
contenu enrichi
sur le site en
scannant les QR
codes présents
dans le rapport.

ÉDITO PAR ÉRIC DUCOURNAU



**"Guidés par
la science,
à l'écoute
des patients,
inspirés par
la nature (...),
nous mettons
l'innovation
au service de
notre raison
d'être."**

Éric Ducournau,
Directeur général
des Laboratoires
Pierre Fabre

Pierre Fabre : innover toujours plus

Innover est une force vitale qui irrigue nos actions au quotidien. Les Laboratoires Pierre Fabre sont guidés par la science, à l'écoute des patients et des professionnels de santé, inspirés par la nature, forts des partenariats tissés et portés par l'engagement de nos collaborateurs et la confiance de nos parties prenantes. Nous mettons l'innovation au service de notre raison d'être : "Chaque fois que nous prenons soin d'une seule personne, nous rendons le monde meilleur".

Innover de façon holistique résulte de notre approche singulière du continuum du soin. Développer à la fois de nouveaux traitements mais aussi des solutions pour réduire leurs effets secondaires. Écouter la voix des patients pour développer des traitements et produits de santé toujours plus performants. Apprendre des professionnels de santé tout en mettant à leur disposition les connaissances scientifiques et cliniques dont nous disposons.

Innover, c'est avoir l'audace d'investir les domaines d'expertise médicale les plus pointus pour satisfaire des besoins thérapeutiques illimités en oncologie, en dermatologie et dans les maladies rares. Ces prises de risque confirment notre volonté d'ouvrir de nouvelles voies thérapeutiques prometteuses.

Innover, c'est développer une dermo-cosmétique qui poursuit une mission médicale pour que les consommateurs et les patients vivent mieux. Nos marques, à la frontière de la cosmétique et de la dermatologie médicale, développent leurs soins dermo-cosmétiques avec le même objectif d'efficacité et de sécurité qu'un médicament.

Innover, c'est co-construire. Avec une conviction : ensemble nous irons plus loin, plus vite au service des patients et des consommateurs.

Innover, c'est faire de notre politique RSE une priorité ambitieuse, qui se traduit par des investissements au profit de la décarbonation de nos opérations et du sourcing responsable de nos actifs naturels ; ou encore par la création d'alliances pour "changer la donne" en matière d'éco-socio-conception des produits.

Innover pour combattre le cancer et les maladies rares, innover pour imaginer les soins dermo-cosmétiques les plus exigeants du marché, innover avec nos parties prenantes, ce sont les **"New ways to care"** des Laboratoires Pierre Fabre, que je vous invite à découvrir dans ce rapport annuel. ●

Nos instances de pilotage

Dotés de responsabilités distinctes et bien définies, le Conseil d'administration et le Comité de direction de Pierre Fabre S.A. collaborent étroitement pour définir et mettre en œuvre les orientations stratégiques de l'entreprise.

Comité de direction



Éric Ducournau
Directeur Général



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



Maud Vimeux
Directrice Générale Adjointe en charge des Ressources Humaines



Jean-Luc Lowinski
Directeur Général de la Business Unit Medical Care



Éric Gouy
Directeur Général Adjoint, Administratif, Finance et Juridique



Vincent Huraux
Directeur Général de la Business Unit Opérations

Conseil d'administration

Administrateurs nommés par l'Assemblée générale

- Mme Marie-Anne Aymerich
- M. Jean-Laurent Bonnafé
- M. Jean-François Couret
- M. Roch Doliveux
- Mme Isabelle Girolami
- Mme Marie-France Marchand Baylet
- M. Pierre-Yves Revol, représentant de Pierre Fabre Participations
- Mme Rachel Marouani
- M. Olivier Sadran
- M. Eduardo Sanchiz

La Fondation Pierre Fabre délègue le contrôle de la gestion de l'entreprise — dont elle est le principal actionnaire — à Pierre Fabre Participations. Celle-ci désigne les principaux dirigeants de l'entreprise et valide sa stratégie, tout en veillant au respect des valeurs humanistes léguées par son fondateur.

Administrateurs nommés par les salariés

- M. Alexandre Falconnier
- Mme Claire Meunier

Une structure actionnariale unique

Les Laboratoires Pierre Fabre sont dotés d'une structure actionnariale singulière, conforme à la volonté de leur fondateur d'assurer leur stabilité et leur indépendance.

Les Laboratoires Pierre Fabre se distinguent par une structure actionnariale unique : seuls la Fondation éponyme, reconnue d'utilité publique, et les employés sont actionnaires, la Fondation à titre très majoritaire (86 %).

Cette structure particulière assure l'indépendance de l'entreprise et favorise une vision à long terme, au service des patients, des consommateurs, des collaborateurs et de l'ensemble des parties prenantes.

Ainsi, les dividendes versés par l'entreprise permettent de financer les projets humanitaires de la Fondation Pierre Fabre.

La Fondation, actionnaire majoritaire.

La Fondation Pierre Fabre s'engage quotidiennement à améliorer l'accès aux médicaments et aux soins de qualité dans les pays du Sud. Elle se concentre sur cinq axes prioritaires pour améliorer la santé : la formation des professionnels du médicament, l'accès aux soins pour les populations

les plus vulnérables, la lutte contre la drépanocytose, la dermatologie en milieu tropical, et la e-santé. Elle gère plus de 30 programmes en Afrique subsaharienne, en Asie du Sud-Est, en Haïti et au Liban.



←
Flasher le QR code pour découvrir les programmes de la Fondation

Les salariés, copropriétaires de l'entreprise.

Les employés, en tant que seconds actionnaires des Laboratoires Pierre Fabre, détiennent 9,5 % du capital grâce au plan d'actionnariat salarié Ruscus. Ce plan, lancé en France en 2005 et étendu à treize autres pays, permet aux salariés de participer au développement de l'entreprise et de bénéficier de sa croissance.

En 2022, 86 % des collaborateurs éligibles sont devenus actionnaires, témoignant de leur confiance dans la stratégie et la réussite des Laboratoires Pierre Fabre. Ce modèle distinctif favorise un juste partage de la valeur créée par le travail de chacun et souligne la volonté des salariés de le préserver. ●



Centre de recherche sur la drépanocytose à Bamako, Mali. La Fondation est un acteur reconnu de la lutte contre cette maladie.



Notre présence dans le monde

En 2023, les Laboratoires Pierre Fabre ont réalisé 70 % de leur chiffre d'affaires à l'international, une hausse de 15 points en dix ans. Le lancement de nouveaux produits, l'adaptation aux besoins des patients et des consommateurs dans chaque pays, ainsi que des partenariats pérennes avec les professionnels de santé locaux sont les moteurs de cette dynamique.



MEXIQUE UN LANCEMENT RÉUSSI POUR DARROW

La marque Darrow propose une large gamme de soins dermo-cosmétiques dédiés aux peaux mates et à leurs besoins. Ses formules sont développées au sein du Centre d'Innovation de Rio de Janeiro. Darrow est l'une des 3 marques les plus prescrites par les dermatologues brésiliens.

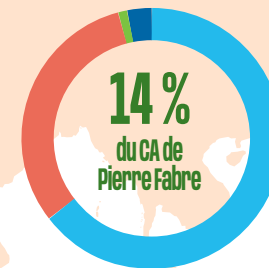
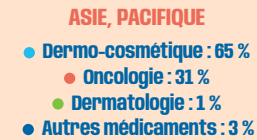
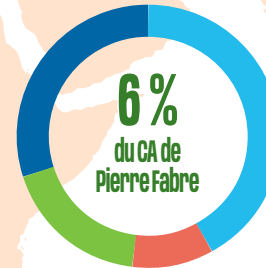
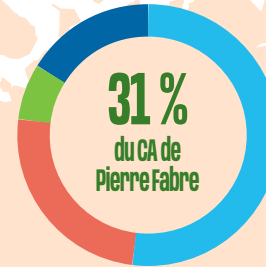
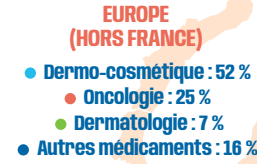
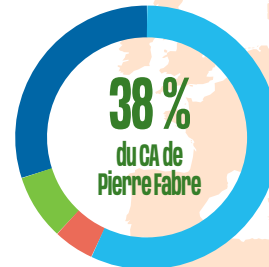
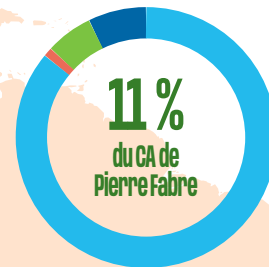
En 2023, Pierre Fabre a lancé la marque au Mexique en conservant ses fondamentaux, notamment son rapport qualité-prix exceptionnel, avec quelques adaptations pour tenir compte des appétences des consommateurs mexicains. Un lancement réussi grâce à une stratégie de marketing d'influence et des partenariats avec les professionnels de santé mexicains (dermatologues et pharmaciens actifs au sein de leur communauté ou sur les réseaux sociaux). En 2023, entre Brésil et Mexique, Darrow aura enregistré une progression de son chiffre d'affaires proche de 30 %.



ÉTATS-UNIS SE RAPPROCHER DES DERMATOLOGUES

En 2023, la marque Eau Thermale Avène a connu une progression record aux États-Unis. Cette croissance inédite provient de l'extension de son réseau de distribution et d'une présence accrue sur les réseaux sociaux. Sa médicalisation a également été renforcée grâce au développement de la visite médicale et l'accueil de patients américains à la station thermale d'Avène-les-Bains.

En novembre 2023, l'entreprise a également acquis les droits de commercialisation aux États-Unis d'une thérapie cellulaire révolutionnaire destinée aux patients atteints d'une maladie lymphoproliférative post-transplantation et positive au virus d'Epstein-Barr. Un projet qui a mené à la création d'une nouvelle filiale Medical Care, et qui nécessite de constituer une équipe spécialisée en oncologie.



POLOGNE PRIORITÉ AUX PROFESSIONNELS DE SANTÉ

En Pologne, la filiale poursuit ses efforts pour nouer des relations étroites avec les professionnels de santé et les sociétés scientifiques.

Les équipes participent aux campagnes de sensibilisation sur le mélanome organisées par la Société polonaise d'oncologie, notamment à la course caritative "Run away from melanoma". L'activité dermo-cosmétique a connu en 2023 une croissance à deux chiffres, portée par le marketing d'influence, la distribution et la communication des professionnels de santé. Les marques Dexeryl et la gamme Cicalfate d'Avène sont par exemple présentées aux pédiatres polonais, pour les aider à prendre en charge les peaux sèches et irritées des bébés.



CHINE FAVORISER L'INNOVATION

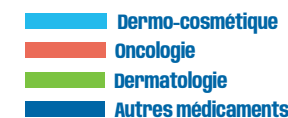
En Chine, les travaux de recherche en oncologie et la prise en charge des patients atteints de cancer engendrent des coûts de plus en plus importants. A titre d'exemple, le pays représente 24% des cas de cancer du sein diagnostiqués chaque année à travers le monde*.

Les Laboratoires Pierre Fabre collaborent avec la communauté scientifique pour améliorer la prise en charge de ces cancers. En 2023, 6 500 patientes chinoises ont ainsi bénéficié de Nerlynx, une thérapie ciblée prescrite pour la prévention des récives du cancer du sein. Par ailleurs, des études cliniques sont actuellement menées par Pierre Fabre dans les cancers du poumon et colorectal. Un fonds de recherche a également été lancé en partenariat avec CSCO, la Société chinoise d'Oncologie Clinique. Dans le domaine de la dermo-cosmétique, notre China Innovation Center ouvert en 2023 se consacre au développement de produits et de formules adaptés aux besoins des consommateurs chinois.

