

# *De la santé à la beauté*

---

RAPPORT D'ACTIVITÉ ET DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE  
DES LABORATOIRES PIERRE FABRE

---

2017 - 2018



Pierre Fabre

# SOMMAIRE

## HISTOIRE & VALEURS

ENTREPRENEURS PASSIONNÉS | 6  
ATTENTIFS AUX HOMMES | 8  
INSPIRÉS PAR LA NATURE | 10  
ATTACHÉS À NOS RACINES | 12

## VISION & STRATÉGIE

PROFIL | 16  
PERSPECTIVES | 20  
GOUVERNANCE | 22  
AU CŒUR DE NOTRE GOUVERNANCE | 24  
ENGAGEMENT | 26  
STRATÉGIE | 28  
MÉDICAMENT ET SANTÉ | 30  
DERMO-COSMÉTIQUE | 32  
INTERNATIONAL | 34

## DE LA SANTÉ À LA BEAUTÉ

MISSION | 38  
INNOVATION | 40  
PARTAGE | 46  
INSPIRATION | 48  
RIGUEUR | 50  
ÉCOUTE | 52  
PRÉVENTION | 54  
AU CŒUR DE LA  
DERMATOLOGIE | 56

## RESPONSABILITÉ & CITOYENNETÉ

HOMMES | 60  
TERRITOIRES | 64  
AU CŒUR DE MADAGASCAR | 66  
NATURE | 68  
ENVIRONNEMENT | 70  
AU CŒUR DE BOTANICAL  
EXPERTISE PIERRE FABRE | 72

## ÉVÉNEMENTS 2017 - 2018

# Continuer à transmettre



À l'heure où j'écris ces lignes, nous venons d'annoncer la nomination d'Eric Ducournau, Directeur Général de notre activité Dermo-Cosmétique depuis 2012, à la direction générale du Groupe en remplacement de Bertrand Parmentier qui a fait valoir ses droits à la retraite.

Bertrand Parmentier avait été appelé à la tête du Groupe après la disparition de notre Président Fondateur en juillet 2013 et aura eu la lourde responsabilité de diriger l'entreprise à ce moment charnière de son histoire. Avec son équipe de direction, il a élaboré et mis en œuvre le plan stratégique Trajectoire 2018, animé par la volonté de permettre au Groupe de relever les nombreux défis auxquels il doit faire face. Toujours guidé par l'intérêt général,

toujours soucieux de préserver notre identité mais aussi conscient que nous devons dans un environnement complexe et très contraint au plan réglementaire et des prix dans le Médicament, remettre en cause certaines organisations et emprunter de nouvelles voies pour préparer l'avenir.

Cinq ans après le décès de son fondateur, nous pouvons constater que l'entreprise reste solide, qu'elle a consolidé ses fondamentaux et poursuivi sa croissance dans tous les pays du monde. Comme le souhaitait Pierre Fabre, elle demeure totalement indépendante, pluridisciplinaire et toujours attachée à son territoire d'origine. Elle conserve son caractère citoyen et continue à donner à sa Fondation actionnaire les moyens de développer son programme d'actions en faveur de l'accès aux soins et à des médicaments de qualité dans les pays du Sud. Et ce, avec la préoccupation constante de permettre à nos activités en développement de ne pas être pénalisées par celles qui le sont moins et de leur donner les moyens de conforter leur croissance.

Ainsi, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, sous la direction d'Eric Ducournau, a-t-elle considérablement accentué sa croissance et développé ses parts de marché à l'international, tandis que Pierre Fabre Médicament, sous celle de Frédéric Duchesne, réorganisait sa R&D, relançait son activité de Santé Grand Public et se renforçait en oncologie à travers un partenariat particulièrement prometteur avec la biotech américaine Array BioPharma. Ce partenariat devrait se concrétiser dès cette année 2018 par l'enregistrement d'un nouveau traitement dans une des formes les plus sévères du mélanome et se poursuivre dans d'autres indications.

Une nouvelle page va s'ouvrir en juillet 2018 avec la nomination d'Eric Ducournau à la Direction Générale du Groupe. Comme le veulent les règles édictées par notre Fondateur, cette décision a été prise par le Conseil de Pierre Fabre Participations, la holding de tête du groupe que je préside et au sein duquel siègent des personnes d'expérience et de confiance que Pierre Fabre avait lui-même nommées. Elle a aussi été préparée avec les membres du Comité

Stratégique du groupe, qui rapporte au Conseil d'Administration, et notamment son Président Roch Doliveux. C'est donc une décision collégiale conformément à la lettre et à l'esprit de la gouvernance d'une entreprise dont on ne rappellera jamais assez qu'elle est détenue très majoritairement par une Fondation reconnue d'utilité publique et secondairement par ses salariés.

Si nous avons décidé de faire appel à Eric Ducournau, c'est que son parcours dans l'entreprise a été particulièrement riche et varié depuis 2000, lui permettant d'appréhender tous nos métiers et d'en assimiler la culture. Nommé en 2012 par Pierre Fabre à la tête de l'activité Dermo-Cosmétique, il l'a dirigée avec une grande détermination et une faculté d'adaptation remarquable en matière d'innovation, de digitalisation, de développement international et d'investissements industriels. Avec l'équipe de direction qu'il constituera dans les prochains mois, nous savons qu'Eric Ducournau mettra tout en œuvre pour impulser une nouvelle dynamique afin de

permettre au Groupe de continuer à s'adapter avec succès à l'évolution de ses métiers et de son environnement dans le respect de sa culture et de son enracinement régional.

Notre entreprise a beaucoup perdu en juillet 2013 avec la disparition de son fondateur. Force est cependant de constater qu'elle est toujours debout, portée par la contribution, la volonté et à la passion de tous ses collaborateurs dont plus de 2000 nous ont rejoint depuis 2013 et auxquels les plus anciens ont à cœur de continuer à transmettre avec succès ce que l'on appelle communément nos valeurs et qui font de nous une entreprise un peu à part.

Pierre-Yves REVOL  
Président de la Fondation Pierre Fabre  
et de Pierre Fabre Participations



LE GROUPE A ÉTÉ CRÉÉ EN 1962  
À CASTRES (TARN) PAR PIERRE FABRE,  
PHARMACIEN ET BOTANISTE

 13 500  
COLLABORATEURS

De la santé à la beauté

 MÉDICAMENT  SANTÉ GRAND PUBLIC  DERMO-COSMÉTIQUE

2 318 millions €  
de revenus en 2017

2<sup>e</sup>  
laboratoire  
pharmaceutique  
privé français

1<sup>er</sup>  
laboratoire  
dermo-cosmétique  
en France et 2<sup>e</sup> mondial

Expert dans la recherche et la production  
d'actifs d'origine naturelle ou biologique

 10  
&  
9 sites de production  
basés en France

# ENTREPRENEURS PASSIONNÉS

PLUS DE 50 ANS D'INNOVATION  
DE LA SANTÉ À LA BEAUTÉ

L'histoire du groupe Pierre Fabre est d'abord celle d'un homme, pharmacien d'officine et entrepreneur passionné. Pierre Fabre a fait de son officine un laboratoire pharmaceutique de dimension internationale, ancré dans sa région d'origine et resté fidèle aux valeurs humanistes qu'il a toujours défendues.

**1951**  
CA 94 K€  
3



**1951**  
Achat de la pharmacie, place Jean Jaurès à Castres (Tarn)



**1959**  
Lancement de Cyclo 3®, veinotonique issu du petit houx (*Ruscus aculeatus*)

**1962**  
CA 5 685 K€  
58



**1962**  
Assemblée générale constitutive des Laboratoires Pierre Fabre

**1965**  
Début de l'activité dermo-cosmétique

**1968**  
Ouverture du 1<sup>er</sup> centre de Recherche à Castres et lancement de l'activité Oral Care

**1970**  
CA 84 635 K€  
980



**1971**  
Création de la phytofilière® qui deviendra Botanical Expertise Pierre Fabre

**1974**  
Rachat de la station thermale d'Avène-les-Bains (Hérault)

**1970**  
Ouverture de la 1<sup>re</sup> filiale en Espagne

**1980**  
CA 261 589 K€  
1 875

**1990**  
CA 713 746 K€  
4 651



**1989**  
Lancement de l'anticancéreux Navelbine® issu de la Pervenche tropicale

**1994**  
Création de l'Institut Klorane, fondation d'entreprise pour la protection et la valorisation du patrimoine végétal

**2000**  
CA 1 376 933 K€  
8 111

**2010**  
CA 1 861 000 K€  
9 900



**1999**  
Création de la Fondation Pierre Fabre reconnue d'utilité publique

**2001**  
Ouverture du conservatoire botanique Pierre Fabre agréé CITES en 2010

**2005**  
Ouverture du capital de l'entreprise aux salariés

**2017**  
CA 2 256 000 K€  
13 476



**2010**  
Ouverture du centre de R&D sur le campus de l'Oncopole à Langlade (Toulouse)

**2013**  
Légataire universel de M. Pierre Fabre, la Fondation détient désormais 86% des parts du Groupe

**2015**  
Lancement de Nature Open Library et partenariat en oncologie avec Array (USA)

**2017**  
Partenariat avec la Société MÈME Cosmetics



# INSPIRÉS

## UNE SOURCE DE CRÉATIVITÉ À LA FOIS INÉPUISABLE ET FRAGILE

# PAR LA NATURE

Pierre Fabre était passionné par les plantes. Cette passion se manifestait lors de présentation de nouveaux projets mais aussi lors de discussions impromptues. Un jour, à l'occasion d'une décision particulièrement difficile, il s'est exclamé : « *Vous rendez-vous compte de ce que vous me demandez ? C'est comme si vous me demandiez de faire abattre un arbre.* » Tout était dit : le côté charnel de cet attachement, passionné et émotionnel.

Il aimait les plantes pour leur beauté mais pas seulement. Il était attaché à leur « contenu ». Il aimait connaître leur étrangeté. Sa fascination privilégiait la partie vivante de la plante, son histoire, ses liens avec les Hommes et son environnement. Découvrir une nouvelle plante était pour lui un réel plaisir, synonyme d'une nouvelle histoire à écrire.

L'avoine avait sa préférence. Il a su apporter à cette modeste céréale dont on nourrit les chevaux, ses lettres de noblesse. Dans le monde cosmétique qui privilégie la sophistication et celui de la dermatologie qui s'appuie avant tout sur la chimie, c'était le plaisir d'un homme, attaché à la ruralité, d'avoir su faire de cette petite plante un authentique actif végétal destiné aux peaux fragiles et reconnu par les dermatologues.



# ATTACHÉS À NOS RACINES

SE DÉVELOPPER À PARTIR DE CE QUE NOUS  
AVONS CONSTRUIT ICI, DANS NOS TERRES



## LE DOMAINE DU CARLA

Construit en 1875, c'est un lieu d'exception baigné de nature sur les hauteurs de Castres. Dédié aux réunions et aux échanges, c'est le lieu où se concrétisent les partenariats du Groupe. Chaque année, il accueille quelque 6 000 visiteurs en provenance du monde entier.



## LE CASTRES OLYMPIQUE

Le soutien au Castres Olympique relève d'une double évidence : l'attachement inconditionnel à la ville de Castres et la proximité entre les valeurs du rugby – solidarité, complémentarité, respect des autres, esprit de conquête – et celles de notre entreprise.



## L'USINE DE SOUAL

Située à une dizaine de kilomètres de Castres, ouverte en 1968, l'usine de Soual est le site industriel historique des Laboratoires Pierre Fabre. Dédié à la dermo-cosmétique, il s'est agrandi de 13 000 m<sup>2</sup> en 2012, notamment pour intégrer la production de la Cosmétique Stérile. Une extension qui a permis l'expérimentation de la démarche HQE® aux bâtiments industriels.



## TERRE D'AVOINE

C'est à Puylaurens, au cœur du Tarn, que se niche le site de Terre d'Avoine : une bastide fortifiée datant de 1640 entourée de champs d'Avoine Rhealba®, variété d'avoine aux vertus dermatologiques exceptionnelles. Aménagé en collaboration avec le Muséum d'Histoire Naturelle de Toulouse, inauguré en 2013, ce lieu de partage des connaissances sur l'avoine et ses propriétés dermatologiques raconte la marque A-Derma.



## LES CAUQUILLOUS

C'est en 2000 que le siège de notre activité dermo-cosmétique fut transféré à Lavaur, dans le Tarn, au lieu-dit les Cauquillous. Le bâtiment aux courbes futuristes, inspirées du logo de l'entreprise, est bordé d'une forêt et d'un jardin méditerranéen constitué d'une trentaine de variétés de plantes médicinales.



## TOULOUSE-ONCOPOLE

Construit sur les décombres de l'usine AZF, le projet de l'Oncopole est un enjeu majeur d'innovation et de santé publique pour toute la région Midi-Pyrénées. Le Centre de Recherche et Développement Pierre Fabre fut le premier à s'y installer en 2011. Le Groupe affirme ainsi sa volonté d'être un acteur mondialement reconnu en oncologie tout en concentrant ses efforts de R&D en France et plus particulièrement dans sa région d'origine.

## VISION & STRATÉGIE

PROFIL | 16

PERSPECTIVES | 20

GOVERNANCE | 22

AU CŒUR DE NOTRE GOUVERNANCE | 24

ENGAGEMENT | 26

STRATÉGIE | 28

MÉDICAMENT & SANTÉ | 30

DERMO-COSMÉTIQUE | 32

INTERNATIONAL | 34

**POUR SUIVRE  
UNE CROISSANCE RESPONSABLE**



**J'AI DAVANTAGE  
LE GOÛT DE L'ACTION,  
DE LA PROJECTION,  
DE LA PRÉPARATION  
DE L'AVENIR  
QUE CELUI DU RETOUR  
SUR LE PASSÉ**

M. PIERRE FABRE

DÉCEMBRE 2006

# PROFIL

**CHIFFRES CLÉS  
AU 31 DÉCEMBRE 2017**

# 3

## ACTIVITÉS CLÉS

### MÉDICAMENT

#### ONCOLOGIE ÉTHIQUE

Urologie, santé féminine,  
neuropsychiatrie, cardiologie,  
pneumologie, allergologie  
et rhumatologie



### SANTÉ GRAND PUBLIC (Consumer Health Care)

**PIERRE FABRE  
HEALTH CARE**  
**PIERRE FABRE  
ORAL CARE**  
**NATURACTIVE**



### DERMO-COSMÉTIQUE

**PIERRE FABRE DERMATOLOGIE**  
**DUCRAY**  
**EAU THERMALE AVÈNE**  
**A-DERMA**  
**KLORANE**

**ELANCYL**  
**GALÉNIC**  
**RENÉ FURTERER**  
**DARROW (au Brésil)**  
**GLYTONE (aux USA)**



## AXES PRIORITAIRES D'INNOVATION

# 5

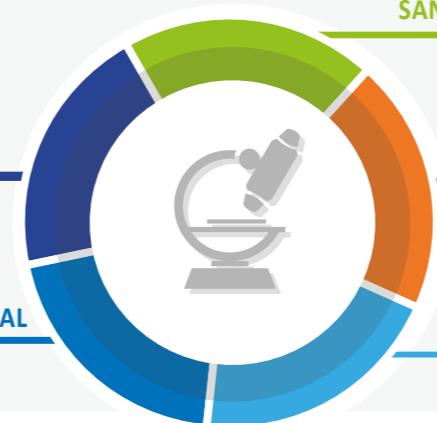
ONCOLOGIE

SYSTÈME  
NERVEUX CENTRAL

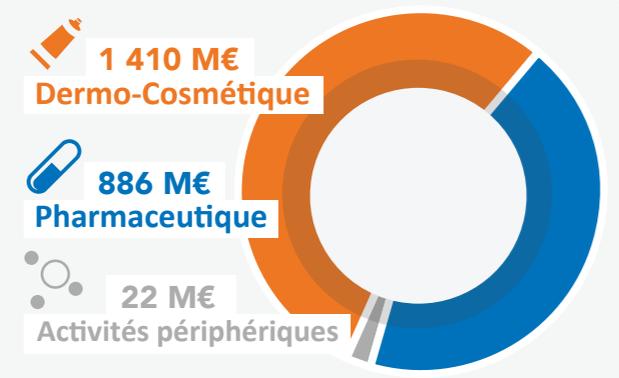
SANTÉ GRAND PUBLIC

DERMO-  
COSMÉTIQUE

DERMATOLOGIE  
ÉTHIQUE



## 2 318 M€ REVENUS



**1 425 M€**  
INTERNATIONAL

**893 M€**  
FRANCE

**2<sup>e</sup>**  
LABORATOIRE  
DERMO-COSMÉTIQUE  
AU MONDE

**1<sup>er</sup>**  
LABORATOIRE  
DERMO-COSMÉTIQUE  
EN FRANCE

**2<sup>e</sup>**  
LABORATOIRE  
PHARMACEUTIQUE  
PRIVÉ  
FRANÇAIS



Des actifs végétaux  
issus de plus de  
**220**  
PLANTES



**18 000**  
ÉCHANTILLONS DE PLANTES  
à disposition de nos chercheurs,  
soit la plus importante  
collection privée mondiale