*Mei Zhang, Heling Bao, Xiao Zhang, Zhengjing Huang, Zhenping Zhao, Chun Li, Maigeng Zhou, Jing Wu, Limin Wang, Linhong Wang. Breast Cancer Screening Coverage — China, 2018–2019[J]. China CDC Weekly, 2023, 5(15): 321–326. doi: 10.46234/ccdcw2023.062



Répartition du chiffre d'affaires par région et activité



Panorama des faits marquants 2023



1 Au Mexique, Darrow propose des gammes de produits dédiées aux spécificités locales.



3 Parce que l'entreprise reste profondément attachée à la culture du sport, elle a lancé la Spor'Team Pierre Fabre, 100 % "made in Occitanie".

1 JANVIER

Mexique : lancement de Darrow,

la marque experte des peaux latines et déjà n° 2 du marché dermo-cosmétique au Brésil.

2 FÉVRIER

Centre d'innovation à l'Oncopole de Toulouse :

ouverture de nouveaux laboratoires spécialisés dans les thérapies ciblées en oncologie.

Voir page 23

3 MARS

Lancement de la Spor'Team Pierre Fabre :

11 jeunes sportifs occitans de haut niveau accompagnés par Pierre Fabre en vue des grandes compétitions internationales.

Voir page 33

AVRIL

Partenariat avec Scorpion Therapeutics

pour le développement de deux thérapies ciblées dans le traitement du cancer du poumon.

JUIN

Publication de l'AFNOR SPEC 2215,

pour l'affichage de l'impact socio-environnemental des produits cosmétiques et de santé. Une méthodologie développée par le Consortium du Green Impact Index.

Inauguration à Shanghai

d'un centre d'innovation en dermo-cosmétique dédié aux soins des peaux asiatiques.

2 Ouverture de nouveaux laboratoires de recherche à l'Oncopole de Toulouse.



4 Notre marque Eau Thermale Avène poursuit sa croissance mondiale.

OCTOBRE

11 000

collaborateurs participant aux conférences et ateliers de la "Skill Week" dédiée à la data et à l'IA.

Les Laboratoires Pierre Fabre désignés parmi les "World's Best Employers"

dans le classement du magazine Forbes pour la 3^e année consécutive.

NOVEMBRE

États-Unis : obtention des droits de licence pour EBVALLO® ,

une immunothérapie indiquée dans le traitement d'une maladie lymphoproliférative rare.

4 DÉCEMBRE

1 Md€

Entrée d'Eau Thermale Avène dans le club des marques cosmétiques ayant atteint le milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Prix Galien

EBVALLO® distingué en France dans la catégorie "Médicaments de thérapie innovante". ●

JUILLET

Commémoration des 10 ans de la disparition de Monsieur Pierre Fabre,

à l'occasion de l'inauguration du nouveau siège de la Fondation Pierre Fabre à Lavaur.

SEPTEMBRE

Acquisition de la biotech Vertical Bio

et de son candidat médicament VERT-002 dans le traitement du cancer du poumon.

Entrée au capital de Mivé

une start-up française spécialisée dans les soins et compléments alimentaires pour l'équilibre et le bien-être hormonal féminin.

Les chiffres de l'année 2023

2023 a marqué une nouvelle étape dans la réalisation de nos ambitions stratégiques. Portée par la croissance de ses investissements notamment en R&D, l'entreprise poursuit son développement au service du soin, partout dans le monde.

2,83 Mds€
chiffre d'affaires.

286 M€
résultat opérationnel.

190 M€
investis en R&D.

- 50 % pour les thérapies ciblées en oncologie.
- 40 % pour les thérapies et les soins de la peau.

10 000
collaborateurs
dans 43 pays.

2^e
laboratoire
dermo-cosmétique
mondial.

70 %
du CA réalisé
à l'international.

65 %
du CA réalisé
avec des produits dont
les actifs sont issus
de la nature.
(source : DPEF 2023)

-21 %
de consommation
d'énergie (vs 2015).

-26 %
d'émissions
de CO₂ (vs 2015).

New ways to care guidés par le patient et le consom- mateur



Notre modèle de création de valeur

Notre finalité Contribuer au bien commun

Les dividendes versés par l'entreprise bénéficient à la Fondation Pierre Fabre, reconnue d'utilité publique, qui œuvre pour l'accès à la santé dans les pays du Sud.

Notre Feuille de route "Conquête 2025"

- 1 Innover pour prendre soin de 200 millions de patients et de consommateurs.
- 2 Asseoir notre leadership scientifique et médical.
- 3 Optimiser notre excellence opérationnelle.
- 4 Préserver nos écosystèmes.
- 5 Construire notre futur collectif.

Nos marques

Dermo-cosmétique :
Eau Thermale Avène, Ducray, Klorane, A-Derma, René Furterer, Darrow, Dexeryl, Mème
Bucco-dentaire :
Elgydium, Arthrodont, Eludril, Inava

Nos aires thérapeutiques

Oncologie, Dermatologie, Maladies rares, Maladies chroniques, Sevrage tabagique, Santé familiale, Santé naturelle, Santé bucco-dentaire

Notre approche globale de la santé

Prévenir – Traiter – Accompagner la pathologie et ses effets secondaires

Notre mission

Innover
sans relâche
pour prendre
soin.

Notre raison d'être

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



Une entreprise mondiale

- 2^e entreprise mondiale en dermo-cosmétique.
- 70 % du CA global réalisé à l'international.
- 90 % du CA en oncologie réalisé à l'international.
- 43 filiales implantées sur les 5 continents.
- Des produits distribués dans 120 pays.



Investissements

Investir dans l'innovation

- 500 collaborateurs employés en R&D.
- 42 % du budget R&D consacré à la santé de la peau (dermatologie, dermo-cosmétique).
- 52 % du budget R&D consacré à la lutte contre le cancer.
- 2^e laboratoire français le plus innovant en oncologie par le nombre de brevets déposés*.
- 5 centres d'innovation dont le principal situé à l'Oncopole de Toulouse.

*Période 2002-2021 (source : INPI)

Investir dans la production en France

- 95 % des produits de nos marques internationales fabriqués en France par 2 000 collaborateurs sur 6 sites industriels.
- Relocalisation de la production de 2 actifs majeurs en oncologie à Gaillac (investissement soutenu par France Relance 2030).
- 98 % de nos médicaments sans dépendance exclusive à une source d'approvisionnement située en Asie.
- 250 M€ d'investissements industriels planifiés sur la période 2023-2027.

Investir dans la formation des collaborateurs

- 5 900 collaborateurs ont participé à une session de formation (France).
- 500 alternants et stagiaires accueillis en France.
- 4 800 collaborateurs ont participé à la Semaine de la sécurité au travail.
- 11 000 participants aux 43 conférences et ateliers organisés durant la "Skill Week" dédiée à la Data et l'IA.
- 10 000 modules de formation disponibles en libre accès.



Création et partage de la valeur

Progrès thérapeutique

- Le Prix Galien de l'innovation thérapeutique remis en France à EBVALLO®, première thérapie cellulaire allogénique commercialisée en Europe.
- 9 essais cliniques en cours dans 19 pays.
- 32 études de "vie réelle" (real life evidence) en cours.
- 50 000 patients inclus dans l'étude ALL dédiée à l'impact des pathologies dermatologiques sur la qualité de vie.

Connaissance médicale

- 181 publications scientifiques destinées à l'amélioration de la connaissance médicale.
- 30 000 professionnels de santé inscrits à Dermaweb, 1^{re} plateforme internationale d'informations et d'échanges professionnels en dermatologie.
- 38 000 médecins enregistrés sur l'application Dermatoscopy d'aide au dépistage et au suivi des pathologies cutanées.
- 3 600 pharmaciens connectés à OncoGuide.com, 1^{re} plateforme digitale d'accompagnement à la prise en charge du cancer à l'officine.
- 5 600 demandes d'information médicale provenant de professionnels de santé traitées par nos équipes.

Bien-être des collaborateurs

- Score d'engagement en progression de 1 point par rapport à 2022 (enquête menée avec Microsoft Viva Glint dans 42 pays).
- Désignés parmi les "World's Best Employers" par le magazine Forbes pour la 3^e année consécutive
- Taux de fréquence d'accidents avec arrêt de travail (TFI) : 4,46.
- Participation de 300 collaborateurs à des ateliers de prévention des cancers colorectaux et de la peau.
- 1 500 collaborateurs engagés dans un projet local humanitaire ou environnemental.

Performance environnementale

- Co-création du Consortium du **Green Impact Index** pour l'affichage de l'impact socio-environnemental des produits*.
- Baisse de 26 % des émissions de gaz à effet de serre de scopes 1 et 2 (vs 2015).
- Baisse de 21 % de la consommation énergétique en France** (vs 2015).
- Baisse de 30 % de la consommation d'eau en France** (vs 2018).
- 90 % des actifs végétaux extraits sans solvant ou via des solvants verts.
- Politique RSE évaluée au niveau "Exemplaire" par AFNOR Certification***.

*Produits cosmétiques et de santé familiale (AFNOR Spec 2215)
** Sites industriels et tertiaires
***Label Engagé RSE (norme ISO 26 000)

Solidarité territoriale

- 49 associations financées en Occitanie et 330 structures bénéficiaires de dons de produits.
- Membre fondateur du **Cœur des Entreprises**, fonds de dotation de 15 entreprises engagées dans la lutte contre la précarité en grande région toulousaine.
- Premier partenaire des **clubs de rugby** de Castres et Lavaur.
- 11 sportifs d'Occitanie accompagnés dans leur préparation aux compétitions internationales.
- 15 projets locaux de protection de la biodiversité soutenus dans 10 pays par la **Klorane Botanical Foundation**.

Fondation Pierre Fabre

- 20 M€ de dépenses engagées en 2023, dont 61 % en Afrique.
- 35 programmes d'accès à la santé en cours dans 21 pays.
- 49 boursiers soutenus en Asie et en Afrique, dont 10 doctorants.

“Conquête 2025” L’innovation au cœur de la feuille de route

L’année 2023 a marqué l’affirmation d’une nouvelle ambition pour l’entreprise. Celle-ci s’est fixé pour objectif de franchir la barre des 3,5 milliards d’euros de revenus d’ici 2025 (4 milliards d’ici 2027), tout en continuant à consolider sa rentabilité et son cash-flow. Pour y parvenir, l’entreprise s’appuie sur une feuille de route triennale, Conquête 2025.



3 questions à Roch Doliveux, Président du Conseil d’administration de Pierre Fabre S.A.



La construction d’un portefeuille de nouveaux médicaments repose sur cette capacité à attirer l’innovation externe et à la développer avec succès. Pour sa part, la dermo-cosmétique s’est construite principalement sur l’innovation interne, comme en témoigne le succès du nouveau filtre solaire Triasorb.

Pour accélérer cette innovation, nous pouvons compter sur notre expertise médicale. Mais l’innovation dans “Conquête 2025” va au-delà des produits, et s’appuie sur les possibilités infinies offertes par les nouvelles technologies, dont doivent aussi profiter les efficacités opérationnelles.

Quelle est votre lecture de la feuille de route “Conquête 2025” ?

En réussissant le plan de Transformation (2019-2022), les équipes de Pierre Fabre sont parvenues à dégager des moyens pour construire l’avenir de l’entreprise, grâce notamment à l’amélioration de son efficacité opérationnelle. Ces moyens nous ont permis d’acquérir et de développer des médicaments prometteurs pour plusieurs cancers et maladies rares, et d’investir dans nos moyens moteurs pour redynamiser la croissance de nos marques.

Accélérer notre innovation, c’est l’essence même du plan “Conquête 2025”, tout en continuant à optimiser notre excellence opérationnelle et à prendre soin de la planète et de nos territoires.

Sur quels aspects de l’innovation l’entreprise doit-elle porter ses efforts ?

Pour l’activité Médicament, NAVELBINE, BRAFTOVI/MEKTOVI, ou EBVALLO® sont autant d’exemples d’innovations externes.

Quel a été le fil directeur du renou- vellement du Conseil d’administration depuis 2 ans ?

Nous évaluons régulièrement la composition de notre Conseil d’administration pour nous assurer que les compétences et expériences nécessaires au succès et à la pérennité de Pierre Fabre sont représentées. En 2023, l’arrivée d’Hervé Hoppenot a permis d’enrichir nos compétences en oncologie, de Florence Parly en affaires internationales, d’Olivier Sadran en efficacité industrielle et excellence du service clients. Ils sont venus compléter les expertises de Jean-Laurent Bonnafé, d’Eduardo Sanchiz, de Marie-Anne Aymerich et de Rachel Marouani.

Tous les administrateurs partagent la même passion pour la raison d’être de l’entreprise, le même attachement à son ancrage en Occitanie, la même admiration pour son fondateur et une fierté commune de permettre à notre actionnaire principal, la Fondation Pierre Fabre, d’œuvrer pour la santé dans les pays les plus défavorisés. ●

5 piliers pour guider nos actions au service des patients et des consommateurs



L’innovation au service des patients & consommateurs.

Prendre soin de 200 millions de patients et consommateurs d’ici 2025 passera par les lancements de nouvelles thérapies, le développement d’un portefeuille de marques dermo-cosmétiques aux positionnements pointus et complémentaires, des investissements accrus dans nos 5 pays et zone de conquête (USA, Brésil, Mexique, Pologne, Benelux) et le développement de notre présence et de nos expertises digitales.

De nombreuses actions ont été engagées en 2023, se traduisant par des premiers résultats comme le cap du milliard de chiffre d’affaires franchi par Eau Thermale Avène, le lancement européen d’EBVALLO® dans un lymphome rare ou celui de la marque Darrow au Mexique. ●



Asseoir notre leadership scientifique et médical.

Nous maintenir à la pointe de l’innovation dans nos domaines thérapeutiques prioritaires (oncologie, maladies rares et dermatologie) est un enjeu majeur. Pour ce faire, l’entreprise a réorienté depuis 2022 sa R&D médicale autour des thérapies ciblées, amplifié ses collaborations avec des biotechs innovantes et créé en 2023 un comité scientifique composé d’experts internationaux en cancérologie et en dermatologie. Un nouvel actif est également entré en 2023 en développement clinique (STX-721), complétant 2 essais déjà en cours en oncologie. ●



Préserver nos écosystèmes.

L’entreprise poursuit le déploiement de Green Mission Fabre, sa démarche transversale de naturalité et de RSE : lancement de nouveaux actifs végétaux issus de l’agriculture bio, réduction de l’empreinte carbone, réduction de la consommation d’eau, protection de la biodiversité, éco-socio-conception des produits et soutien aux acteurs du territoire. Après avoir été évalué en 2022 par AFNOR Certification au niveau “Exemplaire” du label Engagé RSE, Pierre Fabre a reçu en 2023 la note B du Carbone Disclosure Project. Il s’agit de la plus haute note qu’une entreprise puisse obtenir lorsqu’elle se soumet pour la première fois à cette évaluation mondialement reconnue dans le domaine de la décarbonation. ●



Optimiser notre excellence opérationnelle.

Optimiser la disponibilité des produits pour mieux servir nos clients est une priorité majeure. Notre taux de service a atteint 90 % en décembre 2023 (+9 pts vs janvier). Pour poursuivre dans cette voie, nous modernisons notre chaîne de distribution via la digitalisation et la robotisation, et nous avons lancé un nouveau schéma de distribution en 2023.



Construire un futur collectif.

“Conquête 2025” incarne un projet collectif, économique et humaniste, reflet de la raison d’être de l’entreprise. Le collaborateur est au centre de cette vision. Celle-ci est bâtie autour du développement des talents, la montée en compétences des équipes et les promotions internes. Elle veille aussi à l’égalité des chances et promeut la diversité.

Une vision qui s’appuie sur un environnement de travail attractif et motivant, favorisant la responsabilisation et l’accompagnement du changement. Enfin, reconnaître la contribution de chacun à la performance est primordial, notamment au travers de l’évolution de la politique de rémunération. Grâce aux actions menées en 2023, l’engagement de nos 10 000 collaborateurs a progressé de 1 point par rapport à 2022, pour atteindre un taux global de 73**. ●

*Taux de disponibilité des produits mesuré via le TIFI (Turnover Invoiced In First Intention, chiffre d’affaires facturé en première intention).

**Enquête Glint 2023

4 M

de personnes utilisent
l'application gratuite
Kwitt dans le monde.
Elle a déjà permis
à 50 000 fumeurs
d'arrêter le tabac.

13

produits, 5 compléments
alimentaires et 8 produits
dermo-cosmétiques,
composent la marque
MiYé, spécialisée dans
l'équilibre et le bien-être
hormonal.

Galerie de nos solutions

Fort de son expertise médicale au service des patients et des consommateurs, Pierre Fabre innove sans relâche afin de développer une offre toujours plus adaptée, de l'oncologie à la dermo-cosmétique.

Prendre soin des patients touchés par le cancer*.

Engagés en oncologie depuis 40 ans, les Laboratoires Pierre Fabre contribuent à améliorer le traitement des patients qui souffrent de maladies pour lesquelles subsistent d'importants besoins thérapeutiques non satisfaits.

Depuis janvier 2023, la mise à disposition, en Europe, d'EBVALLO® dans la prise en charge d'un lymphome rare, illustre cet



engagement. En décembre 2023, les Laboratoires Pierre Fabre ont reçu pour cette thérapie cellulaire le prestigieux prix Galien France dans la catégorie "Médicaments de thérapie innovante". Le prix Galien récompense des découvertes remarquables récentes dans le domaine du médicament. ●

*Le cancer est la première cause de mortalité prématurée en France, devant les maladies cardiovasculaires. En 2023, 433 136 nouveaux cas de cancer ont été diagnostiqués en France. On estime que 3,8 millions de personnes vivent en France aujourd'hui avec un diagnostic de cancer. Dans le monde, le cancer constitue la deuxième cause de décès avec près de 10 millions de morts par an.

Soigner les maladies chroniques.

Les Laboratoires Pierre Fabre disposent de nombreux médicaments couvrant un large spectre de pathologies dans les domaines de l'urologie, de la santé féminine et de la rhumatologie. Ils contribuent ainsi à la prise en charge des maladies ou déficiences chroniques.

Preuve de leur engagement dans ce domaine : Pierre Fabre a conclu en 2022 un accord de licence avec Urovant Sciences pour commercialiser sur le territoire européen de vibegron, un traitement clé de l'hyperactivité vésicale, dont le lancement est en cours de préparation. ●



Les Laboratoires Pierre Fabre sont pionniers dans la prise en charge des maladies de peau et des soins dermo-cosmétiques.



A-Derma, spécialiste des peaux abîmées, apporte une nouvelle réponse aux peaux atopiques et allergiques : Exomega Allergo.



Les soins Hyaluron Activ B3 d'Avène agissent à la source du vieillissement cutané : la sénescence cellulaire.

Soigner les maladies de peau

Experts dans le traitement des pathologies cutanées, les Laboratoires Pierre Fabre développent de nombreuses solutions pour les pathologies dermatologiques.

Il en est ainsi de la dermatite atopique, du psoriasis, de l'acné. Ou encore de la kératose actinique, pour laquelle notre spécialiste Tolak propose une nouvelle formulation, nécessitant une seule application par jour pendant 4 semaines. L'efficacité de cette nouvelle formule est cliniquement prouvée pour le traitement des lésions visibles et celui du champ de cancérisation. ●

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

Déterminé à mettre sur le marché des solutions innovantes et efficaces, Pierre Fabre conçoit et développe des produits dermo-cosmétiques et d'hygiène bucco-dentaire, en collaboration avec des professionnels de santé.

Deux exemples démontrent cette volonté d'excellence. La gamme Exomega Allergo d'A-Derma et la crème jour Hyaluron Activ B3.

Afin de répondre efficacement aux patients souffrant d'atopie et en particulier aux 30 % d'entre eux qui sont allergiques, A-Derma a enrichi sa franchise Exomega avec Allergo : un baume émollient cosmétique stérile qui apaise sécheresse, rougeurs et irritations. En 2 jours, ce baume réduit de 77 % les démangeaisons sur les paupières et les peaux sèches à tendance eczéma atopique.

Autre exemple : la crème jour Hyaluron Activ B3 d'Eau Thermale Avène, qui agit sur la cause du vieillissement : la sénescence cellulaire, un phénomène de dégénérescence des cellules qui se propage et accélère le vieillissement cutané. Ce soin dermo-cosmétique concentre en acide hyaluronique et niacinamide raffermi la peau avec +85 % de régénération cellulaire* et corrige les rides des 15 jours**. Avène renforce ainsi sa position de leader sur le marché de la dermo-cosmétique en affichant une place de n°1 en France sur le segment de l'anti-âge***.

Du côté de l'hygiène bucco-dentaire, Pierre Fabre Oral Care reste en 2023 le n°1 du marché officinal**** en France et en Europe. ●

*test ex-vivo
**Résultats perçus, auto-évaluation, 65 utilisatrices
***IQVIA – Pharmatrend PharmaOne – marché des crèmes anti-âge / anti-rides (82B5) en pharmacie en France – Year to date Octobre 2023 – valeur
****Source IQVIA Décembre 2023

Soigner les maux du quotidien.

Maux de gorge, infections urinaires, règles douloureuses : Pierre Fabre déploie une large gamme de traitements de santé familiale disponible en pharmacie.

Un exemple : pour mieux accompagner le sevrage tabagique, l'entreprise a signé, en octobre 2023, un partenariat avec l'application Kwit. Objectif : proposer une nouvelle interface de l'application de sevrage tabagique, visant à simplifier la prise en charge des patients par les professionnels de santé et à améliorer le suivi grâce à un tableau de bord partagé.

Autre exemple : l'entrée au capital de la start-up MiYé en septembre 2023. MiYé accompagne les femmes de la puberté à la ménopause et développe les meilleures réponses possibles pour prendre soin de toutes les peaux affectées par les variations hormonales. ●

“Notre conviction : écouter les patients est fondamental pour développer les meilleures solutions.”

Núria Pérez-Cullel
Directrice Médicale,
Patient et Consommateur



Une approche **globale** du patient avec Núria Pérez-Cullel

Les Laboratoires Pierre Fabre collaborent avec l'écosystème médical pour fournir aux patients un soutien holistique tout au long de leur parcours de soins.