**3 à 5**  
NOUVEAUX ACTIFS  
VÉGÉTAUX  
développés par an



**51**  
ACTIFS VÉGÉTAUX  
brevetés

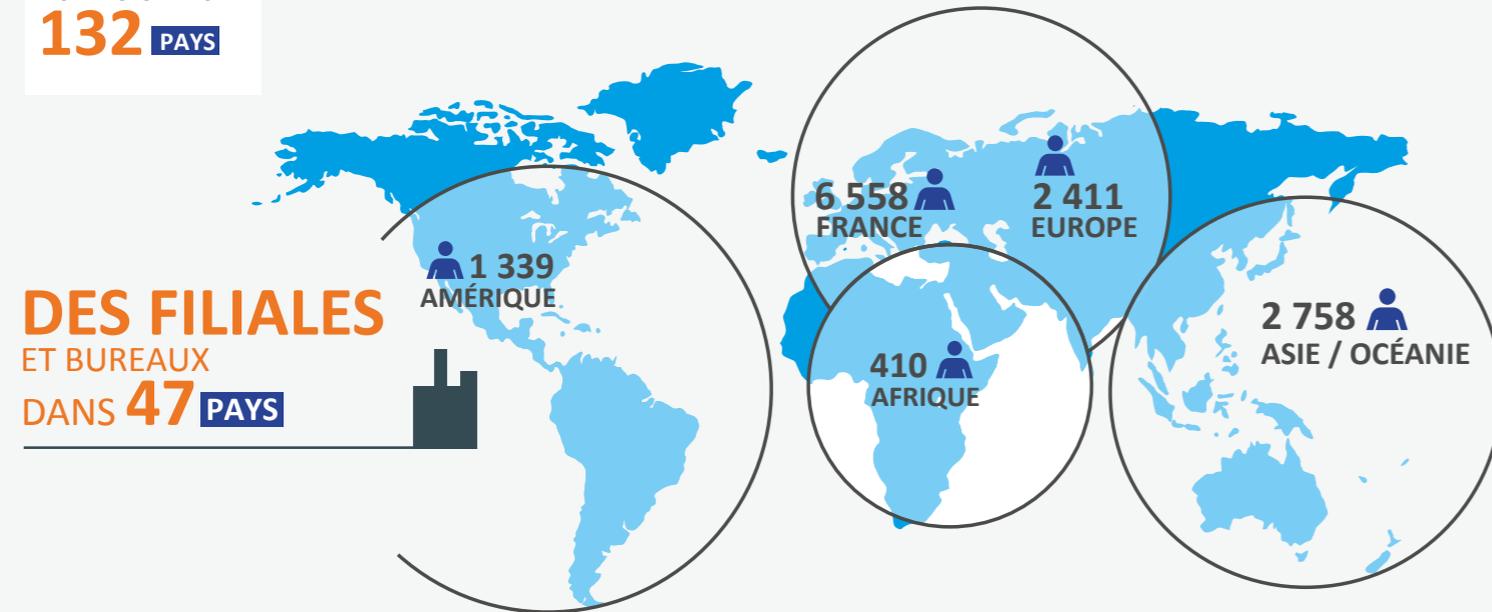


# PROFIL

**CHIFFRES CLÉS  
AU 31 DÉCEMBRE 2017**

DES PRODUITS  
DISTRIBUÉS DANS  
**132 PAYS**

**13 500 COLLABORATEURS**



## CENTRES DE RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT

- **CENTRE DE RECHERCHE ET DE DÉVELOPPEMENT PIERRE FABRE (CRDPF)**  
Oncologie, Dermatologie, Nouvelles Entités Chimiques, Développement Pharmaceutique, Préclinique et Clinique, Médecine Translationnelle, Réglementaire, Toxicologie, Pharmacologie, Actif  
Toulouse (Oncopole)
- **CENTRE D'IMMUNOLOGIE PIERRE FABRE (CIPF)**  
Oncologie, Nouvelles Entités Biologiques et Productions Biotechnologiques  
Saint-Julien-en-Genevois
- **CENTRE DE RECHERCHE PIERRE FABRE (CRPF)**  
Consumer Health Care  
Castres (Péraudel)
- **CENTRE D'INNOVATION PIERRE FABRE DERMO-COSMÉTIQUE ASIE**  
Tokyo (Japon)
- **CENTRE DE RECHERCHE PIERRE FABRE DERMO-COSMÉTIQUE ET CENTRE DE RECHERCHE SUR LA PEAU**  
Formulation, Analytique, Microbiologie, Clinique  
Toulouse (Hôtel Dieu et Vigoulet)
- **CENTRE DE RECHERCHE PIERRE FABRE**  
Système Nerveux Central, Développabilité, Médecine Translationnelle  
Castres (Campans)
- **UNITÉ DE RECHERCHE SUR LES ACTIFS VÉGÉTAUX**  
Gaillac et Soual
- **UNITÉ DE RECHERCHE SUR L'EAU**  
Dermatologie Thermale et qualité de l'eau  
Avène et Banyuls

## CENTRES DE PRODUCTION

- **PRODUCTION ET CONDITIONNEMENT DE MÉDICAMENTS ET PRODUITS DE SANTÉ**  
Gien (Loiret)  
Ho Chi Minh Ville (Vietnam)  
Tunis (Tunisie)
- **PHYTOTHÉRAPIE ET AROMATHÉRAPIE**  
Cahors (Lot)
- **PRODUCTION ASEPTIQUE DES CYTOTOXIQUES**  
Pau (Pyrénées-Atlantiques)
- **PRODUCTION ET CONDITIONNEMENT EN DERMO-COSMÉTIQUE**  
Soual/Mazamet (Tarn)  
Avène (Hérault)  
Château-Renard (Loiret)  
Areal (Brésil) - Ho Chi Minh Ville (Vietnam)
- **PRODUCTION DE PRINCIPES ACTIFS PHARMACEUTIQUES, NEURACEUTIQUES ET COSMÉTIQUES**  
Gaillac (Tarn)  
Bagnères-de-Bigorre (Hautes-Pyrénées)  
Palézieux (Suisse) - Virrey del Pino (Argentine)
- **SUCRES CUITS PHARMACEUTIQUES**  
Aignan (Gers)

## CENTRES DE DISTRIBUTION

- **DERMO-COSMÉTIQUE ET SANTÉ**  
Muret (Haute-Garonne)
- **MÉDICAMENT ET SANTÉ**  
Ussel (Corrèze)

## FOCUS FRANCE



**+ de 90 %**  
de notre  
**PRODUCTION**  
réalisée en France

**100 %**  
de notre  
**RECHERCHE**  
réalisée en France

**200**  
**HECTARES**  
de terres agricoles consacrés  
à l'agriculture biologique  
dans le Tarn

# PERSPECTIVES

Appelé à la Direction Générale des Laboratoires Pierre Fabre en novembre 2013, Bertrand Parmentier aura été l'un des principaux artisans de la continuité de l'entreprise après la disparition de son Président Fondateur. Alors qu'il passera le flambeau à Eric Ducournau le 2 juillet 2018, il revient sur l'exercice 2017 et le plan stratégique Trajectoire 2018, et témoigne de sa confiance dans la capacité du Groupe à relever les défis de demain.



**Comment le Groupe a-t-il traversé l'année 2017 ?**

**BERTRAND PARMENTIER** : Nous avons connu des difficultés opérationnelles à l'ouverture en janvier 2017 d'un nouveau centre de distribution internationale pour notre activité dermo-cosmétique. Ces difficultés sont derrière nous, mais elles ont significativement ralenti notre croissance sur le 1<sup>er</sup> semestre. Notre activité de sous-traitance pharmaceutique a par ailleurs été pénalisée par l'arrêt temporaire d'un atelier sur le site de Pau. De ces épreuves, je retiens d'une part notre capacité de résilience qui nous a permis de trouver des solutions aux problèmes rencontrés et de redresser la barre sur le second semestre. Et d'autre part, notre capacité intacte à nous projeter vers l'avenir malgré ces difficultés de court-terme, comme en témoignent les 144 millions d'euros investis en 2017 pour enrichir notre portefeuille de produits et continuer à moderniser nos infrastructures. Je pense par exemple à l'acquisition des droits commerciaux du produit de dermatologie Tolak qui nous a permis de nous renforcer aux États-Unis et au rachat d'un anticorps monoclonal venu enrichir notre portefeuille préclinique en oncologie. Nous avons également inauguré le nouveau siège de Pierre Fabre Consumer Healthcare à Castres, agrandi celui de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique à Lavaré et poursuivi nos investissements sur les principaux sites industriels du Groupe. Plus de 75 % de nos investissements ont été réalisés en France, conformément à notre volonté de privilégier le « Made in France » et de pérenniser notre ancrage historique dans le Tarn.

**Quelle a été la progression de l'activité en 2017 ?**

**BP** : Nos revenus ont atteint 2,318 milliards d'euros, en hausse de 2,3 % par rapport à l'année précédente à données comparables<sup>1</sup>. C'est une progression certes inférieure à la moyenne de 4,8 % réalisée au cours des trois années précédentes, mais nous avons enregistré une croissance de 5 % au second semestre qui prouve que notre capacité de croissance est intacte. Notre rentabilité opérationnelle consolidée ressort à 4 % pour un EBITDA récurrent de 207 M€. Malgré l'augmentation des investissements, nous avons terminé l'année 2017 en situation de trésorerie positive pour le 3<sup>e</sup> exercice consécutif. C'est dans cette maîtrise de notre liquidité que se situe notre capacité à saisir des relais de croissance comme nous avons su le faire en 2017 avec l'achat des droits de Tolak et en 2016 avec l'accord de licence conclu avec la biotech américaine Array BioPharma pour deux nouvelles molécules en oncologie.

**Pouvez-vous commenter la performance de vos deux activités en 2017 ?**

**BP** : Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (PFDC) a pâti de la mise en route de notre nouveau centre de distribution internationale. Son activité, étale au premier semestre, a remarquablement rebondi au 2<sup>nd</sup> semestre avec une progression proche de 10 % à taux de change constants. Sur l'année, le chiffre d'affaires de la branche s'établit à 1,410 milliard d'euros dont les deux tiers ont été réalisés à l'international. 8 des 10 marques du portefeuille ont vu

Plus de 75 % de nos investissements ont été réalisés en France, conformément à notre volonté de privilégier le « Made in France ».

leurs ventes progresser, notamment Eau Thermale Avène qui a dépassé la barre des 800 millions d'euros. Depuis 2013, ce sont près de 350 millions d'euros de chiffre d'affaires additionnels qui ont été générés par PFDC. Quant à la branche Pharmaceutique, avec des revenus atteignant 886 millions d'euros, elle a continué à faire preuve d'une grande résilience. En témoigne la progression de son activité internationale<sup>2</sup> (+4,0 %) et une baisse contenue en France (-4,3 %) où les mesures des baisses de prix et de remboursements décidées par les pouvoirs publics continuent à lui être défavorables. La branche réalise désormais 61 % de son activité hors de France par rapport à 48 % en 2013.

**Quelles sont les principales priorités du Groupe en 2018 ?**

**BP** : 2018 est d'abord une année charnière pour notre franchise Oncologie. Nous avons déposé des demandes d'enregistrement en Europe, en Australie et au Brésil pour la combinaison des deux molécules de nouvelle génération que nous développons avec Array BioPharma dans une forme sévère du mélanome. Dans l'attente de l'obtention d'une autorisation de mise sur le marché par l'EMA<sup>3</sup>, nous nous préparons au démarrage de la commercialisa-

tion de ce nouveau traitement à la fin de l'année. Ce serait notre premier lancement d'un nouveau produit en oncologie depuis 2010. Également dans la branche Pharmaceutique, nous entendons confirmer le retour à la croissance de notre franchise Consumer Health Care qui commence à tirer profit de sa réorganisation et de l'évolution de sa stratégie vers un modèle d'automédication responsable. Comme chaque année, nous attendons beaucoup de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique qui poursuit son développement international et sa transformation digitale. Nous avons pris beaucoup d'initiatives depuis 3 ans dans les domaines du e-commerce, du marketing en ligne et des réseaux sociaux, la dernière en date étant le lancement de notre premier site marchand multimarques en Corée du Sud. Nous devons poursuivre ces efforts, en portant une attention particulière d'une part à la qualité du conseil dermo-cosmétique dispensé sur les sites de nos clients pharmaciens, et d'autre part à l'écoute active des consommateurs sur les réseaux sociaux comme source d'inspiration et d'innovation. L'ouverture d'un centre d'innovation au Brésil, après celui créé pour l'Asie en 2015, est un autre signe de l'importance que nous apportons au développement de soins de mieux en mieux adaptés aux besoins physiologiques et aux habitudes culturelles nos consommatrices qu'elles vivent à Castres, Shanghai ou Sao Paulo.

Depuis 5 ans, nous avons entrepris des efforts majeurs de transformation qui nous préparent aux défis de demain.

**Quel constat faites-vous du plan stratégique Trajectoire 2018 ?**

**BP** : Nous pouvons être fiers du chemin parcouru depuis 5 ans. Portés par la mission de continuité que nous a léguée Monsieur Pierre Fabre, nous avons su nous rassembler autour d'une vision commune et nous mobiliser pour réinventer l'entreprise dans la fidélité à ses valeurs. Nous avons confirmé dans les faits la pertinence de notre positionnement unique « de la santé à la beauté » avec la dermatologie comme pierre angulaire de nos activités. Nous sommes aujourd'hui la seule entreprise cosmétique mondiale présente en dermatologie médicale, un

avantage concurrentiel que nous avons renforcé depuis 2013 avec le lancement international du premier traitement de l'hémangiome infantile, l'acquisition de plusieurs produits et la création d'une unité d'innovation dédiée. Grâce au partenariat de portée mondiale conclu avec Array BioPharma, nous avons renforcé notre position en oncologie, un domaine thérapeutique sur lequel Pierre Fabre se développe depuis 3 décennies et offre des opportunités de croissance aux laboratoires de toute taille. À court-terme, nous espérons ainsi pouvoir apporter une nouvelle option thérapeutique aux patients atteints de mélanome sévère, ce qui confirmerait notre légitimité à réussir en onco-dermatologie. À moyen-terme, notre partenariat avec Array pourrait nous ouvrir de nouvelles portes, en premier lieu dans le traitement du cancer colorectal. Autre priorité stratégique consacrée par le plan Trajectoire 2018, notre activité Consumer Health Care dont les leviers de croissance empruntent autant au business model du médicament qu'à celui de la dermo-cosmétique et que nous avons totalement réorganisée et recentrée sur les besoins du patient et du pharmacien.

**Qu'en est-il en termes d'organisation ?**

**BP** : Le plan Trajectoire 2018, c'est aussi la transformation en profondeur des métiers et de la culture managériale du Groupe pour accompagner sa croissance d'aujourd'hui et permettre celle de demain. De nombreuses initiatives transformantes ont été mises en œuvre, notamment l'ouverture d'une douzaine de filiales sur les 5 continents, le réengineering de nos organisations R&D pharmaceutique et dermo-cosmétique, l'industrialisation de nos processus et le déploiement de solutions SI associées, l'augmentation de nos capacités de production et de distribution et la sécurisation de nos systèmes de qualité et de pharmacovigilance. Citons également le lancement de la Digital Academy Pierre Fabre qui accompagne la mutation digitale de nos métiers et le déploiement en cours d'un nouveau « Modèle de Leadership Pierre Fabre » auprès des 2600 managers du Groupe dans la cinquantaine de pays où nous sommes implantés.

**Avez-vous confiance dans l'avenir du Groupe ?**

**BP** : Depuis 5 ans, nous avons entrepris ces efforts majeurs de transformation qui nous préparent aux défis de demain. Nous avons mis le patient et le consommateur au cœur de notre mission d'entre-



prise. Nous avons privilégié les investissements d'avenir aux profits à court-terme. Nous avons fait du développement international notre priorité tout en renforçant nos capacités à innover et à produire en France. Nous avons maîtrisé notre liquidité pour avoir toute capacité à aller chercher de nouveaux relais de croissance. Nous sommes restés fidèles aux valeurs humanistes léguées par notre fondateur et qui nous cimentent autour d'une vision partagée. Nos collaborateurs participent chaque année massivement au plan d'actionnariat salarié et témoignent ainsi de leur confiance dans sa solidité et son avenir. Enfin, nous avons pour actionnaire très majoritaire une fondation d'utilité publique qui privilégie un développement durable à des exigences de rentabilité immédiate. Toutes ces raisons nourrissent ma confiance quant à la pérennité du Groupe dans son positionnement différenciant et porteur de sens.

(1) +1,6 % à données publiées

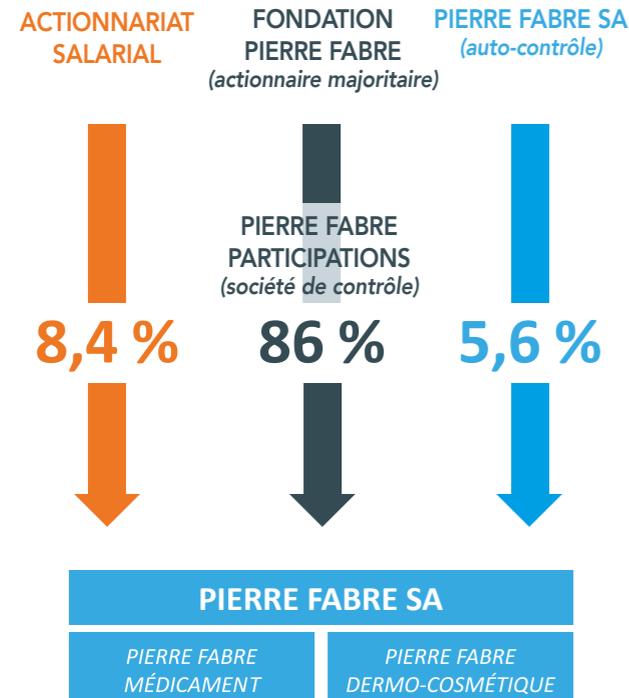
(2) Hors activité de sous-traitance industrielle (CDMO) et à taux de change constants

(3) Agence Européenne du Médicament

# GOUVERNANCE

## ASSURER LA PÉRENNITÉ ET L'INDÉPENDANCE DE L'ENTREPRISE

Le groupe Pierre Fabre est doté d'une structure actionnariale originale visant à assurer les conditions de son indépendance et de sa continuité dans le respect des valeurs de son fondateur. L'entreprise est détenue très majoritairement par la Fondation Pierre Fabre, et l'actionnariat salarié constitue le deuxième actionnaire de référence. Cette structure, unique en France, est gage de la stabilité capitalistique de l'entreprise.



### LA FONDATION PIERRE FABRE

Elle détient 86 % du capital de Pierre Fabre SA à travers la société de contrôle Pierre Fabre Participations (PFP). Se consacrant en priorité à la réalisation de sa mission d'intérêt général, elle délègue à sa filiale Pierre Fabre Participations la supervision de la gestion du Groupe. Elle est présidée par Pierre-Yves Revol.

### PIERRE FABRE PARTICIPATIONS

La société de contrôle du Groupe valide la stratégie, en nomme les principaux dirigeants et veille au respect de la mission de continuité édictée par Pierre Fabre :

- Assurer l'indépendance du Groupe
- Conserver les deux activités (Médicament & Santé et Dermo-Cosmétique)
- Investir de façon conséquente dans la R&D
- Privilégier la création de valeur durable à la recherche de profits à court terme
- Préserver l'enracinement régional et la culture citoyenne du Groupe
- Permettre à la Fondation Pierre Fabre de réaliser ses objectifs à travers une politique appropriée de versement de dividendes

Son Conseil est présidé par Pierre-Yves Revol.



### PIERRE FABRE SA

Holding animatrice du Groupe, elle élabore la stratégie générale, consolide et coordonne les activités, et abrite les fonctions supports et services partagés. Son Conseil d'Administration est présidé par Roch Doliveux. Pierre Fabre Médicament et Pierre Fabre Dermo-Cosmétique sont les principales filiales de Pierre Fabre SA, respectivement en charge des activités pharmaceutiques et dermo-cosmétiques.

### CONSEIL D'ADMINISTRATION

Roch DOLIVEUX, *Président*  
Pierre-Yves REVOL, *Vice-président*

#### ADMINISTRATEURS

Dominique BAZY  
Jean-Luc BELINGARD  
Jean-Jacques BERTRAND  
Nathalie DELAPALME  
Jacques FABRE

Philippe FAURE  
Marie-France MARCHAND-BAYLET  
Catherine de ROHAN-CHABOT  
Marie-Christine ROQUES

#### REPRÉSENTANTS DU FCPE ACTIONNARIAT PIERRE FABRE ET SALARIÉS

Agathe AMARA-COLOMBIE  
Christophe LATOUCHE  
Claire MEUNIER

### COMITÉ DE DIRECTION



Également membre du Comité de Direction le Directeur Général de la branche Dermo-Cosmétique (en cours de nomination).

\*À compter du 2 juillet 2018 en remplacement de Bertrand Parmentier qui a fait valoir ses droits à la retraite

# NOTRE GOUVERNANCE

## AU CŒUR DE

“ J’AI SOUHAITÉ OUVRIER LE CAPITAL AUX SALARIÉS DE L’ENTREPRISE POUR LES ASSOCIER À MA FIERTÉ ET À MON ENTHOUSIASME

M. PIERRE FABRE

JUIN 2005

Plan Ruscus

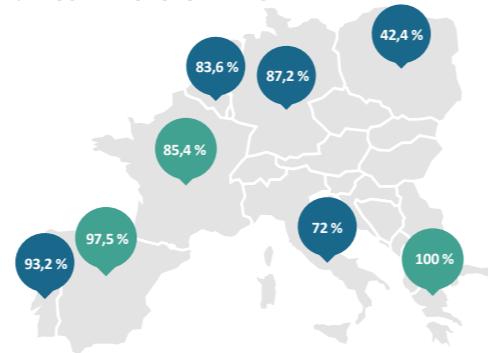
**13** ans d’actionnariat-salarié

Par la volonté de Pierre Fabre, les collaborateurs du Groupe sont étroitement associés à la performance de l’entreprise à travers un plan d’actionnariat-salarié : le plan Ruscus. Ainsi, aux côtés de la Fondation Pierre Fabre, les salariés sont les seuls actionnaires du Groupe. Cette situation, unique dans le paysage industriel français, assure l’indépendance du Groupe.

Si le plan Ruscus, baptisé ainsi en hommage à la première plante utilisée par Pierre Fabre à la création de l’entreprise, constitue un élément majeur de l’organisation capitalistique du Groupe, il contribue aussi au développement d’une culture d’entreprise différente, qui porte haut les valeurs de notre fondateur : indépendance, volonté d’entreprendre, continuité, esprit d’équipe. Avec ce plan d’actionnariat, les collaborateurs deviennent les copropriétaires du Groupe et sont encore plus étroitement associés à la vie et à la croissance de l’entreprise.

Le plan a été développé de façon à permettre aux salariés, notamment les plus modestes, de se constituer un patrimoine. Pierre Fabre souhaitait qu’avec ce dispositif un ouvrier puisse avoir reçu à la fin de sa vie professionnelle, en tenant compte

% DES SALARIÉS ACTIONNAIRES



de l’abondement de l’entreprise, au moins l’équivalent d’un an de salaire. Déployé en France en 2005, le plan Ruscus a été élargi en 2008 à six pays européens : l’Allemagne, la Belgique, l’Espagne, la Grèce, l’Italie et le Portugal. En 2016 la Pologne est rentrée dans le Plan d’actionnariat, 1<sup>er</sup> pays hors zone euro. Puis en 2017 le plan a été ouvert au Mexique. En 2018 l’actionnariat Pierre Fabre sera proposé aux collaborateurs de la Suisse.

► **84,2 %** DES SALARIÉS ACTIONNAIRES (DANS LE PÉRIMÈTRE CONCERNÉ PAR RUSCUS) DÉTIENNENT

► **8,4 %** DU CAPITAL DU GROUPE

## FONDATION PIERRE FABRE

Permettre aux populations du Sud un meilleur accès aux médicaments et aux soins de qualité.

Fin 2017, la Fondation conduit 32 programmes dans 15 pays, en Afrique, en Asie du Sud-Est, au Liban et en Haïti, en appui direct des acteurs locaux, des structures de soin et des universités des pays du Sud. Elle a structuré son action en réponse à quatre problématiques de santé publique :

“ La moitié de la population n’a pas accès aux médicaments essentiels alors même que se développent de nouvelles pandémies et que d’anciennes ressurgissent. Cela n’est plus supportable. La Fondation Pierre Fabre a été créée pour participer activement à la correction de ces déséquilibres en améliorant l’accès aux médicaments et aux soins de qualité. Toujours mieux soigner, toujours mieux guérir les plus déshérités est son ambition.

M. PIERRE FABRE

### LA FORMATION DES PROFESSIONNELS DU MÉDICAMENT



Laos, Vietnam, Cambodge, Togo, Madagascar

Pouvoir s’appuyer sur leurs propres spécialistes du médicament constitue un facteur de progrès inestimable pour les pays du Sud. C’est pourquoi la Fondation s’investit depuis 19 ans dans la formation des pharmaciens en Asie du Sud-Est, étendue ensuite à Madagascar et au Togo. Elle intervient dans la construction et la rénovation de salles de cours et de travaux pratiques, l’amélioration des cursus, la formation des formateurs et le financement de bourses d’études. Elle a également étendu son action à la formation des sages-femmes du Laos.

### LA LUTTE CONTRE LA DRÉPANOCYTOSE



Mali, Burkina-Faso, Sénégal, RDC, Madagascar, Cameroun, Congo, Haïti

Première maladie génétique au monde, la drépanocytose touche particulièrement l’Afrique, avec un nombre de naissances d’enfants malades estimé à 300 000 par an. Sans prise en charge, on estime que la moitié d’entre eux décèdera avant l’âge de 5 ans. 1<sup>er</sup> acteur mondial dans la lutte contre cette maladie dans les pays du Sud, la Fondation participe au développement de structures médicales locales et mène des programmes de dépistage, de soin, de formation des personnels de santé et de sensibilisation des populations. Elle s’investit également dans la recherche clinique et le plaidoyer international pour une meilleure prise en compte de la maladie.

### L’ACCÈS AUX SOINS ET AUX MÉDICAMENTS DE QUALITÉ



Liban, RDC, Observatoire de la e-santé

Les difficultés d’accès à des soins primaires de qualité sont multiples dans les pays du Sud, qu’elles soient d’ordre économique, géographique ou liées à des contextes de crise humanitaire. Au Liban, elle a mis en place depuis 2016 une unité médicale mobile pour les réfugiés syriens dans la plaine de la Bekaa. En RDC, elle soutient l’action du Dr. Denis Mukwégé pour la prise en charge des victimes de violences sexuelles au Sud-Kivu. Enfin, consciente des opportunités offertes par les nouvelles technologies elle a créé en 2016 l’Observatoire de la e-santé dans les pays du Sud, destiné à repérer, documenter et soutenir les initiatives de e-santé qui visent à améliorer l’accès aux soins des plus démunis.

### LA DERMATOLOGIE EN MILIEU TROPICAL



Tanzanie, Malawi, Mali, Togo, Burkina Faso

Avec un taux de prévalence moyen de 30 %, les maladies de la peau constituent un problème de santé publique dans les pays du Sud totalement négligé par les autorités de santé locales et internationales. La Fondation Pierre Fabre s’investit au Mali, au Togo et en Mauritanie dans la mise en place de la télédermatologie, qui permet de donner accès au diagnostic et au traitement en dépit du manque de spécialistes. Depuis 2016, face à l’ampleur des problèmes de santé liés à l’albinisme en Afrique, elle développe en Tanzanie, au Malawi et au Mali des programmes de prévention et de traitement précoce des cancers de la peau pour les personnes atteintes d’albinisme.

# ENGAGEMENT

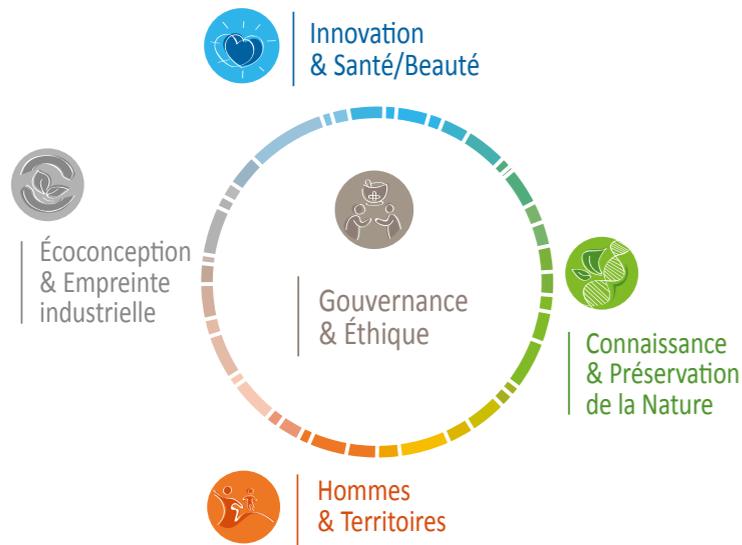
## POUR SUIVRE NOTRE DÉMARCHE CITOYENNE ET RESPONSABLE



**EN 2015, LES LABORATOIRES PIERRE FABRE ONT OBTENU LE NIVEAU « EXEMPLAIRE » DE L'ÉVALUATION AFAQ 26000**

La structure actionnariale du Groupe, détenue majoritairement par une fondation reconnue d'utilité publique, nous confère l'indépendance nécessaire pour inscrire nos activités dans une vision à long terme et favoriser une croissance responsable. Nous plaçons ainsi les enjeux de la responsabilité sociétale (RSE) au cœur de notre modèle de développement, fidèles aux valeurs humanistes et citoyennes de notre fondateur. En 2015, AFNOR Certification, organisme indépendant, a évalué notre démarche RSE selon la méthodologie AFAQ 26 000 et nous a attribué le niveau « exemplaire », une première pour une entreprise française de plus de 10 000 salariés.

### AXES STRATÉGIQUES



### ENJEUX ASSOCIÉS



- Gouvernance & Mission
- Code de Conduite
- Exigences sécurité & qualité
- Management de la RSE



- Politique intégrée d'éco-conception
- Achats responsables
- Réduction des pollutions et préservation des ressources
- Mobilisation des collaborateurs



- La nature comme source d'innovation
- Recherche appliquée à la nature
- Partage des connaissances
- Actions de conservation & préservation de la nature



- Développement des compétences
- Santé & Sécurité des collaborateurs
- Équité
- Développement économique et social des territoires



- Innovation & Culture pharmaceutique
- Prévention
- Accompagnement des professionnels de santé
- Implication dans le système de santé publique
- Santé & Solidarité

### GOVERNANCE & ÉTHIQUE

L'appartenance de notre entreprise à une fondation reconnue d'utilité publique, les valeurs héritées de notre fondateur dont l'éthique pharmaceutique – que nous veillons à placer au cœur de nos actions – guident la réalisation de notre mission au quotidien : « prendre soin de l'homme dans sa globalité et sa diversité ».

### INNOVATION & SANTÉ/BEAUTÉ

Conformément à notre mission, nous imaginons et développons des solutions novatrices contribuant au mieux-être des patients et des consommateurs, de la santé à la beauté. Nous le faisons avec les professionnels de santé, nos partenaires de confiance partout dans le monde. Notre objectif commun est un défi mondial majeur : favoriser l'accès aux soins et agir positivement sur les enjeux de santé. Par ailleurs, nous soutenons des projets solidaires portant sur ces mêmes enjeux.

### ÉCOCONCEPTION & EMPREINTE INDUSTRIELLE

Tout au long du cycle de vie de nos produits, des achats de matières premières à leur mise sur le marché et leur utilisation, en passant par leur production, nous veillons à inscrire nos actions dans le respect de nos fournisseurs et à diminuer nos impacts sur l'environnement.

### EN SAVOIR + DÉVELOPPEMENT DURABLE

[www.pierre-fabre.com/fr/developpement-durable](http://www.pierre-fabre.com/fr/developpement-durable)

### CONNAISSANCE & PRÉSERVATION DE LA NATURE

La nature est une source d'inspiration, d'innovation et de connaissances, nos activités se sont construites autour de ses richesses. Aujourd'hui, près de 70 % du chiffre d'affaires de l'entreprise reposent sur la commercialisation de produits dont le principe actif est issu de la nature. Ainsi, que ce soit par le développement d'actifs naturels ou par l'utilisation de procédés issus de la chimie du végétal, le respect des ressources naturelles est profondément ancré dans nos valeurs.

### HOMMES & TERRITOIRES

À l'écoute de nos collaborateurs, de nos partenaires économiques et des communautés locales dans les régions où nous opérons, nous inscrivons ce dialogue dans un processus de co-construction et co-responsabilité. Collaborateurs et partenaires participent à notre rayonnement et à notre performance. En retour, nous accompagnons le développement professionnel de nos collaborateurs et contribuons dans la mesure de nos moyens au dynamisme économique, social et culturel des régions où nous opérons.



## Charte Éthique

De la santé à la beauté  
**CHARTÉ ÉTHIQUE**  
LABORATOIRES PIERRE FABRE

Pierre Fabre  
- 2015 -

Notre entreprise veille à respecter les principes éthiques s'appliquant à la conduite des affaires et à travailler avec des partenaires partageant ces principes. Pour ce faire, nous avons adopté une charte éthique groupe. Celle-ci recense les engagements, les pratiques et les comportements choisis et adoptés par notre entreprise dans ses rapports internes, comme externes. Document de référence, la charte formalise ainsi le cadre éthique auquel tous les collaborateurs doivent se référer pour agir et prendre des décisions responsables au quotidien.

La Direction pharmaceutique a déployé un programme « Éthique et Conformité » relatif aux Bonnes Pratiques promotionnelles et aux relations avec les acteurs de la Santé. Ce programme inclut notamment la Transparence des liens, ainsi qu'un plan de formation pour les collaborateurs affectés aux opérations pharmaceutiques, en France comme à l'international.