Quels sont vos atouts vis-à-vis des patients et des consommateurs ?

N.P.-C. Chez Pierre Fabre, nous avons une approche résolument transversale du soin. Nos activités complémentaires, entre Medical care et Dermo-cosmétique, nous permettent de développer une vision et une compréhension globale des besoins des patients et des consommateurs.

Pour répondre à ces besoins, nous travaillons au développement de solutions de soins efficaces et sûres, mais pas seulement, car notre ambition est de proposer un accompagnement holistique, qui englobe prévention, traitement, et accompagnement du patient pendant et après son traitement.

Nous avons une conviction : pour développer les meilleures solutions pour les patients, les écouter est fondamental. À titre d'exemple, nous avons lancé une étude épidémiologique en dermatologie avec l'aide de 13 professeurs de dermatologie et de 12 associations de patients. Cette étude, dénommée ALL, a été réalisée dans 20 pays auprès de 50 000 personnes avec des pathologies dermatologiques. Elle est structurée pour réaliser une analyse longitudinale sur 5 ans (2023-2027). Chaque année,

elle nous permet d'obtenir de nouvelles informations sur les attentes des patients, et sur la prévalence des maladies de peau et leur impact sur la qualité de vie. Dans un autre domaine qui nous est cher, celui de l'oncologie, nous avons collaboré avec une association de patients internationale, l'ICAN, dans la rédaction du protocole d'un essai clinique de phase 1 dans la prise en charge d'une mutation spécifique du cancer du poumon. Cet essai débutera en 2024.

Quelles sont les réalisations les plus marquantes ayant traduit cette approche holistique en 2023 ?

N.P.-C. Nous avons lancé de nombreux projets innovants qui contribuent à améliorer les standards de soins. Je pense en particulier à DermatoExpert, une solution de téléexpertise pour réduire l'errance médicale en dermatologie. Je suis également très fière de la communauté “Mieux vivre la prostate”, que nous avons aidée à se constituer sur Facebook, et qui permet d'ores et déjà à 1500 patients de trouver de l'écoute et du soutien auprès de pairs sur un sujet qui reste tabou. ●



↑
Flasher pour découvrir la suite : le travail mené par Pierre Fabre avec les professionnels de santé pour une meilleure prise en charge des patients.

New ways to care guidés par la science





“Nous inventons le futur de la cosmétique : une dermo-cosmétique thérapeutique et scientifique qui change la vie”

Frédéric Ennabli,
CEO Pierre Fabre
Dermo-Cosmétique

18

Une approche médicalisée des soins de la peau

Forts de leur ancrage médical sans équivalent dans l'industrie cosmétique, les Laboratoires Pierre Fabre écrivent un nouveau chapitre du métier dermo-cosmétique en inventant une cosmétique scientifique et thérapeutique, qui améliore la vie des patients et des consommateurs.

Quelle est la direction que vous donnez à la dermo-cosmétique des Laboratoires Pierre Fabre ?

F.E. – Le virage que nous amorçons tient en deux mots : mission médicale. C'est-à-dire développer des produits efficaces et sûrs pour traiter les besoins et les pathologies, et ainsi aider les consommateurs et patients à vivre une vie meilleure. Il convient ici de rappeler qu'un tiers des patients touchés par une maladie de la peau souffrent d'un syndrome dépressif associé, voire d'une dépression avérée. Il s'agit donc de pouvoir traiter les symptômes physiques mais également d'aider les patients à surmonter les aspects psychologiques et sociaux liés à leurs affections cutanées.

Notre mission, c'est une dermo-cosmétique qui change la vie. Cette impulsion est fidèle à l'idée originelle de la dermo-cosmétique, et cultive l'originalité des Laboratoires Pierre Fabre tout en l'amenant plus loin. Les grands compétiteurs de notre marché viennent du secteur de la cosmétique alors que nous, nous venons du médical. Pour ne citer qu'un exemple, la crème réparatrice Épithéliale A.H d'A-Derma a été créée dès 1993 pour aider à la cicatrisation post-acte. Ce savoir-faire qui est dans nos gènes nous donne une longueur d'avance dans la compréhension des patients et des pathologies de peau.

Nous voulons le mettre à profit en réinvestissant dans l'efficacité produit et en développant des soins de haute performance qui peuvent fonctionner en complément de traitements médicamenteux, par exemple dans l'acné sévère, ou qui offrent tout simplement un supra d'efficacité par rapport à des cosmétiques classiques. Cette mission médicale correspond donc à qui nous sommes, à ce que nous pouvons mieux faire que nos concurrents et à ce dont les patients et consommateurs ont besoin.

Comment mettez-vous en œuvre cette médicalisation au sein de votre portefeuille ?

F.E. – Nous construisons un portefeuille de marques pointues, chacune étant au service d'une mission très claire et spécifique. Par exemple, nous faisons évoluer notre marque Eau Thermale Avène vers une vision du soin plus dermatologique, centrée sur le concept novateur de “médecine de la peau”, affirmant plus fortement l'expertise de la marque dans la prise en charge des pathologies de peau. Nos nouvelles communications qui mettent en avant le rôle joué par Avène dans une consultation dermatologique sont emblématiques de cela.

Autre exemple, A-Derma se réaffirme comme la marque spécialiste des peaux abîmées et fragilisées, en se concentrant sur la réparation, avec Épithéliale, et sur le



soin des peaux atopiques, avec Exomega, deux grandes franchises qui expriment très bien la vocation thérapeutique qui est à l'origine de la marque.

Dernier exemple, MÊME Cosmetics vient de rejoindre notre portefeuille. MÊME est la marque de référence pour les peaux fragilisées par les traitements oncologiques. À travers des produits sûrs et adaptés qui permettent de prendre soin de soi et de son apparence même quand on est touché par le cancer, MÊME améliore l'observance aux traitements et aide ainsi à mieux guérir.

Quelles autres actions de nature médicale menez-vous ?

F.E. – Nous construisons un pont entre médicaments et dermo-cosmétiques. Nous le faisons en développant des innovations produits. Par exemple pour les patients souffrant d'eczéma : le matin, crème dermocorticoïde et, le soir, innovation A-Derma Exomega nuit pour diminuer l'utilisation de dermo-corticoïdes tout en soulageant la peau, pour deux fois moins de réveils nocturnes.

Nous le faisons également en démontrant la valeur ajoutée de nos dermo-cosmétiques en association avec la grande majorité des médicaments. Ici aussi un exemple : nos études médicales prouvent que Ducray Keracnyl PP diminue

les poussées d'acné lorsque le soin est utilisé avec 7 des molécules les plus utilisées dans les médicaments anti-acné.

À travers ces innovations produits et ces démonstrations scientifiques, nous développons de véritables protocoles de santé associant médicaments et dermo-cosmétiques. Nous les apportons aux professionnels de santé, plus que jamais au centre de tout ce que nous entreprenons, et in fine aux patients. Qui mieux que les Laboratoires Pierre Fabre pour rendre possible une telle vision du soin ? ●

1142

brevets liés au portefeuille de produits dermo-cosmétiques

n°2

du marché dermo-cosmétique

19



Partenaires de choix des dermatologues

Participation à des congrès médicaux, publication d'études, développement d'outils informatifs et collaboratifs : Pierre Fabre accompagne les dermatologues pour enrichir leurs connaissances et leur pratique quotidienne.

Depuis plus de 40 ans, les Laboratoires Pierre Fabre ont noué un lien unique avec les dermatologues, animés par une volonté constante de partager leurs expertises et présenter leurs dernières innovations thérapeutiques. Les équipes Pierre Fabre prennent part chaque année à de nombreux événements scientifiques et congrès médicaux, moments de rencontre privilégiés qui nourrissent cette relation historique.

En 2023, Pierre Fabre a participé à 52 congrès, en France et à l'international, dont l'incontournable Congrès mondial de dermatologie, qui a eu lieu cette année à Singapour. En décembre, pendant les Journées dermatologiques de Paris (JDP), les équipes Pierre Fabre ont pu rencontrer plus de 1200 dermatologues,

et l'entreprise a été à l'initiative de plusieurs symposiums, dont un symposium sur les propriétés dermatologiques de l'Eau Thermale Avène. Prévention, détection précoce, prise en charge du cancer de la peau : l'enjeu est de travailler ensemble aux solutions de demain.

L'innovation digitale au service des dermatologues.

Pour répondre à cet enjeu, des outils digitaux sont également mis à disposition des dermatologues afin de les accompagner dans leur pratique quotidienne. Dermaweb, première plateforme internationale d'informations médicales et scientifiques et d'échanges professionnels en dermatologie, lancée en 1999, a franchi fin 2023 le cap des 30 000 inscrits dans le monde.

30 000
professionnels
de santé inscrits sur
Dermaweb, fin 2023.

25
articles publiés
dans des revues
scientifiques.

En 2023, les dermatologues se sont également appropriés l'application Eczéma care+ lancée fin 2022. L'intelligence artificielle (IA) est venue depuis compléter cet outil d'aide à la prise en charge de l'eczéma atopique, utilisé conjointement par les patients et les soignants pour mieux personnaliser les traitements.

Une expertise scientifique reconnue.

Désireux de contribuer à l'enrichissement des connaissances scientifiques en dermatologie, Pierre Fabre et ses experts ont participé à la publication de 25 articles dans des revues scientifiques. À titre d'exemple, l'étude ALL est l'une des plus importantes études épidémiologiques en dermatologie de ces dix dernières années. Son objectif ? Collecter des données sur tous les types de peaux

("ALL Skins"), toutes les maladies de peau ("ALL Dermatoses") et tous les phototypes ("ALL Colors") afin de construire la plus grande base de données privées internationale. 50 552 personnes, issues des populations adultes de 20 pays sur les 5 continents (représentant plus de la moitié de la population mondiale), ont répondu confidentiellement à 65 questions. Avec ALL, présentée dans deux publications de référence*, Pierre Fabre ambitionne ainsi d'aider les dermatologues à mieux connaître la prévalence et l'impact des maladies de peau pour en améliorer la prise en charge. ●

*Journal of the European Academy of Dermatology & Venerology – JEADV
- "The role of physical touch during patient examination in dermatology"
- "Misery Prev sensitive scalp world"



“Les partenariats nous permettent d’accroître considérablement nos efforts dans l’oncologie de précision.”

Francesco Hofmann,
Directeur Recherche
et Développement,
Medical Care

Un véritable travail
de partenariat, pour
une complémentarité
des expertises.



Oncologie : une approche partenariale de l’innovation avec Francesco Hofmann

Les Laboratoires Pierre Fabre misent sur des partenariats scientifiques avec les biotechs les plus innovantes pour accélérer le développement de thérapies ciblées en oncologie.

Pourquoi faire le choix de travailler avec des partenaires ? La recherche et le développement de nouveaux traitements oncologiques est un processus long, complexe et coûteux. Les partenariats nous permettent d’accroître considérablement nos efforts dans l’oncologie de précision.

En tant que laboratoire de taille moyenne, nous devons être stratégiques dans nos choix et l’allocation de nos ressources. En travaillant avec des partenaires ayant des expertises complémentaires, nous bénéficions de compétences spécialisées qu’il serait long et onéreux de développer en interne. Par ailleurs, cela favorise la diversité intellectuelle, via une variété de méthodes de travail et d’expériences qui nourrissent

notre réflexion. Avec cette approche, nous sommes convaincus que nous pourrions apporter de nouvelles options thérapeutiques plus rapidement aux patients.

Quels types de partenariats les Laboratoires Pierre Fabre privilégient-ils ?

Le processus d’innovation s’inscrit dans le temps long. Aussi, pour la découverte de nouveaux candidats thérapeutiques ciblés, nous nous appuyons, au stade de la recherche préclinique, sur une expertise externe liée à la “fabrication de la molécule”, comme dans le partenariat avec la société britannique Vernalis, tandis qu’en interne, nous nous occupons de la biologie de la maladie, la validation du concept et la traduction clinique. Au stade du développement clinique, nous sommes

engagés dans des partenariats de co-développement, comme c’est le cas avec la société de biotechnologie américaine Scorpion Therapeutics pour deux nouveaux agents dans des formes particulières du cancer du poumon.

Enfin, certains partenariats peuvent également mener à une acquisition, comme ce fut le cas avec Vertical Bio ; nous intégrons alors l’ensemble du processus d’innovation.

Quels sont les objectifs que vous poursuivez ?

Nos efforts de R&D sont guidés par les besoins médicaux non couverts, dans des indications très ciblées en oncologie et en oncohématologie, où peu d’autres acteurs investissent. Nous travaillons à la fois sur les petites molécules et les biothérapies ciblées.

L’objectif que nous nous sommes fixé est d’avoir 4 à 6 actifs en phase clinique d’ici 2027, et 8 à 12 programmes de découverte. Pour réaliser cet objectif ambitieux, nos équipes ont été renforcées.

Nous bénéficions également des conseils d’un Comité Scientifique composé de 5 experts de renommée internationale qui se réunissent périodiquement pour apporter leurs conseils sur notre stratégie de R&D et de partenariats. ●

Au cœur de notre recherche en oncologie ciblée

Unique en France, l’Oncopole de Toulouse est un campus médical et scientifique qui rassemble des chercheurs, soignants, industriels et start-up, engagés dans la lutte contre le cancer. C’est là que les Laboratoires Pierre Fabre ont choisi en 2010 d’installer leur Centre d’Innovation, et tout particulièrement leurs équipes dédiées à la recherche et au développement en oncologie. Ces équipes se consacrent à la mise au point de nouvelles options thérapeutiques, de leur découverte aux essais cliniques en passant par la recherche translationnelle.

Identifier des candidats au développement clinique. La toute première étape d’un projet de R&D est l’identification et la validation de cibles thérapeutiques. Les maladies se développent lorsqu’une ou plusieurs fonctions de l’organisme sont altérées. Pour développer un nouveau médicament, il est important de comprendre avant tout ce qui perturbe le fonctionnement normal de l’organisme.

En oncologie, la cible thérapeutique peut être par exemple une protéine anormale liée à une mutation génétique de la cellule.

Une fois la cible déterminée, l’étape suivante consiste à découvrir une molécule qui interagira avec la cible pour la faire disparaître ou l’inhiber.

Plusieurs centaines de milliers de molécules sont ainsi testées *in-vitro* en laboratoire ou *in-silico* dans des modèles de simulation informatique. Les composés identifiés comme positifs sont ensuite optimisés pour améliorer leurs propriétés pharmacologiques afin de sélectionner finalement un candidat au développement clinique.

Pour mener à bien ces étapes, une équipe d’une soixantaine de biologistes, pharmacologues et experts en chimie médicale collaborent au sein de nos laboratoires de recherche. Olivier Geneste, Directeur Discovery, explique : “Nous utilisons des technologies avancées telles que des cellules cancéreuses génétiquement modifiées et des approches génomiques pour déchiffrer le fonctionnement des cibles thérapeutiques potentielles”.

Et le chercheur de poursuivre : “Grâce au partenariat noué en 2023 avec la société Vernalis, nous accédons à des méthodes de criblage innovantes pour identifier et améliorer les molécules qui parviennent à moduler la cible de choix. Enfin, nous caractérisons les molécules sélectionnées pour leur potentiel thérapeutique dans des modèles précliniques de maladies, ainsi que pour leurs propriétés pharmacologiques et leur sécurité”.

Tout au long de ce processus qui dure de 4 à 6 années, d’autres spécialités apportent leurs compétences ● ● ●

● ● ● essentielles, telles que la science des données, la pharmacocinétique, la toxicologie, le développement pharmaceutique et la recherche translationnelle.

La recherche translationnelle : déterminer les biomarqueurs de la tumeur cancéreuse

La recherche translationnelle fait le lien entre recherche biomédicale (en laboratoire) et recherche clinique (à l'hôpital). Cette discipline transversale a pour objectif de traduire une découverte scientifique en un traitement concret pour les patients. Ses experts identifient les groupes de patients susceptibles de répondre efficacement au nouveau traitement. Ils étudient pour cela les signatures génomiques et moléculaires de la tumeur ciblée chez ces patients. À chaque type de tumeur, ils associent des marqueurs biologiques spécifiques (biomarqueurs).

Une "bio-banque" interne aux Laboratoires Pierre Fabre a été établie à partir de biopsies tumorales représentant un large éventail de types de cancers et leurs oncogènes associés. Grâce à cette collection de tissus tumoraux, les chercheurs et leurs équipes identifient et valident les biomarqueurs qui permettront de choisir les patients parmi lesquels se déroulera l'essai clinique du nouveau traitement.

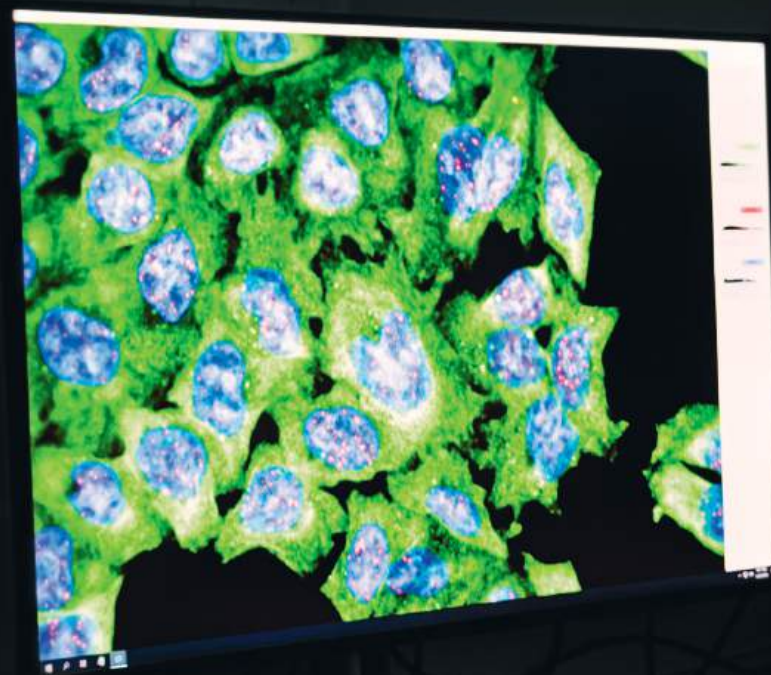
Catherine Regnier, Directrice de la Recherche Translationnelle, explique avec enthousiasme : "Grâce au développement de thérapies novatrices ciblant différents oncogènes en association avec des biomarqueurs spécifiques, nous pouvons offrir des traitements médicaux mieux personnalisés, pour soigner les patients de manière de plus en plus efficace".

Son équipe caractérise actuellement un ensemble de biomarqueurs pour soutenir les essais cliniques d'un nouvel anticorps monoclonal (baptisé PFL-002 / VERT-002) dont le mécanisme d'action inhibe la cible c-MET. Cette cible est présente notamment chez des patients souffrant d'un type très particulier de cancer du poumon.

Le développement clinique : évaluer le profil de tolérance, la sécurité et l'efficacité des nouvelles thérapies

Le développement clinique est la dernière étape du processus d'innovation, consistant en trois phases séquentielles.

La phase I a pour objectif d'évaluer la sécurité du candidat clinique et de définir une dose et un schéma d'administration recommandé pour les patients. La phase II vise à confirmer l'efficacité du candidat médicament chez une petite population de patients. La phase III est conçue pour évaluer l'efficacité et le bénéfice à long terme du nouveau médicament chez un plus grand nombre de patients, en comparaison avec la meilleure thérapie actuellement disponible. Des résultats positifs permettent alors de soumettre une demande



d'autorisation de mise sur le marché aux autorités de santé.

Avant le démarrage de chaque phase, un protocole doit être établi pour lancer l'essai clinique. Il définit les critères d'inclusion des patients, ainsi que la méthodologie, les critères d'évaluation et les étapes de l'étude. Claire Fabre, Directrice du Développement Clinique, souligne : "Chez Pierre Fabre, nous visons l'excellence clinique dans le respect des plus hauts standards éthiques. Nous travaillons en étroite collaboration avec les autorités de santé et les hôpitaux où se déroulent les essais cliniques pour garantir la qualité de nos études au niveau international. Nous aspirons à une mise en œuvre opérationnelle agile pour permettre le déploiement rapide de nos essais en oncologie, qui reposent sur un rationnel scientifique clair et innovant". ●



↑ Flasher pour découvrir en images le centre d'innovation Pierre Fabre de l'Oncopole.

La puissance de la data et de l'IA au service de la R&D

Pour faire avancer la recherche, Pierre Fabre capitalise sur des technologies avancées. Grâce à la data science, de larges volumes de données moléculaires et génomiques issues de bases de données publiques et privées sont analysés et exploités par les chercheurs de Pierre Fabre. Ces analyses guident notamment la sélection des cibles thérapeutiques et l'identification de biomarqueurs pour mettre au point les bons traitements pour les bons patients.

Au cours de l'année 2023, les équipes de Pierre Fabre ont par ailleurs développé une IA propriétaire qui permet de caractériser et trier des cellules cancéreuses. Grâce à cette IA, il est possible d'isoler l'environnement tumoral de la cellule, d'identifier des populations clonales et de prévoir les mécanismes de résistance pour améliorer l'efficacité des thérapies ciblées. ●

Maladies rare, nouvelle aire d'excellence

200 M

d'enfants dans
le monde souffrent d'une
maladie rare.

26

Près de
20 500

pages vues sur le site
www.hemangiome.com

En lien avec leur
raison d'être,
les Laboratoires
Pierre Fabre inves-
tissent le champ des
maladies rares pour
répondre à de très
nombreux besoins
médicaux non satisfaits.

Plus de 300 millions
de patients dans le monde
souffrent d'une maladie rare.
Il existe entre 5 000 et 8 000
maladies rares, c'est-à-dire
touchant moins d'une personne
sur 2 000, dont 95 % ne bénéficient
d'aucun traitement ; à ce titre,
elles constituent un véritable
enjeu de santé publique dans
toutes les régions du monde.
En ce domaine, plus que tout autre,
les partenariats sont essentiels
pour faire avancer la découverte
et le développement de nouveaux
traitements.