- Notre charte éthique est conçue autour de 6 grands thèmes :
- Répondre à l'ensemble des besoins des utilisateurs de nos produits, de la santé à la beauté
  - Développer une relation de confiance avec les professionnels de santé
  - Agir de manière éthique avec les autorités publiques et l'ensemble des parties prenantes
  - Être une entreprise citoyenne engagée dans la préservation de l'environnement
  - Reconnaître l'importance de nos collaborateurs, acteurs clés dans la réussite de notre développement et de nos engagements
  - Protéger nos actifs pour garantir la pérennité de notre Groupe

### EN SAVOIR + GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

[www.pierre-fabre.com/fr/ethique-et-codes-de-conduite](http://www.pierre-fabre.com/fr/ethique-et-codes-de-conduite)

# STRATÉGIE

**NOUS DÉVELOPPER DE LA SANTÉ À LA BEAUTÉ  
EN NOUS RÉINVENTANT DANS LA FIDÉLITÉ À NOS VALEURS**

**En 2017, le groupe Pierre Fabre a réalisé 2 318 millions d'euros de revenus. Il bénéficie notamment de sa présence dans les principaux pays émergents où les marchés pharmaceutique et cosmétique connaissent une forte croissance appelée à se poursuivre dans les années à venir.**

## UN POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE QUI NOUS DIFFÉRENCIE

Pharmacien d'officine, Pierre Fabre a transposé la mission officinale à l'échelle industrielle avec la volonté d'apporter une réponse globale aux besoins thérapeutiques et de bien-être des patients. Le groupe Pierre Fabre dispose d'un continuum d'activités allant du médicament éthique aux soins dermo-cosmétiques en passant par l'hygiène bucco-dentaire, la santé familiale et la santé naturelle. Pour faire vivre au quotidien cette approche unique « de la santé à la beauté », nous nous appuyons depuis toujours sur les professionnels de santé dont la confiance constitue notre premier et principal atout. Grâce à la diversité de nos activités, nous mettons à leur disposition des solutions thérapeutiques centrées sur le patient permettant de traiter la pathologie principale et ses effets secondaires. C'est par exemple le cas des services hospitaliers en cancérologie auxquels nous proposons des protocoles de soins dermatologiques permettant d'atténuer les effets secondaires provoqués par les chimiothérapies ou les radiothérapies.

## DES DOMAINES D'EXCELLENCE ORIGINAUX ET RECONNUS

En matière d'actifs pharmaceutiques, le Groupe excelle principalement dans deux domaines. D'une part la recherche sur les actifs d'origine naturelle, d'autre part celle sur les actifs d'origine biologique. À partir de la plus importante collection de plantes disponible dans l'industrie, Pierre Fabre recherche de nouveaux actifs végétaux pour ses activités pharmaceutiques et dermo-cosmétiques. À notre connaissance, aucun autre laboratoire pharmaceutique ou cosmétique ne réunit un tel continuum d'expertises en botanique, agronomie, extraction des actifs végétaux, formulation et galénique des médicaments et cosmétiques à base de plantes. De même, grâce à sa marque Eau thermale Avène, Pierre Fabre a acquis une expertise inégalée dans la compréhension des mécanismes dermatologiques de l'eau thermale. Par ailleurs, la recherche pharmaceutique Pierre Fabre est devenue un acteur reconnu dans le domaine des biothérapies ciblées (anticorps monoclonaux, immuno-conjugués, thérapies cellulaires). Une expertise biotechnologique de pointe sur laquelle peut aussi s'appuyer la branche dermo-cosmétique lorsqu'elle conçoit de nouveaux soins à partir d'actifs d'origine biologique.

En décembre 2015, le groupe Pierre Fabre a décidé de partager son patrimoine végétal et son expertise de la chaîne de valeur phyto-industrielle en autorisant l'accès à son échantillonnage de plus de 18 000 extraits de plantes. C'est Nature Open Library, un programme d'innovation ouverte dans les domaines pharmaceutique, nutraceutique et agro-alimentaire.

## UNE CHAÎNE DU MÉDICAMENT MAÎTRISÉE

Autre atout du Groupe, sa maîtrise complète et intégrée de la chaîne du médicament, de la recherche en laboratoire à la promotion médicale, en passant par les étapes clés du développement clinique, de la fabrication des actifs pharmaceutiques, du conditionnement et de la distribution. Autant d'expertises qui nous permettent de bâtir des partenariats de nature diverse avec les plus grands laboratoires internationaux ou des biotechs innovantes. Nous avons notamment atteint un niveau de technicité reconnu mondialement dans le développement et la fabrication de principes actifs d'origine naturelle ou biologique, de médicaments anticancéreux (en particulier sous forme injectable) ou encore des sucres cuits pharmaceutiques.

Ces domaines d'expertise nous permettent aujourd'hui de proposer une offre intégrée en sous-traitance industrielle auprès des laboratoires américains, européens ou japonais les plus exigeants.

## Trajectoire 2018

ZOOM

**En décembre 2014, le groupe Pierre Fabre a présenté son nouveau plan stratégique baptisé TRAJECTOIRE 2018 axé sur l'innovation, le développement international et la création de valeur durable. Il en poursuit depuis la réalisation.**

Le plan Trajectoire 2018 a d'abord réaffirmé le positionnement unique du Groupe dans son univers concurrentiel. Ce positionnement se caractérise par un continuum unique d'activités, « de la Santé à la Beauté », bâti sur un modèle de médicalisation et de conseil autorisé.

Il représente un réel avantage compétitif. Une ligne de force relie l'ensemble de nos activités, de l'oncologie à la dermo-cosmétique, en passant par l'onco-dermatologie et la dermatologie éthique. Nous sommes ainsi la seule entreprise cosmétique internationale également présente en dermatologie éthique, ce qui nous procure une légitimité inégalée auprès des dermatologues qui prescrivent nos produits et auprès des pharmaciens qui les conseillent. Et nous sommes aussi parfaitement position-

nés pour nous développer dans le domaine de la santé grand public dont les leviers de croissance empruntent autant au business model du Médicament que de la Dermo-Cosmétique.

À partir de ce positionnement, le plan stratégique Trajectoire 2018 vise à rééquilibrer économiquement nos deux activités. La branche Dermo-Cosmétique évolue dans une dynamique de croissance soutenue et contribue à l'essentiel des résultats du Groupe. À l'inverse, la branche Pharmaceutique est soumise depuis plusieurs années - singulièrement en France - à la très forte pression réglementaire exercée sur l'industrie du Médicament (déremboursement de produits matures, baisses de prix, montée en puissance des génériques, ...) qu'elle doit compenser en retrouvant une meilleure productivité de son modèle R&D. Trajectoire 2018 a donc pour objectifs de rétablir la compétitivité de la branche Pharmaceutique, sans brider les fortes ambitions que nous avons pour la branche Dermo-Cosmétique, et à nous mettre en capacité financière d'aller chercher des accélérateurs de croissance, en priorité dans le Médicament.

**Pour atteindre ces objectifs, nous avons défini 6 priorités qui font chacune l'objet d'une feuille de route déclinée et jalonnée opérationnellement :**

- 1 / Remettre le médicament** en capacité manœuvrante opérationnelle et financière
- 2 / Construire une franchise Consumer Health Care** (santé grand public) multi-locale forte
- 3 / Étayer le positionnement de la Dermo-Cosmétique** en renforçant le portefeuille de marques autour d'Eau thermale Avène, et capter des parts de marché
- 4 / Glocaliser le modèle de la Santé à la Beauté**, notamment en valorisant la promesse Pierre Fabre sur un éventail élargi de canaux de distribution et à travers une digitalisation accrue
- 5 / Mieux servir** nos marchés en croissance
- 6 / Améliorer** l'efficacité de notre modèle opérationnel en développant la robustesse de nos processus, la productivité de nos outils, et l'agilité de notre organisation

# MÉDICAMENT & SANTÉ

ACCÉLÉRER L'INTERNATIONALISATION  
ET L'INNOVATION

## 4 questions à...



**Frédéric DUCHESNE**

Directeur Général de Pierre Fabre  
Médicament et Santé

### Quelle est l'ambition de la branche Pharmaceutique au plan international ?

**FRÉDÉRIC DUCHESNE :** Depuis plusieurs années nous compensons la baisse de nos revenus en France liée à l'impact des mesures réglementaires sur notre portefeuille de produits matures, en développant nos revenus à l'international de l'ordre de 5% par an. Notre objectif est de maintenir ce rythme afin de réaliser 70% de notre activité en dehors de l'Hexagone d'ici 2020. Pour atteindre cet objectif, nous disposons d'une implantation commerciale historiquement forte en Europe et en Afrique, et nous avons récemment renforcé notre présence en Turquie, en Amérique du Sud (Brésil, Mexique, Argentine) et en Asie (Chine, Vietnam). Cette présence internationale a d'ailleurs été un élément déterminant pour convaincre la biotech américaine Array BioPharma de nous céder une licence pour deux molécules innovantes en oncologie dans le monde entier (hors Amérique du Nord, Japon et Corée).

### Quels sont vos projets de croissance en oncologie ?

**FD :** Nous avons une expérience de plus de 30 ans en oncologie dont nous maîtrisons toute la chaîne de valeur, de la R&D à la commercialisation en passant par l'industrialisation et l'accès au marché. Nous lui consacrons plus de la moitié de nos dépenses en R&D (60 M€) et venons par exemple de démarrer les essais cliniques de Phase 1 d'un anticorps monoclonal conjugué à un cytotoxique, découvert et produit par nos équipes de recherche. Nous poursuivons par ailleurs le développement dans le mélanome et dans le cancer colorectal des deux molécules de biothérapie ciblée pour lesquelles nous sommes en partenariat avec Array Biopharma. Ces 2 molécules sont en cours d'enregistrement en Europe, en Australie et en Suisse, dans une forme sévère du mélanome. En parallèle, nous poursuivons la commercialisation mondiale de Navelbine Oral, notre principal produit en oncologie, notamment en Chine où son potentiel est important en raison de la forte prévalence des cancers dans ce pays.

### Qu'en est-il de vos deux autres franchises commerciales ?

**FD :** Nous allons continuer à développer la franchise Éthique en conjuguant la promotion de notre portefeuille historique avec des accords de partenariat commercial. En France, notre savoir-faire fait déjà de nous un partenaire de choix pour de nombreux laboratoires dans des domaines

thérapeutiques variés (diabétologie, rhumatologie, cardiologie, respiratoire). En 2016, nous avons signé un accord majeur avec Pfizer pour la promotion exclusive d'un traitement de l'incontinence urinaire dans 33 pays en Europe, Russie et Turquie. Les résultats de ce partenariat sont au rendez-vous et nous incitent à rechercher de nouvelles opportunités d'ampleur comparable. Quant à notre franchise Santé Grand Public, elle est une priorité majeure pour le Groupe. En 2016, nous avons investi dans la

création à Castres d'un centre d'innovation dédié réunissant toutes les équipes R&D et marketing. Cette unité de lieu nous permet d'innover plus rapidement et plus efficacement. Nous adaptons en parallèle notre business model pour répondre aux enjeux d'une automédication responsable qui nécessite de prendre en compte les besoins du patient qui souffre et du pharmacien qui conseille.

### Quelle est l'importance de l'activité de sous-traitance industrielle (CDMO) ?

**FD :** Nous avons une longue expérience, une trentaine de partenariats actifs et un savoir-faire différencié et compétitif dans les produits injectables fabriqués en bloc stérile, les sucres cuits pharmaceutiques, et les actifs d'origine végétale. Nous travaillons avec des laboratoires internationaux mais aussi des biotechs dont les produits sont encore à un stade préindustriel. Notre force est de pouvoir les accompagner jusqu'à la mise sur le marché en assurant le développement, en soutenant l'enregistrement, et bien sûr la fabrication de leurs produits. Dans les deux prochaines années, nous allons réaliser un investissement significatif dans un nouvel atelier sur notre site de Pau pour répondre à la demande croissante de fabrication de produits injectables en oncologie.

Nés du médicament il y a plus de 50 ans, nous continuons aujourd'hui à développer notre activité pharmaceutique avec la volonté d'apporter aux patients des solutions thérapeutiques dans les domaines suivants : Oncologie, Éthique et Consumer Health Care (santé grand public).



886

MILLIONS D'EUROS  
de revenus réalisés en 2017  
par la branche Pharmaceutique



90%

DU CA EN ONCOLOGIE  
réalisé à l'international

### RECONNUS SUR NOS FRANCHISES DE CROISSANCE

Commercialement, en France et à l'international, le Groupe a fait le choix de s'organiser autour de 3 franchises de croissance.

La franchise Oncologie est constituée principalement des spécialités de chimiothérapie Navelbine®, première marque de médicament du Groupe par son chiffre d'affaires, et Javlor®. La franchise Éthique propose d'autre part une large gamme de spécialités en urologie, santé féminine, neuropsychiatrie, cardiologie, pneumologie-allergologie et rhumatologie. La franchise Consumer Health Care (santé grand public) met à la disposition des pharmaciens, des professionnels de santé et des patients une large gamme de médicaments et de produits de conseil dans trois domaines principaux : la santé familiale (Structum, Drill, Pédi-Relax, Nicopatch...), l'hygiène

et la santé bucco-dentaires (Elgydium, Eludril...) et la santé naturelle (Naturactive).

La quatrième franchise que constitue l'activité CDMO\*, représente également un relais de croissance significatif pour la branche pharmaceutique.

### L'ONCOLOGIE CONSTITUE NOTRE PREMIÈRE PRIORITÉ

Nous consacrons un niveau d'investissements en R&D qui nous situe dans la moyenne de l'industrie : 13,5% du chiffre d'affaires pharmaceutique en 2017. Conscients des investissements très lourds que nécessite le développement d'un nouveau médicament, nous concentrons nos efforts de recherche et développement sur 4 domaines thérapeutiques : oncologie, dermatologie éthique, système nerveux central et consumer health care (santé grand public).

Parmi ces domaines de recherche, l'oncologie constitue notre première priorité. Notre Centre de Recherche et Développement situé sur l'Oncopole de Toulouse et notre Centre d'Immunologie à Saint-Julien-en-Genevois, travaillent sur les molécules cytotoxiques, les thérapies ciblées et les anticorps monoclonaux à visées anticancéreuses. Les deux centres croisent leurs expertises dans les domaines d'avenir que sont les immuno-conjugués d'une part et l'onco-immunologie d'autre part. L'onco-dermatologie s'impose également comme un domaine pertinent de recherche pour le Groupe, au croisement de nos expertises en oncologie et en dermatologie.

\*CDMO : Contract development and manufacturing organization (prestation de développement et de production pour d'autres laboratoires pharmaceutiques)

## BRANCHE PHARMACEUTIQUE

ONCOLOGIE

ÉTHIQUE

SANTÉ GRAND PUBLIC

Pierre Fabre ORAL CARE Pierre Fabre HEALTH CARE

naturactive  
LABORATOIRES PIERRE FABRE

# DERMO-COSMÉTIQUE

UNE BEAUTÉ ANCRÉE  
DANS L'ÉTHIQUE

Inventeur de la dermo-cosmétique, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique propose des solutions novatrices pour le soin de la peau et des cheveux selon un principe intangible : ancrer la beauté dans l'éthique. Seul acteur dermo-cosmétique international présent en dermatologie thérapeutique, nous faisons de cette activité le fer de lance de notre relation avec les dermatologues. Nous avons à cœur d'accompagner les patients et les professionnels de santé, tout au long du parcours de soin, en relais ou en complément du traitement thérapeutique.



1 410

MILLIONS D'EUROS

de chiffre d'affaires réalisé en 2017  
par la branche Dermo-Cosmétique



N°1

DE LA DERMOCOSMÉTIQUE

en France



en Chine



## NOS PRODUITS SONT CONSEILLÉS POUR RÉPONDRE AUX BESOINS SPÉCIFIQUES DE CHACUN

Nous concevons nos soins dermo-cosmétiques selon les critères d'efficacité et de sécurité les plus exigeants, avec des expertises de pointe dans les substances naturelles, la dermatologie thermique, les biotechnologies ou la cosmétique stérile. Nos produits sont développés, cliniquement testés et fabriqués selon des standards inspirés de l'industrie pharmaceutique. De par leur haute technicité, ils sont exclusivement vendus dans le circuit officinal ou équivalent. Conseillés et expliqués par le pharmacien, le personnel officinal ou des conseillères formées au diagnostic (notamment dans les pays dépourvus d'une forte tradition officinale comme le Japon ou la Chine), ils apportent ainsi une réponse adaptée aux besoins spécifiques de chacun.

## NOUS FAISONS DE L'ACCOMPAGNEMENT DES PATIENTS UNE PRIORITÉ

Souvent recommandés par un dermatologue, les soins dermo-cosmétiques peuvent accompagner ou faciliter l'observance d'un traitement médicamenteux, et contribuer à l'amélioration de la qualité de vie des patients. C'est notamment le cas en cancérologie, domaine dans lequel les traitements sont souvent la cause d'effets secondaires ayant un double impact sur la qualité de vie : inconfort voire douleurs cutanées d'une part et impact sur l'image de soi d'autre part. Pierre Fabre Dermo-Cosmétique fait de l'accompagnement des patients et des professionnels de santé une priorité, à travers le développement de programmes spécifiques.

- **Avène Skin & Cancer** : démarche globale de la marque Eau Thermale Avène, « Avène, Skin & Cancer » regroupe l'ensemble des actions mises en place pour accompagner et soutenir les pro-

fessionnels de santé et/ou les patients dans la prise en charge des cancers de la peau et/ou des effets secondaires des cancers et de leurs traitements sur la peau : soutien à des campagnes de dépistage, partenariat avec l'European Skin Cancer Foundation, informations et formations...

- **Cure thermale** : la station thermale d'Avène propose une cure thermale post-cancer de 3 semaines dont les bénéfices ont été démontrés (étude clinique multi-centrique versus groupe contrôle), tant sur l'amélioration cutanée que sur la qualité de vie des patients.
- **Fondation pour la Dermatite Atopique** : depuis 2006, elle participe notamment au financement de projets d'éducation thérapeutique pour les patients souffrant de dermatite atopique. Elle œuvre ainsi à améliorer les connaissances des patients et des parents d'enfants atopiques sur la nature de la maladie, ses traitements, son retentissement sur la vie des patients et de leur famille.

EN SAVOIR +

[www.fondation-dermatite-atopique.org](http://www.fondation-dermatite-atopique.org)

## 4 questions à...



Éric DUCOURNAU

Directeur Général

Branche Dermo-Cosmétique

### Comment se porte Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (PFDC), notamment à l'international ?

ÉRIC DUCOURNAU : Entre 2013 et 2017, notre activité a cru de 323 M€, ce qui représente une croissance organique de 7,4% en moyenne annuelle. Sur cette période, l'international a connu une progression annuelle proche des 2 chiffres\*. Toutes nos marques réalisent désormais plus de 50% de leurs revenus à l'international, en premier lieu Eau Thermale Avène qui a dépassé la barre des 800 millions d'euros de revenus en 2017 dont 73% à l'international. Nous sommes leaders en France qui demeure le premier marché dermo-cosmétique dans le monde, avec une part de marché en valeur supérieure à 22% soit près d'une fois et demi la part de notre principal concurrent. Nous sommes N°1 ou N°2 dans la plupart des pays européens, et N°1 en Chine qui est notre première filiale. Avène est par ailleurs la seule marque dermo-cosmétique internationale fortement implantée au Japon grâce à un partenariat de 30 ans avec Shiseido.

### Quelle sont les points forts du portefeuille de PFDC ?

ED : Nous sommes d'abord la seule entreprise cosmétique internationale à être présente en dermatologie médicale à travers Pierre Fabre Dermatologie. Cela nous donne une âme différente, autant que cela sert de support de visite médicale aux autres marques de notre univers dermo-cosmétique que sont Eau thermale Avène, Ducray et A-Derma. Notre deuxième force ce sont nos équipes. Nous avons ouvert 11 filiales depuis 2013 et recruté plus de 3000 collaborateurs hors de France. Leur ambition est mise au service de nos 10 marques. Ces marques constituent notre 3<sup>ème</sup> point fort car elles sont complémentaires, couvrant tous les besoins de la peau et du cheveu, de la dermatologie (Avène, Klorane, Ducray, A-Derma, Galénic, Darrow, Glytone) au soin du cuir chevelu et du cheveu (Ducray, Klorane, René Furterer, Darrow). Enfin, notre 4<sup>ème</sup> force ce sont les valeurs de nos marques au premier rang desquelles la naturalité, mais aussi la qualité, exprimée notamment dans le « made in France », et notre capacité à développer des produits innovants, plus de 140 par an, dont 20% sont conçus et fabriqués pour répondre à des besoins spécifiques de consommateurs, asiatiques, sud-américains ou africains.

### Quelle est la place du digital chez PFDC ?

Le digital est une formidable opportunité. En nous obligeant à être plus à l'écoute des consommateurs, et en nous donnant les moyens de cette écoute, il nous conduit à revoir tout notre parcours de création de valeurs. La recommandation du professionnel de santé reste très importante pour nos produits mais elle n'est plus suffisante. Devenu hyperconnecté, le consommateur se forge sa propre opinion sur les produits et les marques, il devient co-prescripteur. Ces bouleversements dans « l'expérience » et le « parcours client » amènent nos marques à devoir générer de la préférence à chaque étape de ce parcours. De plus, chaque pays a ses spécificités et nous oblige à conjuguer en permanence l'ambition de créer des marques mondiales et la nécessité d'être pertinents localement.

### Pourquoi avoir créé un site de e-commerce en Corée du Sud ?

Nous commercialisons 5 marques en Corée et c'est le pays où les usages digitaux sont le plus développés : 98% de la population est « mobile friendly ». La Corée nous a donc paru un bon choix pour tester un concept nouveau pour PFDC : vendre en direct toutes nos marques sur une même plateforme baptisée Dermo Cosme Shop. Cela nous permet de fidéliser nos clients à travers la découverte de nos savoir-faire, de la profondeur de nos gammes et de nos innovations produits. Nous apprenons aussi de nos consommateurs qui utilisent un outil de diagnostic en ligne pour les aider à bien choisir le produit adapté à leurs besoins. Un tiers de nos ventes est réalisé en ligne en Corée, entre notre site en propre et ceux de nos e-retailers partenaires.

\*9,5% par an en moyenne

Pierre Fabre

DERMATOLOGIE

EAU THERMALE

Avène

le don d'apaiser

DUCRAY

LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES

A-DERMA

AVOINE RHEALBA®

LABORATOIRES

KLORANE

LABORATOIRES

ELANCYL

LABORATOIRES

RENE FURTERER

PARIS

GALÉNIC

PARIS

darrow

LABORATÓRIO

GLYSTONE

# INTERNATIONAL

## DES TERRITOIRES D'EXPANSION CIBLÉS

À travers un réseau de filiales couvrant 47 pays, dont tous les principaux marchés émergents, et une distribution de nos produits dans 132 pays, nous réalisons 61,5 % de notre chiffre d'affaires à l'international. Au total, ce sont 6 918 collaborateurs qui sont employés hors de France.



**1 055**  
MILLIARDS DE DOLLARS  
marché pharmaceutique  
mondial



**19,3**  
MILLIARDS DE DOLLARS  
marché dermo-cosmétique  
mondial

### NOS MARCHÉS

Le marché pharmaceutique mondial a progressé en 2017 de +3% (LC Dollars) pour atteindre 1 055 milliards de dollars, porté par l'Amérique du Nord pour 46% des ventes (+2%), l'Afrique/Asie-Pacifique 25% (+3%), l'Europe 22% (+3%), et l'Amérique latine 8% (+11%)\*.

Le marché cosmétique mondial a atteint 359 milliards de dollars en 2017, en hausse de + 5,1%. Toutes les régions du monde sont en croissance, y compris l'Europe de l'Ouest. Les prévisions d'évolution entre 2018 et 2022 sont estimées entre + 4% et + 5% par an

en moyenne, grâce aux fortes croissances attendues en Asie, Amérique Latine, Afrique et Moyen Orient. Les USA, 1<sup>er</sup> marché cosmétique mondial devraient conserver leur place de leader d'ici 2022. Le marché dermocosmétique est estimé à 19,3 milliards de dollars (17 milliards €) soit environ 5,7% du marché cosmétique global \*\*

\* IQVIA World Review Preview 2018

\*\*Euromonitor 2017 et estimation interne Pierre Fabre Dermo-cosmétique sur un périmètre restreint de 60 pays étudiés.

Animé très tôt par la volonté d'exister hors des frontières de l'Hexagone, le groupe Pierre Fabre s'est d'abord tourné vers l'Europe du Sud. Démarche naturelle pour une entreprise installée dans le Tarn, à proximité de l'Espagne. C'est d'ailleurs à Barcelone, qu'ouvrira en 1970 la première filiale du Groupe. Suivront le Portugal, l'Italie et la Grèce. Nos marques dermo-cosmétiques occupent aujourd'hui une place de choix dans ces quatre pays.

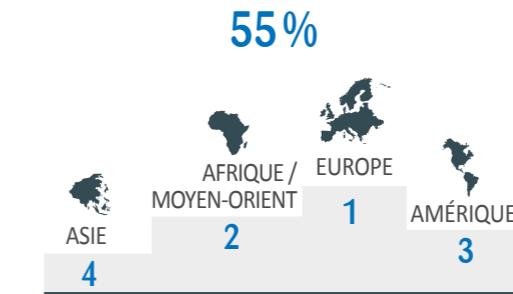
Notre développement international décline le modèle qui a fait le succès de l'entreprise en France.

Quel que soit le pays dans lequel nous sommes implantés, le principe du continuum vertueux – médecin, pharmacien, patient – prévaut, nécessairement dans le médicament mais aussi en dermo-cosmétique. C'est néanmoins un modèle que nous savons moduler pour prendre en compte les particularités de chaque marché où la distribution en officine est plus ou moins développée.

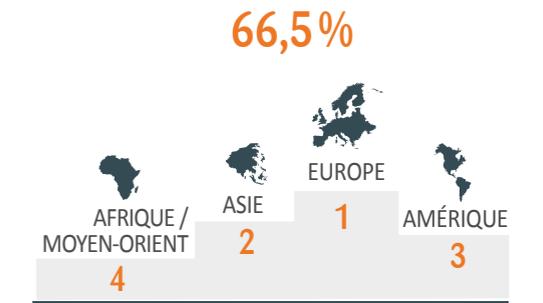
Être à l'écoute de toutes les cultures, créer une relation de confiance avec les professionnels de santé locaux, nous adapter à la réalité des canaux de distribution de chaque marché sans jamais abdiquer notre exigence d'un conseil professionnel dispensé dans un environnement cohérent avec la haute technicité de nos produits, voilà notre approche pour faire fructifier mondialement ce que nous construisons à partir de notre terre d'origine depuis plus d'un demi-siècle.

## PART DU REVENU RÉALISÉ À L'INTERNATIONAL

### BRANCHE PHARMACEUTIQUE



### BRANCHE DERMO-COSMÉTIQUE



## RAYONNEMENT À L'INTERNATIONAL À TRAVERS DES FILIALES ET BUREAUX

DANS **47 PAYS**  
SUR LES **5 CONTINENTS**

- AFRIQUE DU SUD • ALGÉRIE • ALLEMAGNE • ARGENTINE • AUSTRALIE • AUTRICHE • BELGIQUE • BRÉSIL • BULGARIE • CANADA • CHILI • CHINE • CORÉE DU SUD • CÔTE D'IVOIRE • DANEMARK • DUBAÏ • ESPAGNE • ÉTATS-UNIS • FINLANDE • FRANCE • GRANDE-BRETAGNE • GRÈCE • HONG KONG • INDE • ITALIE • JAPON • LIBAN • LUXEMBOURG • MADAGASCAR • MAROC • MEXIQUE • NORVÈGE • PAYS-BAS • POLOGNE • PORTUGAL • RÉPUBLIQUE TCHÈQUE • RUSSIE • SÉNÉGAL • SINGAPOUR • SLOVAQUIE • SUÈDE • SUISSE • TAÏWAN • TUNISIE • TURQUIE • URUGUAY • VIETNAM

## DE LA SANTÉ À LA BEAUTÉ

MISSION | 38  
INNOVATION | 40  
PARTAGE | 46  
INSPIRATION | 48  
RIGUEUR | 50  
ÉCOUTE | 52  
PRÉVENTION | 54  
AU CŒUR DE LA DERMATOLOGIE | 56

RÉPONDRE AUX ENJEUX  
DE SANTÉ ET DE BIEN-ÊTRE

NOUS AVONS CRÉÉ  
DE NOMBREUX PRODUITS,  
DE BONS PRODUITS,  
CONÇUS AVEC PASSION  
ET AVEC SOIN,  
NOUS AVONS FAIT  
DES CHOSES UTILES  
À LA SANTÉ

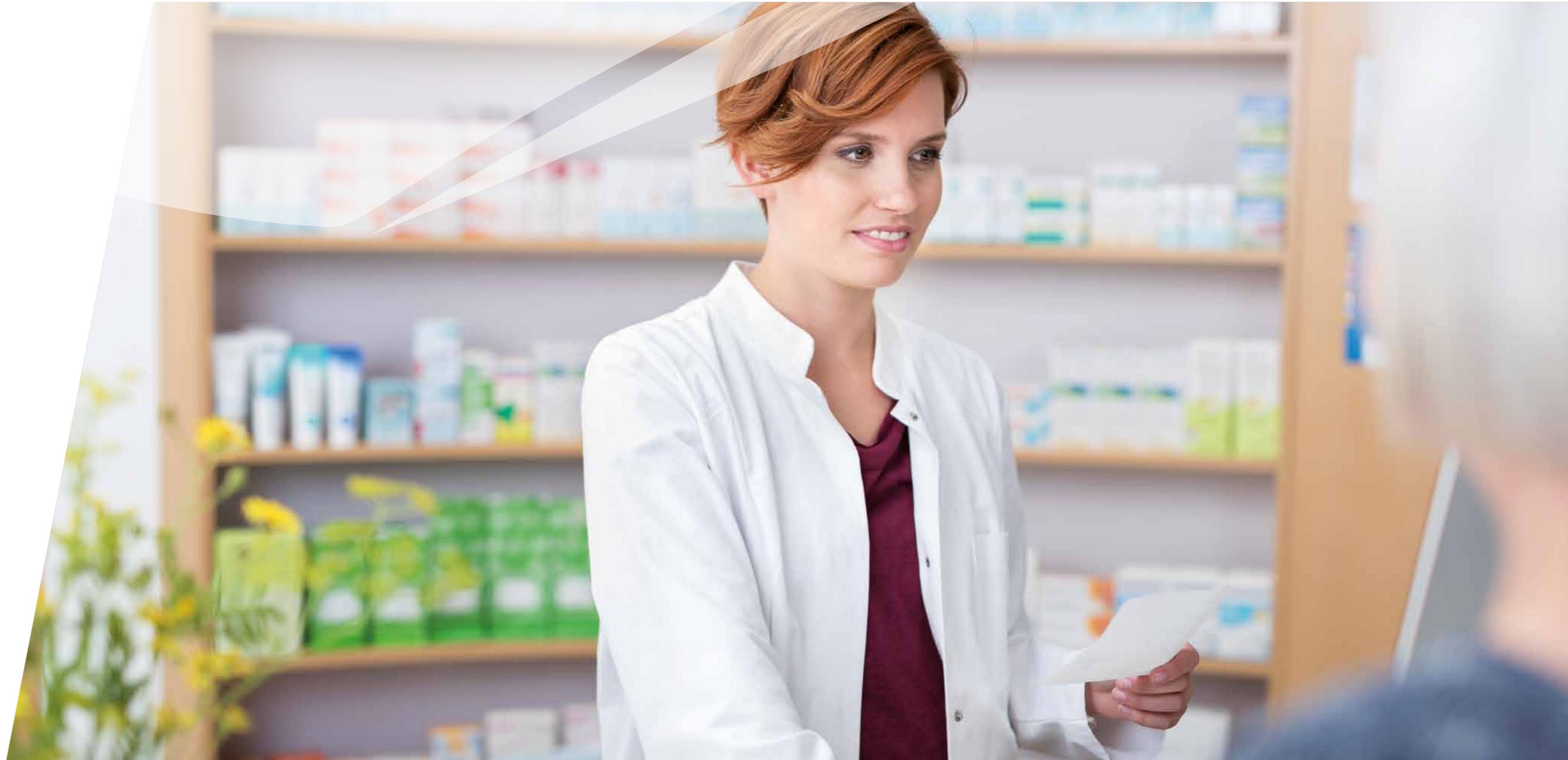
M. PIERRE FABRE

JUIN 2005

# MISSION

***Nous prenons soin de l'Homme dans sa globalité et sa diversité. Pour cela, nous imaginons et développons des solutions novatrices inspirées par le consommateur et le patient contribuant à son mieux-être, de la santé à la beauté. Nous le faisons avec les professionnels de santé, nos partenaires de confiance partout dans le monde ; en puisant dans la nature et les plantes une perpétuelle source d'inspiration ; en plaçant l'éthique pharmaceutique au cœur de notre action.***

La santé est un tout. Elle ne se résume pas à l'absence de maladie ou d'infirmité. Comme l'exprime l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), elle est un état complet de bien-être, social et mental. Le groupe Pierre Fabre s'est donné l'ambition de répondre à ce besoin de bien-être, avec le souci constant d'une efficacité prouvée et d'une sécurité maximale, du médicament au soin dermo-cosmétique, de la santé à la beauté. Hommes, femmes et enfants, malades, convalescents ou en bonne santé, de la naissance à la fin de vie, les produits Pierre Fabre prennent soin de tous.



# INNOVATION

IMAGINER LES PRODUITS  
DE DEMAIN

Les montants consacrés à la R&D reflètent l'importance que nous accordons à la découverte et la mise au point de solutions thérapeutiques et de bien-être novatrices, de la santé à la beauté. Pierre Fabre conjugue recherche pharmaceutique et recherche dermo-cosmétique, créant ainsi des ponts originaux entre ses différents domaines d'activité. Le Groupe s'appuie sur des expertises transversales, notamment la recherche sur les plantes, la maîtrise des actifs d'origine naturelle ou biotechnologique.