**Soigner la dysplasie ecto-
dermique hypohidrotique liée
au chromosome X (XLHED).**

En partenariat avec la Fondation
EspeRare, Pierre Fabre travaille
au développement d'une thérapie
in utero innovante pour soigner

une forme rare de dysplasie
ectodermique, la XLHED, une
maladie génétique qui touche
chaque année 500 nouveau-nés
garçons en Europe et aux États-
Unis. L'étude clinique EDELIFE,
destinée aux femmes enceintes
d'un garçon porteur du gène de la
maladie, a été lancée fin 2021 en
Europe et en 2022 aux États-Unis.
Après des débuts compliqués,
dans un contexte de diminution
des naissances, le recrutement des
patientes s'est accéléré fin 2023.

**Faire progresser
le traitement d'un lymphome
prolifératif très rare.**

En oncologie, Pierre Fabre
collabore avec la biotech califor-
nienne Atara Biotherapeutics
depuis 2021 sur le traitement
d'une maladie lymphoproliférative
post-transplantation et positive au
virus d'Epstein-Barr. EBVALLO® est
ainsi la première immunothérapie
allogénique destinée aux patients
atteints de cette tumeur, qui
survient dans de très rare cas
après une greffe chirurgicale ou
une transplantation de moelle
épineuse lorsque le patient est
immunodéprimé.

EBVALLO® est recommandé
en seconde intention, après échec
des traitements de première
ligne, chez les patients adultes
et enfants à partir de 2 ans. Cette
immunothérapie a été approuvée
par l'Agence européenne des
médicaments (EMA) en 2022,
puis au Royaume-Uni en 2023.
Depuis juillet 2023, EBVALLO®
est commercialisé en Allemagne
et en Autriche. Il est disponible
en France dans le cadre d'un
programme d'accès précoce. ●



↑
**Flasher pour
retrouver un focus
sur l'hémangiome
infantile et sur
l'ichtyose.**

New ways to care guidés par l'intérêt collectif



27

Prendre soin des collaborateurs

L'intergénérationnel, une force vive pour l'entreprise

Aujourd'hui, cinq générations se côtoient dans l'entreprise, un véritable défi. En prendre la mesure, c'est créer une culture de cohésion et de collaboration, où chaque génération se sent incluse et valorisée.



Chez Pierre Fabre, cela passe par des initiatives d'intégration ou des projets collaboratifs qui tirent parti des forces de chacun, pour conduire à un environnement de travail plus inclusif, innovant et performant.

En 2023, Pierre Fabre a accueilli en France plus de 500 jeunes (200 stagiaires, 300 alternants), ainsi que 30 VIE (Volontariat International en Entreprise). Tout en contribuant à la formation des jeunes, engagement de toujours, l'entreprise constitue un "vivre" précieux de jeunes talents et stimule sa dynamique d'innovation.

Une nouvelle génération en action.

En septembre 2023, Pierre Fabre lance le programme "NEWGEN", une initiative parrainée par le Comité de

direction. Composé de 14 collaborateurs âgés de 25 à 34 ans, provenant de 9 pays, ce think tank interne a été imaginé pour bénéficier du regard de la jeune génération sur des initiatives stratégiques. En retour, c'est l'opportunité de favoriser la montée en compétences et l'évolution de carrière de ces jeunes talents.

Après quelques mois d'idéation et de travail collaboratif à distance, les membres du NEWGEN se sont retrouvés au siège pour présenter leurs idées aux membres du Comité de direction. Accompagné par la General Manager de la filiale Benelux, et sponsorisé par les membres du Comité de direction, le NEWGEN a travaillé sur différentes

initiatives dont le lancement du "Nexus Board", une déclinaison du programme NEWGEN à l'échelle locale déjà déployée dans une de nos filiales ou encore un projet favorisant l'adoption de l'IA dans le domaine de l'oncologie.

Favoriser la coopération intergénérationnelle.

Confrontée à un écart générationnel croissant engendrant frustrations et baisse d'engagement au sein des équipes, la filiale italienne a lancé en 2023 un programme pour lutter contre l'âgisme*. Une première étape a consisté à dresser l'état des lieux des perceptions, via des groupes de discussion impliquant une quarantaine de salariés,

complétés par une enquête destinée à faire ressortir les préjugés non exprimés. Puis a démarré une phase de sensibilisation. Les équipes ont par exemple travaillé sur le thème de la diversité et de l'inclusion lors de ces mises en situation. Cette expérience aura permis de mieux comprendre l'autre, et de libérer la parole pour mieux collaborer au quotidien.

Le programme se poursuit en 2024 auprès des managers. Ceux-ci sont en effet le maillon essentiel d'une véritable culture intergénérationnelle, mais ils sont encore peu préparés à ce challenge, que ce soit dans le process de recrutement, d'intégration ou de rétention des talents. ●

*Discrimination et stéréotypes basés sur l'âge.



↑
Flasher pour découvrir les engagements des collaborateurs lors des Green Mission Days.



"Le NEWGEN me permet de renforcer mes connaissances et ma vision stratégique, tout en constituant un précieux réseau international."

Tarendeep Matharuh, Medical Care UK



"Cultivons demain", pour bien accueillir les nouveaux collaborateurs.



Une aventure humaine dont le succès dépend de l'engagement de chaque collaborateur.



Coopération intergénérationnelle : combattre les préjugés.



"World's Best Employers"

Pour la troisième année consécutive, Pierre Fabre est reconnu parmi les "World's Best Employers" par le magazine *Forbes*. Dans ce classement internationalement reconnu des meilleurs employeurs du monde, l'entreprise se hisse dans le Top 10 des secteurs "Pharma & Biotech" et "Beauty Care".

Une distinction qui récompense les efforts en matière de développement des talents, de diversité, d'inclusion et de responsabilité sociale. ●

86 % de salariés actionnaires

Depuis plus de 40 ans, les salariés sont associés en France à l'intéressement de l'entreprise. Depuis 2005, avec le Plan RUSCUS, ils ont la possibilité de devenir actionnaires de leur entreprise. En 2023, ils sont 8 409, avec une participation internationale croissante (13 pays dans le dispositif et 3 en cours d'intégration). ●

Le parcours d'intégration : socle d'une culture commune

L'entreprise est une aventure humaine dont le succès dépend de l'engagement de ses collaborateurs. De la qualité de l'accueil et de l'intégration de chaque nouveau membre dépend la capacité de ce dernier à rallier pleinement l'aventure.

Ainsi, le parcours d'intégration "Cultivons demain" vise à engager les nouveaux arrivants en les plongeant dans l'esprit de l'entreprise, en valorisant son histoire, ses valeurs et sa mission. 800 personnes ont déjà bénéficié de ce programme, disponible en format e-learning, avec un taux de satisfaction de 86 %.

Le programme est complété depuis janvier 2024 par une journée présentielle, baptisée "À la conquête de demain !" et mettant davantage l'accent sur l'innovation. Un temps de collaboration et de partage enrichi par des échanges avec la Direction Générale pour inspirer et construire le futur ensemble. ●



Prendre soin de nos écosystèmes

Les enjeux de développement durable sont au cœur des engagements de Green Mission Pierre Fabre, qui pilote la stratégie Naturalité et RSE de l'entreprise. Seul groupe industriel à avoir obtenu le label Engagé RSE d'AFNOR Certification au niveau exemplaire (2022), l'entreprise agit en responsabilité à tous les niveaux, avec la volonté de concilier développement économique, protection de la nature, ancrage territorial et humanisme.

Les Laboratoires Pierre Fabre ont dévoilé en 2021 le Green Impact Index (méthodologie de cotation de l'impact environnemental et sociétal des produits cosmétiques) avec l'ambition de le partager avec d'autres entreprises.

En 2023, le Consortium Green Impact Index* annonce la publication de l'AFNOR Spec 2215, qui permet désormais de développer des produits engagés pour une meilleure gestion des enjeux environnementaux et sociétaux**, sur la base de critères communs et objectivés par l'AFNOR.

*22 organisations sont membres du Consortium Green Impact Index (association Loi 1901 créée en juin 2023)

** L'AFNOR Spec 2215 concerne les produits cosmétiques, compléments alimentaires et produits de santé familiale et de bien-être



← Flasher pour explorer les avancées réalisées par Eau Thermale Avène en 2023.

Un outil au service des consommateurs pour les aider à mieux choisir leurs soins dermo-cosmétiques.

Pionniers dans le déploiement de cette méthodologie, les Laboratoires Pierre Fabre font chaque année progresser la part des produits engagés pour une meilleure gestion des enjeux environnementaux et sociétaux dans leur portefeuille. Fin 2023, 66 % de leur catalogue est noté A ou B (base chiffre d'affaires), avec un taux de 80 % pour les produits dermo-cosmétiques et d'hygiène bucco-dentaire.

L'entreprise intègre l'ensemble des critères du Green Impact Index pour concevoir des produits plus durables : critères environnementaux (regroupant les thématiques Emballage, Formule, Fabrication, Transport) et critères sociétaux. En 2023, 100 % des extraits végétaux sont développés à partir de plantes bio ou sans traitement phytosanitaire. Par ailleurs, chaque marque développe dans un projet d'engagement social ou de protection de la biodiversité. Ainsi, en 2023 Eau Thermale Avène renforce son action en faveur de la préservation des ressources en eau : partage des pratiques de sobriété hydrique, diagnostic de forages, préservation de l'impluvium d'Avène. ●

Labellisé numérique responsable

En 2023, l'entreprise s'est engagée dans une démarche proactive pour obtenir le plus haut niveau du Label Numérique Responsable pour l'ensemble de ses activités et filiales. Cette démarche réunit des représentants de l'ensemble de nos business units et business partners, mobilisés pour un numérique plus soutenable, éthique et inclusif.

Soutenable : réduire l'empreinte environnementale du numérique permet de réduire les émissions de CO2 et de lutter contre l'épuisement des ressources en eau et en métaux rares. Le numérique représente 5 % de l'empreinte carbone des Laboratoires Pierre Fabre.

Éthique : faire du numérique un outil innovant, respectueux de la vie privée, au service de l'amélioration de la qualité de vie des patients, consommateurs, et professionnels de santé qui les accompagnent dans le parcours de soin.

Inclusif : promouvoir l'éco-socio-conception des services numériques, s'assurer de l'accessibilité et de l'inclusion numérique des collaborateurs, quels que soient leur métier et leur fonction dans l'entreprise. ●



Une huile essentielle de lavande bio

En 2023, la marque Naturactive s'enrichit d'une nouvelle référence à l'actif bio : l'eau florale de lavande certifiée Cosmos Bio et labellisée Commerce Équitable. Cette lavande 100 % origine France témoigne de l'engagement de l'entreprise en faveur de la biodiversité, et sa volonté de promouvoir une agriculture respectueuse des ressources naturelles. ●

88 %

des actifs végétaux Pierre Fabre éco-conçus (extraction à partir de solvant vert).

4 910

collaborateurs ont participé à une action de soutien à une association environnementale ou humanitaire.



Notre site de Soual, usine exemplaire en matière de décarbonation.

Investir dans la décarbonation de l'industrie

Chaque année, Pierre Fabre réduit davantage l'impact environnemental de ses activités pour incarner un modèle d'industrie plus sobre et vertueux. En 2023, l'effort de l'entreprise a permis des baisses à deux chiffres de la consommation d'énergie et d'eau.

En 2023, l'entreprise a investi 4,8 millions d'euros pour continuer à se doter d'équipements au service d'une industrie plus sobre.