PRÈS DE **175**  
MILLIONS D'EUROS



**13,5%**  
DU CHIFFRE D'AFFAIRES  
PHARMACEUTIQUE



**4,5%**  
DU CHIFFRE D'AFFAIRES  
DERMO-COSMÉTIQUE

CONSACRÉS À LA R&D EN 2017

# 5

AXES D'INNOVATION

## Oncologie :

Nous consacrons 50% du budget de notre recherche médicale à l'oncologie, qui est l'axe prioritaire d'innovation. Nos efforts de recherche portent sur des domaines où les besoins médicaux sont majeurs, principalement les tumeurs solides, notamment les cancers des voies digestives comme le cancer du côlon ou ceux de la tête et du cou, urogénitales comme le cancer de la vessie ou encore les cancers de la peau (mélanomes) ainsi que pour certains cancers hématologiques comme les leucémies. À la croisée de nos expertises en dermatologie et en oncologie, l'onco-dermatologie est devenue un axe incontournable de notre R&D ces dernières années.

## Système nerveux central :

Nos chercheurs se mobilisent pour la mise au point de solutions thérapeutiques dans le traitement de la schizophrénie, des troubles dépressifs, et de la douleur.

## Dermo-cosmétique :

Nos chercheurs identifient des actifs d'intérêt et de nouvelles cibles. Ils développent un savoir-faire et des méthodologies adaptés pour mieux comprendre la physiologie de la peau normale ou pathologique, afin d'apporter l'offre cosmétologique la plus complète possible, de l'accompagnement des problèmes cutanés au soin de la peau et du cheveu.

## Santé grand public (Consumer Health Care) :

Notre unité d'innovation en santé grand public couvre un spectre large de solutions dans le domaine de la santé familiale, bucco-dentaire ou naturelle. Dans ce domaine nous développons aussi bien des médicaments, des dispositifs médicaux, des compléments alimentaires que des cosmétiques, avec l'objectif de répondre aux besoins de chacun au quotidien.

## Dermatologie éthique :

Dans ce domaine, nous concentrons nos efforts d'innovation pour le traitement de l'hémangiome infantile, de la dermatite atopique, de maladies orphelines et de maladies onco-dermatologiques. Le développement de nouveaux traitements topiques pour la prise en charge de ces cancers de la peau - notamment des carcinomes baso-cellulaires et des kératoses actiniques - sont plus que jamais une priorité.



À l'Oncopole de Toulouse, seule une rue sépare le Centre de R&D Pierre Fabre de la clinique de l'IUCT-O, premier établissement de soins français certifié ISO 9001 pour le management des essais cliniques en cancérologie.

ZOOM

## Médecine translationnelle : du laboratoire au patient

Discipline scientifique émergente, la médecine translationnelle fait le pont entre la recherche fondamentale en laboratoire et la recherche clinique appliquée au patient. L'objectif est d'accélérer la mise à disposition de nouveaux traitements, notamment dans le domaine du cancer, en favorisant une collaboration étroite entre les laboratoires, les soignants et les patients. En s'engageant au début des années 2000 dans la concrétisation du projet de l'Oncopole toulousain, un campus rassemblant sur un même lieu chercheurs, cliniciens, personnels soignants et patients, les Laboratoires Pierre Fabre font très tôt le pari de la médecine translationnelle. C'est aujourd'hui devenu une réalité. Seule une rue sépare le Centre de Recherche Pierre Fabre et l'Institut Universitaire du Cancer de Toulouse-Oncopole (IUCT-O). La clinique de l'IUCT-O accueille 10 000 patients par an et c'est le premier établissement de soins français certifié ISO 9001 pour le management des essais cliniques en cancérologie. En 2017, le Groupe a par ailleurs créé en partenariat avec la Fondation Toulouse Cancer Santé et l'INSERM, une chaire de recherche en médecine translationnelle appliquée à l'hétérogénéité tumorale. Elle est adossée à l'IUCT-O et intégrée au Centre de Recherches en Cancérologie de Toulouse (une structure de l'INSERM).

## L'INNOVATION PHARMACEUTIQUE

La mise au point d'un médicament est un processus long et complexe qui dure en moyenne 15 ans, nécessitant 10 000 molécules synthétisées pour un médicament commercialisé. Pour relever ce défi, la R&D Pierre Fabre peut s'appuyer sur 5 domaines d'expertise principaux.

### Les substances naturelles :

Les plantes et l'eau constituent une source d'investigations scientifiques pluridisciplinaires ayant pour but la mise au point d'actifs originaux utilisés dans les domaines du médicament, de la santé familiale ou de la dermo-cosmétique.

### Les nouvelles entités chimiques :

Les avancées technologiques en biologie moléculaire et cellulaire, biologie structurale, modélisation moléculaire et chimie médicinale contribuent à la découverte de principes thérapeutiques innovants. Ces principes thérapeutiques sont validés grâce à la mise en place de modèles pharmacologiques proches des situations expérimentées lors des études cliniques chez le patient, et donc très prédictifs. Cette expertise constitue aujourd'hui un axe de recherche incontournable, notamment en oncologie et en neuropsychiatrie.

# 5

## EXPERTISES SCIENTIFIQUES

### Les biothérapies :

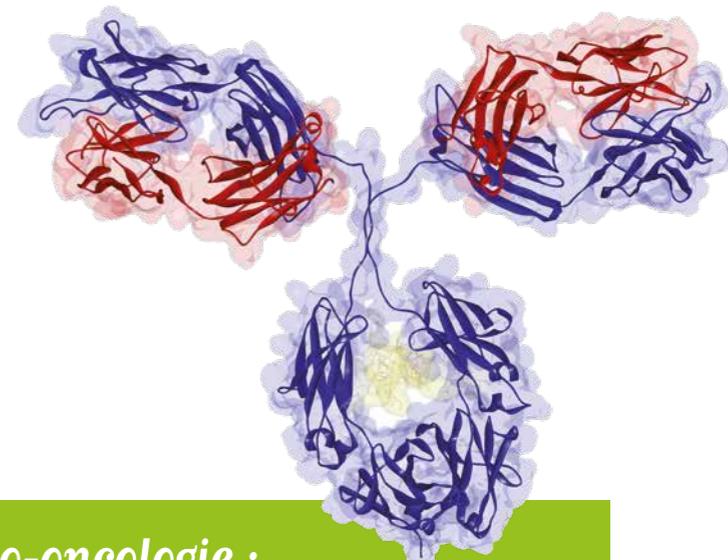
À base d'anticorps monoclonaux et de protéines recombinantes les biothérapies constituent également une expertise de pointe de la recherche Pierre Fabre, qui les étudie depuis plus de 15 ans. L'intérêt des anticorps monoclonaux réside dans leur mode d'action très ciblé, leur efficacité et leur meilleure tolérance par rapport aux traitements par chimiothérapie.

### Les immuno-conjugués :

À la croisée de la chimie et des biotechnologies, ils représentent actuellement une classe thérapeutique en plein essor pour le traitement des cancers car ils permettent de délivrer des composés actifs au cœur même d'une cellule cancéreuse sans affecter les cellules saines. Nos équipes de recherche disposent de savoir-faire complémentaires pour concevoir, réaliser et évaluer de telles molécules, en alliant l'expertise des biothérapies ciblées développée à Saint-Julien-en-Genevois, celle des agents cytotoxiques étudiée à Toulouse-Oncopole et le savoir-faire en chimie des équipes de Toulouse.

### La médecine translationnelle :

Pour passer plus vite et plus sûrement de la recherche fondamentale à la preuve de concept puis au médicament administré au patient, la R&D Pierre Fabre s'appuie désormais sur la médecine translationnelle, une stratégie de développement clinique accélérée qui repose sur des designs cliniques innovants.



ZOOM

## L'immuno-oncologie : nouvel espoir de la cancérologie

Aux côtés de la chirurgie, de la radiothérapie, des chimiothérapies et des thérapies ciblées basées sur les inhibiteurs de kinase, l'immuno-oncologie est désormais la 5<sup>e</sup> voie du traitement des cancers. Cette nouvelle génération de traitement repose notamment sur les anticorps monoclonaux, ces molécules naturellement produites par notre système immunitaire pour lutter contre les molécules identifiées comme étrangères par l'organisme.

Le Centre d'Immunologie Pierre Fabre (CIPF) s'est lancé dans les anticorps au début des années 2000. Alors que les molécules de chimiothérapie touchent sans discernement les cellules cancéreuses ou non cancéreuses, le CIPF cherche à développer de nouveaux anticorps qui vont reconnaître spécifiquement les cellules tumorales, en empêcher la croissance tout en limitant les effets secondaires.

L'avènement des anticorps a ouvert un champ entier de recherche sur leurs dérivés. Les stars de la cancérologie depuis trois ans, ce sont désormais les immuno-modulateurs. Ces anticorps vont aider le système immunitaire des patients à « se débloquer » et à lutter contre la tumeur. Au CIPF, on tente de trouver la bonne recette d'anticorps pour chaque cancer. Les recherches actuelles consistent d'une part à associer plusieurs immuno-modulateurs entre eux, d'autre part à combiner des immuno-conjugués et des immuno-modulateurs, pour augmenter encore l'efficacité des molécules.

*Texte issu du Figaro Partner publié le 23 mai 2016 dans les pages Santé du Figaro*

## L'INNOVATION DERMO-COSMÉTIQUE

Pour enrichir notre offre de produits dermo-cosmétiques, nos chercheurs identifient de nouveaux actifs d'origine naturelle, biologique ou chimique et explorent les mécanismes cutanés et capillaires à l'échelle tissulaire, cellulaire et moléculaire. Ils privilégient 7 axes de recherche et 6 expertises scientifiques.

### Fonction barrière :

Mieux comprendre la biologie de la barrière épidermique et identifier de nouveaux actifs favorisant l'hydratation de la peau, le renforcement de la fonction barrière, la résistance à différents stress ou encore la réparation cellulaire.

### Photoprotection :

Étudier les associations de systèmes filtrants répondant à différents critères : chimiques (large spectre d'absorption, résistance à l'eau, ...), cosmétiques (de bonnes qualités organoleptiques), de sécurité (tolérance locale) et de respect de l'environnement.

### Viellissement cutané :

Comprendre les mécanismes impliqués dans le processus de vieillissement cutané et proposer de nouveaux actifs anti-âge.

### Inflammation (acné, atopie, rosacée) :

Connaître les mécanismes moléculaires mis en jeu dans le développement de la réaction inflammatoire cutanée et développer de nouvelles stratégies d'accompagnement.

### Biologie du cheveu :

Étudier les mécanismes cellulaires et moléculaires qui contribuent à réguler le cycle pileux, la séborrhée, l'hydratation et la sensibilité du cuir chevelu pour améliorer la prise en charge des différents types de chutes de cheveux et autres désordres associés au cuir chevelu.

### Pigmentation :

Proposer des nouveaux actifs pour accompagner la prise en charge des désordres pigmentaires.

### Amincissement :

Identifier les cibles pharmacologiques et les actifs permettant d'accroître l'efficacité des produits amincissants. Nos recherches portent notamment sur la chronobiologie.

### La Cosmétique Stérile :

Technologie disruptive qui propose des formules contenant uniquement des actifs essentiels pour le soin des peaux les plus sensibles et aucun conservateur. La garantie d'une formule sûre et efficace pendant toute la durée d'utilisation.

### La modélisation cellulaire et cutanée :

Pierre Fabre dispose d'une structure spécialisée dans l'ingénierie tissulaire cutanée permettant de développer des modèles de peau réalisés à partir de fibroblastes et kératinocytes. À forte valeur prédictive pour la tolérance et l'efficacité des actifs, ces modèles s'inscrivent dans une logique d'évaluation transversale (des études in vitro jusqu'aux études cliniques chez l'homme).

### Le microbiote :

En mettant au point une véritable dermo-cosmétique « microbiotique » qui favorise et restaure la diversité de la flore microbienne cutanée, les chercheurs de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique proposent une prise en charge innovante avec des soins efficaces et très bien tolérés.

### Les biotechnologies :

Dans le domaine de la dermo-cosmétique, les biotechnologies s'appuient sur une longue expérience et un savoir-faire dans le développement des procédés high-tech de la pharmacie : culture en bioréacteurs, production des actifs issus des cellules végétales ou des micro organismes.

### La dermatologie thermique :

La prise en charge de patients atteints de dermatite atopique ou de psoriasis à la station thermique d'Avène a largement démontré les bénéfices thérapeutiques de son eau thermique. Pour mieux comprendre sa composition et ses mécanismes d'action, les Laboratoires Pierre Fabre ont créé le Laboratoire de l'Eau.

## 6 EXPERTISES SCIENTIFIQUES

### La galénique :

Émulsions, produits moussants, lotions, sticks, poudres, savons, huiles... Nos matières premières sont sélectionnées pour associer l'efficacité au confort et au plaisir d'utilisation.

## ZOOM La Cosmétique Stérile



Chercheurs et ingénieurs du Groupe conçoivent dès les années 1990 un premier système permettant la fabrication de soins stériles formulés sans conservateurs pour les peaux les plus exigeantes, sous forme de mono-doses à usage unique. Pour

rendre accessibles ces produits stériles au plus grand nombre et favoriser l'observance des traitements, un nouveau programme de recherche est alors mis en place. Il permettra le lancement en 2009 d'une nouvelle génération de soins : la Cosmétique Stérile.

La Cosmétique Stérile, gage d'efficacité et de sécurité absolue pour les peaux les plus exigeantes (peau du bébé, peaux hypersensibles, peaux pathologiques et plus particulièrement les peaux à tendance atopique) est aujourd'hui la seule à garantir :

- Des soins sans conservateur ne contenant que les composants absolument essentiels
- Un procédé unique de fabrication mis au point par les Laboratoires Pierre Fabre : la stérilisation des formules par infusion associée à leur conditionnement en bloc stérile, selon les normes en vigueur dans l'industrie pharmaceutique
- La stérilité du produit tout au long de son utilisation grâce à DEFI (Dispositif Exclusif Formule Intacte), un système de conditionnement breveté. DEFI permet de maintenir la stérilité des formules, même après ouverture du tube, sans risque de contamination bactérienne pendant toute la durée du soin

Commercialisée à partir de 2009 sous la marque Eau thermique Avène (gamme Tolérance Extrême), la Cosmétique Stérile est également disponible sur les marques A-Derma et Ducray. Elle sera progressivement étendue à d'autres produits du groupe Pierre Fabre destinés aux peaux les plus exigeantes.

EN SAVOIR +

www.cosmetique-sterile.com

# PARTAGE DÉVELOPPER ET INNOVER ENSEMBLE

Nous privilégions depuis toujours une approche partenariale, convaincus que la complémentarité et le partage d'expertises constituent des accélérateurs de business et d'innovation. 30 ans après notre premier accord de partenariat historique avec le CNRS, nous poursuivons nos collaborations avec la recherche publique française (CHU, INSERM...), des facultés et universités (École polytechnique de Lausanne, Université de Saclay, ...), des sociétés de biotechnologies (Array BioPharma, AbCheck, Collectar,...) et des laboratoires pharmaceutiques internationaux (Allergan, Abbvie, ...). Depuis 2015, nous avons voulu aller plus loin en lançant deux initiatives majeures d'open innovation.

## NATURE OPEN LIBRARY : PARTAGER NOTRE PATRIMOINE ET NOTRE EXPERTISE VÉGÉTALE



Depuis plus de 50 ans, nous maîtrisons la chaîne d'approvisionnement pour développer et produire des principes actifs novateurs issus des plantes au service de la santé et de la dermo-cosmétique.

Avec le lancement de Nature Open Library en 2015, nous voulons partager notre expertise en recherche, développement et industrialisation d'actifs végétaux avec des acteurs privés et publics porteurs de projets innovants. Ce programme se traduit notamment par la mise à disposition d'une équipe interdisciplinaire experte dans la chaîne de valeur phyto-industrielle (botanistes, agronomes, chimistes, ingénieurs de production, spécialistes en affaires réglementaires, juristes...) et par l'ouverture de notre échantillonnage d'extraits de plantes. Avec 18 000 échantillons de plante répertoriés, provenant de 7 000 espèces dont certaines espèces rares, c'est l'une des plus importantes collections privées au monde. Huits partenariats ont déjà été signés en 2016, avec des sociétés de biotechnologie françaises ou internationales, avec des grands groupes.

EN SAVOIR +

<http://nature-open-library-pierre-fabre.force.com>

## NATURAL FRAGMENT LIBRARY : INNOVER GRÂCE AUX FRAGMENTS D'ORIGINE NATURELLE



Le groupe Pierre Fabre est à la tête d'une vaste échantillonnage de fragments inédits extraits de plantes.

Le criblage de fragments apparaît aujourd'hui comme une voie prometteuse offrant des perspectives intéressantes pour l'identification de candidats médicaments.

Déterminés à partager son échantillonnage avec un large public dans le cadre de son initiative d'Open Innovation, Pierre Fabre a pris la décision stratégique de collaborer avec NovAliX, un partenaire international spécialisé dans la recherche et le développement de médicaments et l'utilisation de la biophysique pour le criblage et la caractérisation.

Ce partenariat permettra aux experts de NovAliX d'offrir à des laboratoires pharmaceutiques, institutions ou acteurs du secteur des biotechnologies, l'accès à la « Natural Fragment Library » de Pierre Fabre.