De premiers panneaux photovoltaïques ont été installés sur le site d'Ussel. D'autres complèteront le parc existant à Soual et Gaillac en 2024. Le site de Soual s'est doté d'une pompe à chaleur sur aérocondenseurs*. Elle permettra de réduire l'empreinte carbone de 11 % entre 2023 et 2024. C'est ici aussi que la consommation d'eau a diminué de 25 % par rapport à 2018, posant les jalons de l'usine sèche, projet qui permettra de diminuer de 75 % la consommation d'eau du site en 2027. D'autres équipements vertueux ont été mis en place en 2023, dont les ombrières à Langlade, ainsi qu'une pompe à chaleur à Gaillac.

Des baisses de consommation à deux chiffres.

Dans le domaine de l'énergie, l'objectif est de réduire de 10 % la consommation énergétique entre 2019 et 2024. En 2023, des régulateurs de tensions ont été installés sur les sites de Soual et d'Avène et la fréquence du renouvellement de l'air a été abaissée dans les zones de production. Ces efforts portent leurs fruits puisque la baisse de consommation énergétique atteint déjà 12,8 % depuis 2019, soit l'équivalent de la production annuelle d'une éolienne.

Décarboner les opérations, de l'amont à l'aval.

Pour réduire sa consommation en eau, Pierre Fabre a, par exemple, réduit le débit du forage d'Avène, remplacé son osmoseur** et rationalisé l'arrosage du parc thermal de la marque. Le bilan global 2023 ? -24,8 % de consommations en eau comparé à 2018, en avance sur l'objectif fixé de -20 % pour 2024. L'entreprise agit également pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre. En témoigne la baisse du chauffage à 19 °C sur l'ensemble des sites Pierre Fabre. Selon les estimations des experts, chaque degré en moins représente une économie d'énergie pouvant atteindre 7 %.

Les Laboratoires Pierre Fabre accordent une attention particulière à la réduction de leurs émissions dans le secteur du fret et de la logistique, lesquelles représentent 10 % de l'empreinte carbone totale de l'entreprise. Il s'agit de limiter à la fois l'impact des opérations de fret amont



Pierre Fabre et le collectif "Le cœur des entreprises".

(transport des matières premières) et de fret aval (distribution).

Ainsi, l'entreprise limite l'usage du transport aérien vers les filiales et les distributeurs, favorise les achats en France et dans les pays limitrophes, utilise davantage de biocarburants, optimise les chargements et diminue les fréquences de livraison. Dans ce cadre, via le dispositif FRET21, Pierre Fabre s'est engagé auprès de l'ADEME à réduire ses émissions de CO2 de 10 % d'ici 2025. ●

*Aérocondenseur : échangeur de chaleur utilisé pour refroidir et condenser de la vapeur en utilisant l'air frais

**Osmoseur : système de filtration pour éliminer les impuretés contenues dans l'eau.

-75 %
objectif de baisse de la consommation d'eau du site de Soual entre 2023 et 2027

-30 %
objectif de baisse des émissions de GES entre 2015 et 2025 (scopes 1 et 2)

Prendre soin des territoires

Prendre soin des territoires, c'est soutenir les acteurs et les associations locales, notamment dans les domaines du sport et de la solidarité.

Une Spor'Team pour faire rayonner les sportifs locaux.

Pierre Fabre lance sa Spor'Team en 2023, une équipe de 11 jeunes sportifs de haut niveau originaires du Tarn ou de Haute-Garonne. Ce cadre collectif offre aux athlètes des moments de partage et de convivialité, un soutien financier aux frais de préparation et de déplacements, l'accès aux installations du Castres Olympique

ou encore du coaching en communication. En retour, une formidable source d'inspiration pour les collaborateurs, qui se matérialise par des interventions et des échanges lors de séminaires d'équipes.

Pierre Fabre, solidaire avec "Le cœur des entreprises".

En 2023, les Laboratoires Pierre Fabre ont répondu à l'appel du collectif toulousain "Le cœur des entreprises". Depuis février, nous faisons livrer de façon régulière des produits invendus à l'UCRM (Union Cépière Robert Monnier), une association spécialisée depuis 75 ans dans l'insertion sociale et professionnelle.

23 collaborateurs ont bénéficié d'un jour de congés solidaires pour confectionner quelques 5 000 kits d'hygiène aux côtés de membres de l'association.

En septembre, ce sont 500 kits de produits d'hygiène qui ont été offerts à la Casela, un centre d'accueil tenu par le Secours Catholique de Toulouse pour aider des femmes en situation de précarité. Enfin, 14 400 tubes de dentifrice ont été conditionnés à l'usine de Soual et remis en décembre à la Banque Alimentaire de Haute-Garonne. ●



←
Flasher pour en savoir plus sur nos engagements à travers notre podcast "Histoires de territoire".

Résultats financiers 2023

L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 2 827 M€ en 2023. C'est une progression de 5,9 % à taux de change constant, portée par la croissance à deux chiffres de la marque Eau Thermale Avène, de l'oncologie innovante et de la dermatologie médicale. Le résultat opérationnel s'est, quant à lui, établi à 286 M€, en progression de 12 % par rapport à l'exercice précédent.

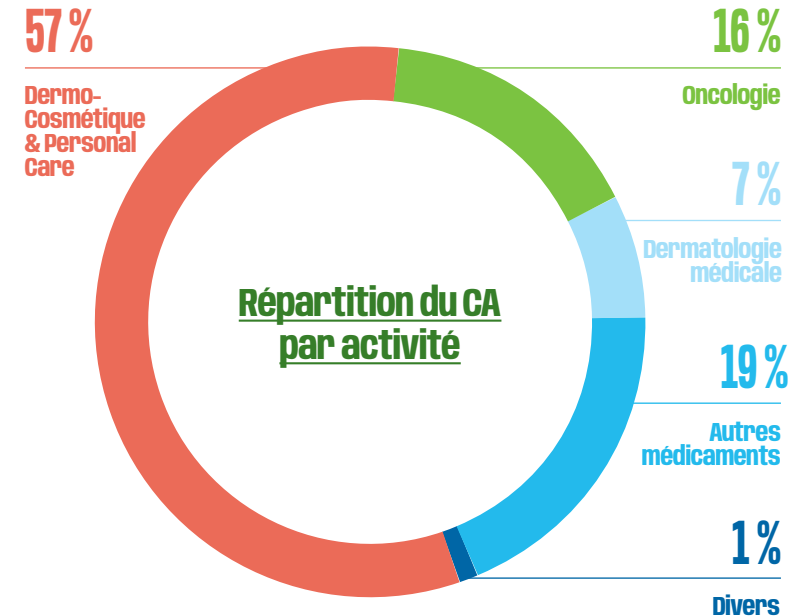
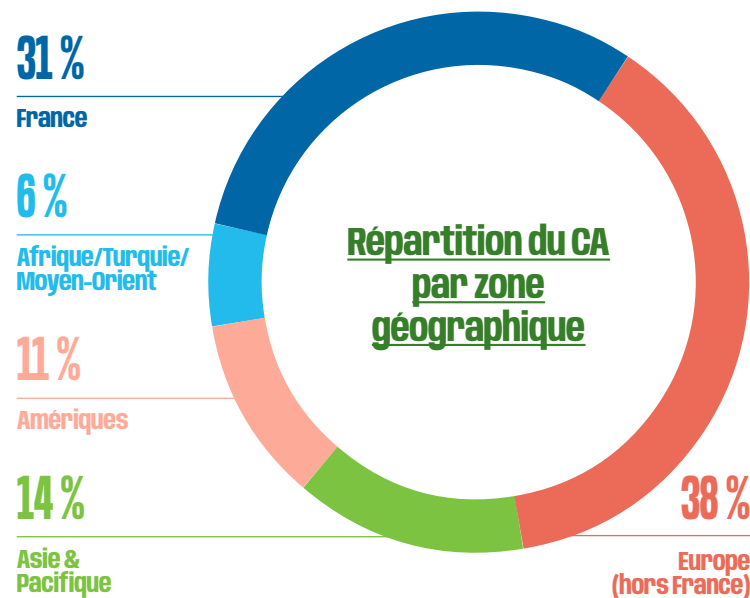
34

Une présence internationale renforcée

70 %

du chiffre d'affaires a été réalisé à l'international

Nos principales filiales basées en Chine, Allemagne, Espagne et Italie ont représenté un revenu cumulé supérieur à 700 M€. Nos 5 autres territoires prioritaires d'expansion — États-Unis, Mexique, Brésil, Benelux, Pologne — ont atteint 17 % de croissance, avec pour objectif de dépasser les 500 M€ de revenus d'ici 2025.



Des activités en forte croissance

L'activité Dermo-Cosmétique & Personal Care (DC&PC) a réalisé un chiffre d'affaires de 1 606 M€, soit 57 % des revenus totaux, et une croissance de 9,9 % à périmètre et taux de change constants.

La marque Eau Thermale Avène a dépassé le cap symbolique du milliard d'euros, confortant ainsi son rang de deuxième marque mondiale en dermo-cosmétique. Les marques Ducray, A-Derma, Darrow et Pierre Fabre Oral Care ont également enregistré une croissance significative.

L'activité Medical Care a réalisé un chiffre d'affaires de 1 174 M€, soit 42 % des revenus totaux de l'entreprise, en progression de 4 % par rapport à 2022 à périmètre et taux de change constants.

La croissance de l'Oncologie Innovante est portée par trois thérapies ciblées dans la prise en charge de cancers présentant des mutations spécifiques (mélanome, cancer colorectal, cancer du sein). L'année 2023 fut également marquée par le lancement de la première immunothérapie allogénique à lymphocyte T en Europe, dans la prise en charge d'une maladie lymphoproliférative rare. ●

L'innovation comme moteur

Nos investissements d'innovation ont connu une forte dynamique. D'une part, notre budget de recherche et développement a progressé de 12 % pour s'établir à 190 M€. D'autre part, nous avons conclu plusieurs partenariats ou acquisitions pour un montant d'investissements supérieur à 200 M€.

Partenariat avec Scorpion Therapeutics

pour le co-développement des actifs STX-721 et STX-241 et acquisition de licence pour leur commercialisation en Europe et en Chine (traitement du cancer du poumon non à petites cellules).

Acquisition de Vertical Bio

et de son candidat médicament VERT-002 (traitement du cancer du poumon non à petites cellules).

Extension des droits de licence sur EBVALLO®

(tabelecleucel) à l'ensemble des territoires mondiaux (traitement d'une maladie lymphoproliférative rare).

Acquisition de MÊME Cosmetics

première marque de soins dermo-cosmétiques en réponse aux effets indésirables des traitements anticancéreux.

+12 %

de croissance du budget R&D

200 M€

Montant des acquisitions

35

Évaluer, prévenir et maîtriser les risques

Le Conseil d'administration de Pierre Fabre S.A, son Comité d'Audit, son Comité Stratégique et la Direction Générale de l'entreprise portent une attention permanente à l'anticipation, à l'atténuation et à la gestion des risques.

36

Chaque année, la Direction des Risques établit une cartographie des risques qu'elle fait valider par la Direction Générale et le Comité d'Audit. Une évaluation de chaque risque est réalisée selon des critères d'impact et de probabilité d'occurrence.

L'ensemble des évaluations est ensuite consolidé dans une matrice de criticité. Pour les risques les plus critiques, l'entreprise met en place des plans d'actions de prévention et d'atténuation des impacts. En complément sont souscrits des contrats d'assurance couvrant certains risques opérationnels, de conformité, ou de forte dégradation des taux de change.