## Nouveaux partenariats 2017-2018



COLLABORATION SCIENTIFIQUE

**ONCOLOGIE**  
Analyser la biologie de nouvelles cibles thérapeutiques identifiables et évaluer l'impact des approches pharmacologiques innovantes en s'appuyant sur des modèles biologiques.

**ONCOLOGIE**  
Développer des immunothérapies innovantes contre le cancer.



PARTENARIAT DE RECHERCHE



PARTENARIAT DE RECHERCHE

**ONCOLOGIE**  
Identifier de nouveaux actifs pour la santé humaine et animale.

**IMMUNO-ONCOLOGIE**  
Acquérir des immunothérapies innovantes inhibitrices de « checkpoint » susceptibles de réduire la résistance aux immunothérapies existantes.



ACQUISITION D'ACTIFS R&D



PRISE DE PARTICIPATION ET ACCORD DE PROMOTION

**ONCO-DERMATOLOGIE**  
Développer la notoriété des produits MÈME en services de cancérologie et en pharmacies et apporter aux patients atteints de cancer des conseils adaptés.

**ONCO-DERMATOLOGIE**  
Évaluer et développer des formulations de l'inhibiteur PI3K/mTOR pour de multiples indications thérapeutiques.



PARTENARIAT DE RECHERCHE



ACCORD DE LICENCE

**DERMATOLOGIE**  
Partager notre expertise et promouvoir l'information scientifique d'un médicament indiqué dans les kératoses actiniques.

**ÉTHIQUE**  
Octroyer à Boston Pharmaceuticals des droits exclusifs et mondiaux pour le développement, la fabrication et la commercialisation du F17727, dans le traitement potentiel de la fibrillation auriculaire.



ACCORD DE LICENCE



PARTENARIAT DE RECHERCHE

**ÉTHIQUE**  
Ouvrir l'accès à la collection de fragment de plantes Pierre Fabre (Natural Fragment Library) et y associer des méthodes biophysiques et des techniques de criblage développées par NovAliX.

**ORAL CARE**  
Assurer la promotion et la distribution de Eloydium Power Kids, une brosse à dents sonique pour enfant.



CONTRAT DE DISTRIBUTION ET DE FOURNITURE



ACCORD DE DISTRIBUTION

**ORAL CARE**  
Distribuer et commercialiser des produits d'hygiène et santé bucco-dentaire de la marque BUCCOTHERM en France.

**ORAL CARE**  
Distribuer et commercialiser des produits d'hygiène et santé bucco-dentaire.



ACCORD DE DISTRIBUTION

# INSPIRATION

EXPLORER LE MEILLEUR  
DE LA NATURE

Source d'inspiration, d'exploration et de beauté, la nature est au cœur de notre modèle de développement. La recherche sur les substances naturelles constitue un axe historique et original pour nos Laboratoires. Depuis plus d'un demi-siècle, nous sommes convaincus que la nature recèle des bienfaits encore inexplorés pour guérir, apaiser ou embellir.



**18 000**  
ÉCHANTILLONS DE PLANTES  
soit la plus importante  
collection privée au monde



**3 à 5**  
NOUVEAUX EXTRAITS  
VÉGÉTAUX  
développés par an



**2 SIÈCLES**  
DE RECONNAISSANCE  
DES PROPRIÉTÉS  
de l'Eau thermale d'Avène

## LES PROPRIÉTÉS DE L'EAU THERMALE D'AVÈNE

L'Eau thermale d'Avène est reconnue depuis plus de deux siècles pour ses propriétés apaisantes et anti-irritantes. Elle est l'actif essentiel d'une large gamme de soins destinés aux peaux les plus sensibles, intolérantes et allergiques. Pour approfondir les connaissances de sa composition et de ses mécanismes d'action, les équipes de recherche Pierre Fabre, avec le soutien d'experts de l'eau, mènent des programmes pluridisciplinaires.

Ceux-ci ont permis de percer le secret de sa composition minérale unique: un trajet souterrain de plus de 50 ans qui l'emmène jusqu'à 1500 mètres de profondeur et au cours duquel elle se charge en minéraux et oligoéléments. Récemment, nos chercheurs ont aussi mis en évidence la signature biologique de l'eau thermale.

## L'EXPLORATION DE LA BIODIVERSITÉ MARINE

Afin d'élargir notre accès à des molécules naturelles originales (notamment en infectiologie, oncologie ou dermatologie) tout en préservant la biodiversité marine, nous avons créé en 2001, avec l'Université Pierre et Marie Curie (Paris VI) et le CNRS, une équipe de recherche mixte à l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-mer (Laboratoire Arago). Cette équipe spécialisée en écologie microbienne étudie les micro-organismes marins, source renouvelable d'actifs biologiques originaux et contribue à une meilleure caractérisation de cette biodiversité encore méconnue.

Sa collection de micro-organismes est inscrite à la World Federation of Cultures Collections et compte plus de 2 000 espèces. Pour enrichir cette collection, l'Observatoire océanologique

participe à des campagnes océanologiques sur les différentes mers du globe, comme celle organisée par l'explorateur Jean-Louis Étienne sur l'île de Clipperton aux confins du Pacifique.

## LA DÉCOUVERTE DES BIENFAITS DES PLANTES

Convaincus que les 250 000 plantes à fleurs recensées à ce jour, et celles qui restent à découvrir, peuvent receler des bienfaits pour la santé et la beauté, nous avons fait de la recherche sur les substances végétales un axe majeur d'innovation. Ces investigations scientifiques s'intègrent à Botanical Expertise Pierre Fabre, une démarche labellisée pour le développement responsable d'actifs végétaux innovants, sûrs et efficaces. De nombreuses sciences et techniques sont mises à contribution pour identifier les plantes devant faire

l'objet de recherches, notamment la phytochimie, la chimiotaxonomie ou la métabolomique.

Nos chercheurs travaillent à l'identification des molécules responsables de l'activité d'une plante, à la définition de processus d'extraction garantissant une teneur constante en actifs et d'une méthode assurant la reproductibilité de cette teneur dans les extraits fabriqués à l'échelle industrielle. En parallèle, nos agronomes sélectionnent la variété la plus riche en molécules actives, et définissent les méthodes de culture et de récolte optimales.

## PARTAGE ET VALORISATION DES CONNAISSANCES

Par ailleurs, notre filiale malgache a décidé de créer une réserve naturelle de 138 hectares sur ses propres terres afin de protéger et de recenser les espèces endémiques du Sud Malgache. Cette réserve baptisée *Sakara* (du nom de la rivière qui traverse nos terres) a ainsi été mise en place en collaboration avec les Eaux et Forêts de Madagascar et a obtenu un statut reconnu par arrêté de la Direction Générale de l'Environnement et de la Forêt de Tananarive. L'inventaire partiel de la flore réalisé sur la réserve a permis de recenser 146 espèces, dont 20 protégées par des législations internationales. Cette forêt de transition (entre aride et pluvieuse) est dominée principalement par les espèces *Operculicarya decaryi*, *Grewia sp.*, *Rhigozou madagascariense*, *Commiphora sp.*, *Aloe divaricata*, et *Hazunta modesta*. D'autres observations à des périodes différentes sont prévues afin de mieux répertorier la biodiversité existante.

ZOOM

L'Eau thermale d'Avène,  
mariage de la pluie et de la roche

L'Eau thermale d'Avène doit ses propriétés à sa composition unique. Sa réputation thérapeutique est reconnue depuis 1736 et prouvée scientifiquement. Des vertus puisées au cours du long voyage qu'effectue cette eau précieuse et secrète jusqu'à la source.

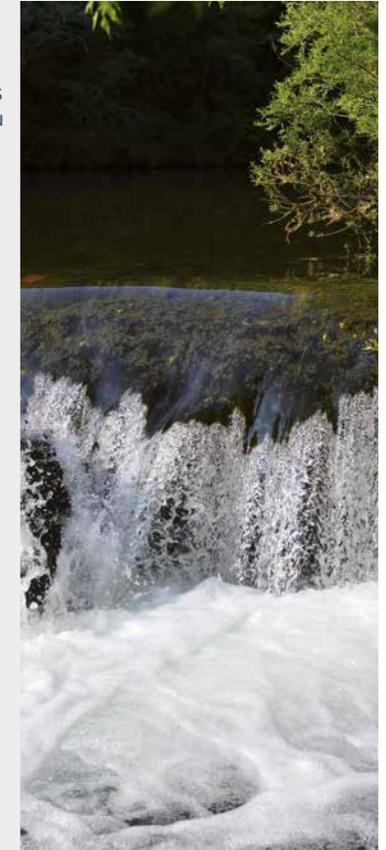
D'abord, il y a la pluie. Cette eau tombe sur une zone appelée impluvium, d'environ 20 km<sup>2</sup>, qui permet de recueillir les eaux en surface pour les diriger vers le réservoir souterrain. Les eaux vont ainsi progressivement s'infiltrer dans une roche perméable, la dolomie. Elles entament un long trajet souterrain au cours duquel elles se chargent en minéraux et oligoéléments. Progressivement, au fil de cette descente à plus de 1 500 m de profondeur, l'eau va se réchauffer pour atteindre 60 à 65 °C. Par un phénomène naturel appelé thermosiphon, ces masses chaudes seront poussées vers la surface et remonteront jusqu'à la source à travers les fracturations de la roche.

L'Eau thermale d'Avène doit ses propriétés à un double patrimoine. D'une part, elle bénéficie d'une composition unique et invariable en minéraux - bicarbonate, calcium, magnésium - et oligoéléments. D'autre part, sa teneur en minéraux est faible, équilibrée, et surtout parfaitement constante. La raison ? La durée du séjour souterrain supérieure à cinquante ans.

Texte extrait du site *Naturellement Mieux*, co-développé par Pierre Fabre et Le Figaro (<http://naturellementmieux.lefigaro.fr>)

EN SAVOIR +

[www.eau-thermale-avene.com](http://www.eau-thermale-avene.com)  
[www.avenecenter.com](http://www.avenecenter.com)



# RIGUEUR

FABRIQUER SELON LES STANDARDS  
LES PLUS STRICTS

Nous avons choisi d'internaliser la conception et la fabrication de la plus grande partie de nos produits, de la recherche à la distribution, pour en garantir la qualité par la maîtrise de toute la chaîne logistique. Notre industrie met en œuvre des process innovants, portés par une démarche de progrès qui augmente constamment le degré d'exigence et le niveau de qualité globale.



**ISO 9 001**

POUR TOUS NOS SITES  
INDUSTRIELS DERMO-COSMÉTIQUES



**ISO 14 001**

POUR NOS SITES DE CHIMIE  
ET DE PRODUCTION PHARMACEUTIQUE  
(PAU) ET DERMO-COSMÉTIQUE  
(SOUAL ET AVÈNE)

## DES SAVOIR-FAIRE SPÉCIFIQUES

### Cytotoxiques et production en conditions aseptiques

Spécialisée dans le remplissage aseptique sous isolateur pour la fabrication de molécules cytotoxiques, l'usine de Pau (Pyrénées-Atlantiques) a été le premier site pharmaceutique français à obtenir un agrément de l'agence américaine du médicament (FDA) en 1993.

### Sucres cuits pharmaceutiques

La production de sucres cuits pour des produits à statut pharmaceutique constitue le cœur de métier du site d'Aignan (Gers). Une technologie de production en flux continu, innovante et de grand intérêt pour nos partenaires européens et américains.

### Médicaments et compléments alimentaires sous formes sèches et liquides

Depuis 1990 l'unité de Cahors (Lot), spécialisée dans la petite série, fabrique et conditionne des gélules, des poudres et des liquides à base de plante. Depuis

2016 elle conditionne également des sucres cuits pharmaceutiques produits sur le site d'Aignan.

### Médicaments sous formes sèches, pâteuses et liquides

Construit en 1963 par Rhône Poulenc, le site de Gien (Loiret) est intégré aux Laboratoires Pierre Fabre en 1993. C'est aujourd'hui le site de production pharmaceutique le plus important du Groupe. Il fabrique et conditionne des formes sèches (gélules, comprimés, sachets), pâteuses et liquides sous les statuts pharmaceutique, cosmétique et dispositif médical.

### Formes pâteuses et dentifrices

La production de pâtes dentifrices aux standards pharmaceutiques est également assurée par le site de Gien. Un nouvel atelier a été construit pour accueillir cette production transférée du site de Château-Renard. La gamme Elgydium Dentifrices et Bain de Bouche a obtenu en février 2016 le label Origine France Garantie.

### Dermo-Cosmétique et Cosmétique Stérile

Le site de Soual (Tarn), renforcé par l'atelier voisin de Mazamet, assure la fabrication et le conditionnement des produits dermo-cosmétiques pour l'ensemble des marques Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (crèmes, liquides, laits, lotions, savons, sticks...). Le site industriel d'Avène (Hérault) fabrique et conditionne les produits de la marque Eau thermale Avène à partir de l'eau thermale puisée à proximité, à la source Sainte-Odile. À la suite d'importants investissements réalisés régulièrement depuis 2011, les deux usines assurent la production en bloc stérile des soins de Cosmétique Stérile. En 2015, l'unité de production d'Avène a obtenu l'agrément FDA pour exporter des produits OTC aux USA. Le site d'Aréal au Brésil, lié au rachat de Darrow en 2006 a été reconverti en unité de production de produits dermo-cosmétiques pour le marché brésilien.

Le site de Château-Renard a terminé sa reconversion et est entièrement dédié aux activités dermo-cosmétiques. Soual a obtenu la certification ISO 14001 fin 2015 et Avène fin 2016.

### Principes actifs

Pierre Fabre assure dans ses usines de Gaillac (Tarn), Virrey del Pino (Argentine) et Palézieux (Suisse), la production de principes actifs d'origine végétale, biologique ou synthétique pour les secteurs pharmaceutiques, cosmétiques et nutraceutiques. Le Groupe détient des expertises industrielles de pointe telles que l'extraction, l'hémisynthèse, la synthèse chimique, la culture cellulaire végétale ou encore les fluides supercritiques. Des contrôles sont rigoureusement effectués à chaque étape du développement et de la production des actifs.

## CONTRACT DEVELOPMENT AND MANUFACTURING ORGANIZATION (CDMO)

**UNE OFFRE DE SERVICE COMPLÈTE POUR LE COMPTE DE TIERS**  
Depuis plus de 20 ans, Pierre Fabre CDMO (Contract Development and Manufacturing Organization) offre une large gamme de services et propose à ses partenaires internationaux des solutions innovantes pour leurs projets pharmaceutiques. Notre modèle de CDMO propose le plus haut niveau de qualité à chaque étape du processus. Nos savoir-faire industriels et technologiques permettent de disposer d'une offre complète ou à la carte, de l'approvisionnement des composants à la livraison des clients, aussi bien pour des produits à statut pharmaceutique que cosmétique, complément alimentaire ou dispositifs médicaux. Nos équipes industrielles peuvent intervenir dès la conception auprès des équipes de développement. Cette collaboration très en amont dans le processus d'industrialisation des produits et procédés accélère l'enregistrement et le lancement des nouveaux produits.

Les produits injectables, pour les agents cytotoxiques conventionnels et les produits issus de la biotechnologie

Notre activité principale concerne la fabrication en lots de grande quantité de produits injectables dans notre site d'expertise mondialement reconnu situé à Pau.

Ce site de production est organisé autour de 9 ateliers indépendants, spécialisés dans le remplissage aseptique sous isolateurs de produits anti-cancéreux cytotoxiques et biotechnologiques, en seringues pré-remplies et en flacons sous forme liquide ou lyophilisée.

Les sucres cuits dans un environnement pharmaceutique

Notre unité de production d'Aignan présente une offre de service compétitive pour la fabrication de pastilles utilisées en santé grand public pour le traitement des maux de gorge, le sevrage tabagique ou d'autres domaines d'applications pharmaceutiques. Une très grande variété de produits peut être réalisée, compte-tenu des différentes formulations et technologies offertes.

# 4

PÔLES D'ACTIVITÉ  
SPÉCIALISÉS

# CDMO

Les comprimés, les liquides et les crèmes

La production de produits sous ces différentes formes est proposée au travers de nos usines à Gien (Loiret) et à Ho Chi Minh Ville (Vietnam). Là aussi, production et conditionnement sont étroitement associés.

Les principes actifs, en particulier ceux d'origine naturelle

Basée à Gaillac, notre unité dédiée aux principes actifs offre un savoir-faire de haute technologie dans les domaines de l'extraction, de la purification, de la synthèse. Un autre site à Bagnères-de-Bigorre est spécialisé dans la fabrication d'eaux florales. Deux autres usines, l'une à Virrey del Pino (Argentine) et l'autre à Palézieux (Suisse) ont une expertise spécifique dans le domaine de l'extraction biologique. Ces sites de production opèrent dans le respect intégral des bonnes pratiques industrielles actuelles.

EN SAVOIR +

[www.pierre-fabre.com/en/CDMO](http://www.pierre-fabre.com/en/CDMO)

# ÉCOUTE

## ACCOMPAGNER DE LA PRESCRIPTION AU CONSEIL

Le groupe Pierre Fabre s'engage à améliorer la prise en charge, la santé et le bien-être des patients et des consommateurs.