Risques stratégiques

Ils correspondent aux risques de portefeuille et d'innovation propres à l'industrie pharmaceutique.

En vue de construire un pipeline durable d'actifs thérapeutiques innovants, les Laboratoires Pierre Fabre établissent des partenariats externes portant sur le développement de nouveaux actifs, et renforcent leurs programmes d'innovation interne en oncologie, en dermatologie et dans les maladies rares. Les équipes en charge de l'innovation externe, de la R&D et du développement commercial assurent conjointement une "due diligence" appropriée pour tous les projets d'acquisition ou de partenariat, ainsi qu'un plan holistique d'intégration le cas échéant. ●



Risques opérationnels

Ces risques incluent l'interruption de la supply chain, les aléas de nature géopolitique, l'interruption des systèmes d'information (risques "cyber") et les risques liés à la qualité ou la sécurité des produits.

Les risques d'interruption de la supply chain incluent les pénuries et perturbations de la chaîne d'approvisionnement, les risques industriels ainsi que les risques de défaillance dans la distribution et la logistique de nos produits. Ils peuvent résulter de problèmes réglementaires, de difficultés techniques, de la défaillance d'un fournisseur, de catastrophes naturelles, de pandémies ou d'aléas géopolitiques. Pierre Fabre se prépare à ces difficultés, par exemple à travers un sourcing sécurisé des matières premières les

plus stratégiques, l'amélioration continue des processus de production et de supply chain, le maintien de stocks de sécurité, et la mise à jour des plans de continuité de l'activité sur l'ensemble de ses sites industriels et logistiques.

Comme toutes les entreprises, nous évoluons dans un environnement global soumis à des risques systémiques tels que les risques géopolitiques, cybernétiques et sanitaires.

Avec l'évolution du contenu technologique de nos activités, le risque cyber se développe. Pour protéger leurs systèmes d'information, les Laboratoires Pierre Fabre ont mis en place un plan de cybersécurité intégrant toutes les entités stratégiques et opérationnelles de l'entreprise. Il est supervisé par une équipe dédiée et fait l'objet d'une gouvernance spécifique.

Afin de garantir des produits efficaces et sûrs pour les patients et les consommateurs, les Laboratoires Pierre Fabre se doivent d'anticiper les risques liés à la qualité des produits et à celle de l'information délivrée aux patients, aux consommateurs et aux professionnels de santé.

Le système de management de la Qualité et les procédures de Vigilance visent à réduire au minimum le niveau de ces risques à chaque étape du cycle de vie du produit, médicament ou cosmétique. L'entreprise applique également une couverture d'assurance suffisante pour le cas où elle serait confrontée à des réclamations ou des plaintes. ●



Risques de conformité

Ces risques concernent principalement la conformité aux réglementations liées aux produits, à l'environnement, à l'éthique et à la conformité. Ces réglementations évoluent en permanence et peuvent différer selon les régions du monde.

L'entreprise évolue dans des contextes très réglementés, et s'expose à des sanctions potentielles en cas de non-conformité, ce qui pourrait nuire également à sa réputation.

Pour anticiper ces risques, ont été regroupées au sein d'une même direction les fonctions de management des Risques, de l'Éthique et de la Conformité, de la Qualité et du Contrôle Interne. Leur gouvernance repose sur plusieurs instances pluridisciplinaires dont les principales sont le Comité Qualité, le Comité Éthique et Conformité, et le nouveau Comité CSRD* (issu des récentes réglementations ESG** européennes). ●

CSRD* : Corporate sustainability reporting directive (Directive sur les rapports de développement durable des entreprises).

ESG** : Environnementaux, sociaux et de gouvernance.



Risques climatiques et environnementaux

Liés au dérèglement climatique et à l'appauvrissement de la biodiversité, ces risques sont susceptibles de fragiliser la pérennité de l'entreprise.

Pierre Fabre prend en compte les risques climatiques dans sa stratégie et sa planification afin de minimiser leurs impacts négatifs, et de saisir les opportunités liées à la transition vers un modèle économique plus durable.

Ainsi, les Laboratoires Pierre Fabre ont pris des engagements de réduction de leur empreinte environnementale calquée sur la trajectoire des +2°C de l'accord de Paris (2015).

Par ailleurs, ils mettent en œuvre des mesures visant à réduire drastiquement les consommations d'énergie et d'eau sur leurs sites industriels et tertiaires.

À titre d'exemple, un projet d'usine sèche est en cours de déploiement sur le site industriel situé à Soual dans le Tarn, un département très exposé aux risques de stress hydrique. ●



Risques financiers

Ils englobent l'inflation, qui induit une augmentation du coût des matières premières et de l'énergie, le risque de change, l'augmentation des taxes et le risque de liquidités.

Notre entreprise évolue sur des marchés en croissance, néanmoins,

sa rentabilité peut être affectée par des éléments comme l'inflation des coûts, les taux de change et l'augmentation rapide des taxes. L'année 2023 n'a pas fait exception, mais l'entreprise est parvenue à maintenir une situation financière saine, qui lui a permis de continuer à investir sur le long terme.

En raison de leur activité internationale, les Laboratoires Pierre Fabre sont exposés au risque permanent de fluctuation des devises. Afin d'y répondre, l'entreprise met en œuvre une politique de couverture de change avec ses partenaires spécialisés.

Enfin, compte tenu du faible niveau d'endettement et de la situation financière saine de l'entreprise, le risque de liquidités, induisant des difficultés, voire une incapacité à honorer ses dettes, est maîtrisé. ●



37

Pierre Fabre, l'esprit de partage

Le 20 juillet 2023, en commémoration des dix ans de la disparition de Monsieur Pierre Fabre, une cérémonie a réuni 500 invités au domaine d'En Doyse à Lavaur (Tarn). L'occasion d'inaugurer le nouveau bâtiment de la Fondation Pierre Fabre et surtout de célébrer l'esprit visionnaire du fondateur des Laboratoires Pierre Fabre.

38

L'émotion était palpable ce soir-là à Lavaur, sous les frondaisons du domaine d'En Doyse, berceau de la famille Fabre. Famille, personnalités politiques, associatives et scientifiques, collaborateurs ont rendu hommage à l'héritage d'un humaniste.

Héritiers d'un modèle visionnaire.

Pierre-Yves Revol, Président de la Fondation Pierre Fabre, a été le premier à prendre la parole : "Commémorer, c'est avant tout se souvenir, se rassembler autour de la mémoire d'un homme. Et lorsque cet homme a fait un bien immense pour sa ville, son département, sa région et bien au-delà, c'est dire sa reconnaissance et sa gratitude. Pour certains, elles concerneront la qualité des moments vécus avec l'homme d'exception. Pour d'autres, elles seront liées au partage d'un bout d'aventure professionnelle exaltante. Et pour tous, elles peuvent se concentrer sur l'immensité et la rareté d'un héritage commun". Et le président de la Fondation de souligner toute la force et la modernité du modèle

d'entreprise qu'incarnent les Laboratoires Pierre Fabre : "Au terme d'un premier cap de 10 ans, une décennie sans Pierre Fabre, nous pouvons lui dire : en ce jour particulier, nous apportons une pierre supplémentaire à l'édifice que vous avez construit, un nouveau bâtiment pour la Fondation ●●●

Pierre-Yves Revol évoque l'héritage de Pierre Fabre à l'occasion des dix ans de sa disparition.



●●● à En Doyse. Votre propriété rayonne, ici au milieu des vignes, dans ce site devenu le symbole de votre ouverture au monde. Car au fond, si votre entreprise réalise des bénéfices et qu'elle doit en redistribuer après avoir réinvesti l'essentiel dans son développement, mieux vaut que ce soit au profit des plus démunis qu'à quelques personnes ou puissances financières : telle était votre approche si singulière du capitalisme à visage humain."

Au service d'un territoire.

François-Xavier Lauch, préfet du Tarn et à ce titre représentant de l'État au Conseil d'administration de la Fondation Pierre Fabre a répondu à Pierre-Yves Revol : "Pierre Fabre a profondément marqué le département du Tarn et bien au-delà, notre pays. Il est apparu très vite comme un visionnaire, dont l'esprit d'innovation a façonné l'entreprise. Il nous a enseigné la puissance de la volonté, du travail, de l'intelligence et de la passion. Son audace constante a créé un fleuron français, d'envergure internationale, (...) laissant une trace au niveau du patriotisme industriel national, une trace pour une industrie durable."

Partager la vision d'un pionnier avec les nouvelles générations.

À l'issue de ces discours, les invités ont pu découvrir un documentaire, *Pierre Fabre, l'esprit de partage*, retraçant la vie, les convictions et l'épopée industrielle d'un homme d'exception. Diffusé par la suite à l'ensemble des collaborateurs, ce documentaire a permis de créer des moments fédérateurs sur tous les sites et dans toutes les filiales de l'entreprise, et aux plus jeunes qui n'ont pas connu Monsieur Pierre Fabre de mieux cerner cet esprit de partage, si particulier aux Laboratoires Pierre Fabre. ●

Famille, amis, collaborateurs et personnalités ont découvert un documentaire inédit sur M. Pierre Fabre et son héritage.



Pour commémorer les dix ans de la disparition de Pierre Fabre, l'illustratrice Agnès Decourchelle a réalisé un triptyque d'illustrations conçu comme un cheminement au cœur de l'héritage de notre fondateur.



"Redistribuer au profit des plus démunis plutôt qu'à quelques personnes ou puissances financières : telle était l'approche si singulière que Pierre Fabre avait du capitalisme, un capitalisme à visage humain."

Pierre-Yves Revol,
Président de la Fondation
Pierre Fabre



←
Flasher pour découvrir
le documentaire
*Pierre Fabre,
Esprit de partage*

New ways to care.



Pierre Fabre
aimait à penser que
c'est de l'attention
aux autres que
naît l'innovation.

Inspirés par cette vision, nous innovons sans relâche pour lutter contre le cancer et prendre soin de la peau.

Guidés par la science et les patients, nous sommes les partenaires attentionnés de biotechs, de chercheurs, de cliniciens, de médecins et de pharmaciens dans le monde entier.

Nous imaginons et développons nos produits à l'Oncopole de Toulouse, nous les éco-concevons grâce au Green Impact Index et nous les fabriquons en France.

Nous reversons chaque année nos dividendes à la Fondation Pierre Fabre*, reconnue d'utilité publique pour ses programmes d'accès à la santé dans les pays du Sud.

**Nous sommes les Laboratoires Pierre Fabre,
nous sommes des innovateurs humanistes.**



LABORATOIRES

Pierre Fabre

New ways to care

*Les Laboratoires Pierre Fabre sont détenus à 86% par la Fondation et secondairement par leurs salariés.
New ways to care : de nouvelles façons de prendre soin.

**Rapport annuel
des Laboratoires
Pierre Fabre 2023
Publication 2024**

Pierre Fabre S.A.
Parc industriel
de La Chartreuse
81100 Castres
France

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

Conception éditoriale
Little Stories

Crédits photo
Julien Pebrel
PB.
Albert Facelly
Laurent Galaup
Fondation
Pierre Fabre
Photothèque
Pierre Fabre
Shutterstock

Illustrations
Maria Milenko

Photos de couverture
Shutterstock

**Conception,
réalisation**
Little Stories

Gravure
Point 11

Impression
Art & Caractère

www.pierrefabre.com





LABORATOIRES

Pierre Fabre

New ways to care