Pour accomplir cette mission, il tisse partout dans le monde des partenariats de confiance et de proximité avec les professionnels de santé qui sont les mieux placés pour prescrire ou conseiller les produits du Groupe. Mieux que quiconque, ils connaissent les besoins de leurs patients et peuvent leur apporter les informations indispensables au bon usage de ses produits.

### L'ACCOMPAGNEMENT AU CŒUR DU DISPOSITIF

Quelle que soit l'importance du mal ou du désagrément dont souffre le patient ou le consommateur, nous considérons qu'il y a atteinte à la santé. Forts de ce principe, notre vision est que chacun puisse être conseillé et suivi le cas échéant par un professionnel de santé : médecin, pharmacien, chirurgien-dentiste, sage-femme, podologue, infirmier... Nous avons en effet la conviction que seuls les professionnels de santé sont à même de définir avec le patient la solution la plus adaptée à sa pathologie ou à ses besoins.

Cette vision nous l'appliquons bien sûr au médicament mais tout autant au produit dermo-cosmétique, dont nous estimons qu'il doit être dans certain cas recommandé par un dermatologue et systématiquement délivré par des personnes qualifiées ou formées pour prodiguer un conseil adapté.

### FORMATION ET INFORMATION

L'ensemble des professionnels de santé, notamment médecins et pharmaciens, sont associés à nos recherches et bénéficient d'une information régulière sur nos spécialités.

Nous mettons à leur disposition des outils de formation et d'information afin de les accompagner dans leur mission de diagnostic, de conseil et d'éducation thérapeutique. La Fondation pour la Dermatite Atopique, ainsi que le Club Dermaweb en sont deux exemples significatifs.

PRESCRIPTION PAR UN PROFESSIONNEL DE SANTÉ (généralistes ou spécialistes)

PATIENT CONSOMMATEUR

CONSEIL SUR LE LIEU DE VENTE (pharmaciens, équipes officielles ou conseillères formées)

DÉVELOPPEMENT DE SOLUTIONS DE LA SANTÉ À LA BEAUTÉ (Pierre Fabre)

○ Écoute, dialogue, conseil et mise à disposition de solutions spécifiques et adaptées

## La prescription et le conseil à l'heure de la e-santé

ZOOM

Pour répondre aux besoins des patients et des consommateurs, Pierre Fabre organise régulièrement des Hackathons, Chatbot Challenges et autres événements pour inventer les outils digitaux de demain. Le groupe développe également des outils qui s'inscrivent dans parcours de soin des patients.

• Applications ou plateformes éducatives :

**SKINDIAG**, développée par le Club Dermaweb, est la première application mobile de télédermatologie d'aide au diagnostic en dermatologie pour les professionnels de santé. Elle permet d'optimiser la prise en charge et le conseil du patient et d'apporter une aide diagnostique et thérapeutique en 48 heures.

**Youdermoscopy**, une application mobile et pour tablette proposant des jeux éducatifs pour dermatologues désireux de se former à la dermatoscopie. Cette application a été développée en coopération avec le professeur Giuseppe Argenziano, l'Unité du Cancer de la Peau, et grâce à la contribution exclusive de la marque Eau Thermale d'Avène.

**Feelcaps**, une plateforme éducative évolutive en ligne développée par Pierre Fabre Médicament, qui sensibilise les patients aux bienfaits de l'activité physique régulière.

**J'aime Mon dentiste** : Pierre Fabre Oral Care met à disposition des chirurgiens-dentistes un coach virtuel sous forme d'e-learning pour les sensibiliser au stress pouvant être ressenti par leurs patients. En quelques minutes et grâce à la Réalité Virtuelle (VR), le professionnel pourra se mettre à la place du patient.

DERMAWEB

YOUdermoscopy



- 3 hackathons ont été organisés pour imaginer des solutions innovantes pour le mieux-être des patients dans le domaine de l'urologie et de l'acné.
- 1 Chatbot Challenge : en juin 2017, Pierre Fabre a organisé un Chatbot Challenge for Healthcare pour contribuer à la lutte contre la Malaria et l'Anémie en Afrique : #HackMalaria. Les participants pouvaient créer, entourés de professionnels, un de ces petits « robots » interactifs en mode Chat.
- 1 IA santé Challenge : lors du 28<sup>e</sup> Festival de la Communication Santé, Pierre Fabre Médicament, associé à Microsoft et au cabinet de conseil Velvet Consulting ont challengé, en novembre 2017, les meilleurs développeurs d'intelligences artificielles appliquées à la santé. Pour cette première édition, la compétition consistait à reconnaître un mélanome à partir de clichés dermatoscopiques de grains de beauté. Les deux équipes primées vont être accueillies au sein de l'IA Factory de Microsoft à Station F.

# PRÉVENTION

CONTRIBUER AUX ENJEUX  
DE SANTÉ PUBLIQUE

La prise en charge globale des patients passe aussi par des actions d'information, d'éducation et de prévention. Pour cela, nous développons des programmes qui soutiennent l'action des professionnels de santé. Notre objectif : éviter la dégradation de l'état de santé des patients fragilisés par des pathologies lourdes ou chroniques et maintenir en bonne santé ceux qui le sont.

## PRÉVENTION DES CANCERS DE LA PEAU

La marque Eau Thermale Avène s'engage dans de nombreuses actions à travers le monde, regroupées dans une démarche globale «Avène Skin & Cancer» :

- Soutien à des actions de dépistage des cancers cutanés au niveau européen via le partenariat avec Euromelanoma, en France en partenariat avec le Syndicat National des Dermatologues-Vénérologues, ou bien encore en Espagne ou au Mexique
- Partenariat avec l'European Skin Cancer Foundation, fondation qui a pour objectifs de développer les connaissances sur les cancers cutanés et soutenir des projets de recherche dans ce domaine thérapeutique
- Création en Italie et en Espagne de sites Internet dédiés à la prévention solaire : [www.benvenutosole.it](http://www.benvenutosole.it) et [www.saludysol.es](http://www.saludysol.es)
- Réalisation d'un documentaire libre de droits, en Espagne, sur l'intérêt de la protection solaire pour la prévention des cancers de la peau « la Memoria a flor del piel » disponible sur YouTube
- Sensibilisation des enfants à la prévention solaire, notamment en Turquie, à l'aide de matériels ludo-éducatifs

## SEVRAGE TABAGIQUE

Engagés depuis plus de 20 ans dans le sevrage tabagique, Pierre Fabre Health Care mène des actions de santé publique auprès du grand public et des professionnels de santé.

- Participation à la Journée Mondiale sans Tabac au travers d'opérations de sensibilisation à l'arrêt du tabac menées conjointement dans les hôpitaux et les pharmacies françaises, à destination des patients mais aussi du personnel hospitalier et officinal
- Réalisation d'une étude observationnelle en officine sur plus d'un an dont l'objectif est d'évaluer l'efficacité d'entretiens individuels de sevrage tabagique en pharmacie, et ainsi d'encourager la prise en charge du tabagisme en officine
- Réalisation d'une Etude STOP sur un an dans des officines du Sud-Ouest de la France dont l'objectif est d'évaluer l'efficacité d'entretiens individuels de sevrage tabagique en pharmacie
- Organisation de conférences sur le thème «Tabagisme au féminin» pour favoriser les échanges interdisciplinaires sur les dangers et la prise en charge globale du tabac chez les femmes
- Mise à disposition d'outils (tests, brochures, analyseurs de CO) pour soutenir les professionnels de santé dans leurs actions de sensibilisation au sevrage tabagique auprès du grand public

## PRÉVENTION ET HYGIÈNE BUCCO-DENTAIRE

Fort de son expertise unique dans le domaine bucco-dentaire, Pierre Fabre Oral Care s'associe à des actions d'information et de prévention. L'objectif est de sensibiliser le grand public et plus spécifiquement les enfants aux règles d'une bonne hygiène bucco-dentaire et à l'importance des visites de contrôle régulières chez le chirurgien-dentiste.

- Développement en France d'outils et d'applications pédagogiques pour motiver les enfants à se brosser les dents et soutien à de nombreuses associations caritatives qui offrent des soins dentaires aux plus démunis
- Création en Suisse des applications mobiles « Oral Care Kids » et « Oral Care Coach »
- Création au Portugal et en Bulgarie d'une pièce de théâtre présentée dans les écoles et les bibliothèques pour transmettre les règles d'hygiène bucco-dentaire
- Participation au programme national de Singapour de sensibilisation à l'hygiène dentaire pour les enfants de moins de 7 ans en offrant des dentifrices et des brosses à dents à tous les enfants de classe maternelle
- Création en France de l'opération « Printemps du Sourire » en association avec l'UFSBD (Union Française pour la Santé Bucco-Dentaire), action ayant pour but de sensibiliser les Français sur l'importance d'une bonne santé bucco-dentaire et son impact sur la santé générale. Dans le cadre

du Printemps du Sourire 2018, une enquête a été menée auprès de 32 400 français sur leurs habitudes en terme d'hygiène bucco-dentaire et apprécier leur connaissance sur les liens entre santé générale et santé bucco-dentaire. Les résultats démontrent une sous-estimation de l'impact des maladies parodontales sur la santé générale ainsi qu'une faible prise de conscience des signaux d'alerte en santé bucco-dentaire (saignement des gencives, modification de l'haleine).



## L'application SIDE ONCO SKIN

**SIDE ONCO SKIN** Dans le cadre de sa démarche globale « Avène Skin & Cancer », la marque Eau Thermale Avène a développé en collaboration avec des onco-dermatologues de référence, une application, disponible sur smartphone.

Cette application permet aux professionnels de santé (médecins, personnel médical, pharmaciens) d'accéder en temps réel aux effets secondaires dermatologiques des traitements oncologiques. Dans cette application, les professionnels de santé retrouvent ainsi les symptômes dermatologiques et les principales molécules inductrices, mais aussi des cas pratiques et des quiz pour tester leurs connaissances.

# AU CŒUR DE la dermatologie

Nous innovons en dermatologie et en dermo-pédiatrie pour mettre à disposition des patients, des dermatologues, des médecins généralistes et des pharmaciens de nouveaux traitements ainsi que des outils spécifiques d'information et de formation.

- Mise à disposition d'un portefeuille de produits couvrant les principales pathologies dermatologiques comme l'acné, les mycoses, le psoriasis, la dermatite atopique ou encore l'alopecie
- Développement et commercialisation d'un traitement thérapeutique majeur dans l'hémangiome infantile
- Édition et animation de Dermaweb, site internet gratuit réservé aux dermatologues, pharmaciens et au personnel d'officine pour la formation et l'information en dermatologie
- Création d'une fondation d'entreprise entièrement dédiée à la lutte contre l'eczéma : la Fondation pour la Dermatite Atopique

## INNOVATION

### ONCO-DERMATOLOGIE

#### UN ENJEU DE SANTÉ PUBLIQUE

En constante augmentation depuis 30 ans, les cancers cutanés sont devenus un véritable enjeu de santé publique, à titre aussi bien préventif que thérapeutique. On estime qu'une personne sur six développera demain un cancer cutané. Le développement de nouveaux traitements pour la prise en charge de ces cancers, notamment le mélanome qui en est la forme la plus dangereuse, s'impose donc comme une priorité de santé publique. Forts de notre expertise avérée à la fois en oncologie et en dermatologie, l'onco-dermatologie est devenue un axe « naturel » et incontournable de notre recherche.

### 3 CENTRES DE RECHERCHE

- Centre de Recherche et de Développement Pierre Fabre (Oncopole, Toulouse)
- Centre de Recherche Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (Vigoulet)
- Centre de Recherche sur la Peau (Hôtel-Dieu, Toulouse)

## PARTAGE

### HÉMANGIOME INFANTILE

#### UN PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ RÉUSSI

L'hémangiome infantile, qui touche 10 % des nourrissons, est une tumeur bénigne survenant dans les premières semaines de vie. Elle peut avoir un retentissement fonctionnel ou esthétique majeur. En 2007, le CHU de Bordeaux découvre l'efficacité d'une molécule habituellement utilisée en cardiologie dans le traitement de cette pathologie. Les équipes du CHU se rapprochent de Pierre Fabre Dermatologie pour réaliser les développements pharmaceutique, toxicologique et clinique de ce médicament dans sa nouvelle indication dermo-pédiatrique. Sept ans après le démarrage de la collaboration, le médicament obtient en mars et avril 2014 deux autorisations de mise sur le marché, l'une aux États-Unis, l'autre dans l'ensemble de l'Union Européenne.

## ÉCOUTE & PRÉVENTION

### ÉDUCATION THÉRAPEUTIQUE

#### UNE FONDATION DÉDIÉE À LA DERMATITE ATOPIQUE

Depuis 2006, la Fondation pour la Dermatite Atopique, Fondation d'entreprise créée par Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, participe au financement de projets d'éducation thérapeutique pour les patients souffrant de dermatite atopique. Elle œuvre ainsi à améliorer les connaissances des patients et des parents d'enfants atopiques sur la nature de la maladie, ses traitements, son retentissement sur la vie des patients et de leur famille. La Fondation pour la dermatite atopique veille à alléger le fardeau que constitue cette maladie pour les patients et leurs proches. Elle a ainsi participé à la création et au développement de 40 Écoles de l'Atopie en Europe, en Asie et sur le continent américain pour développer l'éducation thérapeutique. Par ailleurs, elle conçoit et organise des actions pédagogiques, crée, édite et diffuse des supports d'information destinés aux praticiens, aux parents et aux enfants.

EN SAVOIR +

[www.fondation-dermatite-atopique.org](http://www.fondation-dermatite-atopique.org)

## INNOVATION

### DERMO-COSMÉTIQUE

#### L'EXPERTISE DE LA PEAU

Inventeurs de la dermo-cosmétique, nous proposons des solutions novatrices pour le soin de la peau et des cheveux selon un principe intangible : ancrer la beauté dans l'éthique. Nos chercheurs en dermo-cosmétique ont développé une expertise incontestable dans les domaines croisés de la dermatologie et de la cosmétologie. En étroite collaboration avec les meilleurs spécialistes internationaux, ils réalisent un nombre important d'études cliniques, contribuent ainsi au développement de nouveaux concepts dermo-cosmétiques et à l'élargissement des connaissances sur la peau. Nos soins dermo-cosmétiques sont par ailleurs recommandés par les professionnels de santé et délivrés par des personnels formés à notre approche éthique de la beauté, apportant ainsi la garantie d'une réponse adaptée aux besoins de chacun.

ZOOM

## Dermaweb La voix de la peau

DERMAWEB  
Pierre Fabre Dermo-Cosmétique

Media de référence des dermatologues, des médecins et des pharmaciens concernés par le soin de la peau et des cheveux,

Dermaweb offre toutes les clés pour nourrir et élargir leur savoir, partager leur expertise et mieux comprendre les évolutions et les enjeux de la pratique dermatologique d'aujourd'hui et de demain.

Service non promotionnel et disponible partout dans le monde, en 5 langues, Dermaweb propose aujourd'hui une synthèse de l'actualité en dermatologie, une riche base de données d'iconographies et de cas cliniques, des vidéos commentées par des experts, des modules de formation et des quiz d'évaluation des connaissances, ainsi qu'une aide diagnostique en ligne, une plateforme communautaire internationale de partage d'expertise et 2 applications mobiles offrant un véritable service médical utile en pratique quotidienne :  
- Skin Drug by Dermaweb, 1<sup>ère</sup> application permettant d'identifier les réactions cutanées induites par des médicaments, riche d'une base de données de 2079 DCI, 340 réactions cutanées et 741 pathologies dermatologiques décrites.  
- Skin Diag by Dermaweb, service de télé-expertise B2B, véritable coaching diagnostique et thérapeutique à portée de main de chaque praticien.

Grâce à la qualité, à la richesse de son contenu, à sa gouvernance, à l'expertise de son comité scientifique constitué de 19 dermatologues de renom et à sa politique éditoriale rigoureuse, Dermaweb est devenu une source d'informations de référence pour plus de 26 000 médecins et de 9000 pharmaciens français et internationaux. Dermaweb est par ailleurs recommandé par de nombreuses sociétés savantes de dermatologie, et a été récompensé par de nombreux prix.

EN SAVOIR +

[www.clubdermaweb.com](http://www.clubdermaweb.com)

## RESPONSABILITÉ & CITOYENNETÉ

HOMMES | 60

TERRITOIRES | 64

AU CŒUR DE MADAGASCAR | 66

NATURE | 68

ENVIRONNEMENT | 70

AU CŒUR DE BOTANICAL EXPERTISE PIERRE FABRE | 72

ÊTRE CURIEUX DU MONDE  
QUI NOUS ENTOURE

“  
NOUS VIVONS  
LA MÊME AVENTURE  
QUI NOUS PERMET DE  
PARTAGER DES VALEURS  
FORTES”  
”

M. PIERRE FABRE

DÉCEMBRE 2009

# HOMMES

DONNER DU SENS  
AU TRAVAIL

Notre politique Ressources Humaines plonge ses racines dans la volonté jamais démentie de Pierre Fabre d'associer un projet social au projet économique de l'entreprise. Cette politique accompagne l'entreprise dans ses évolutions, et notamment son internationalisation, et permet aux collaborateurs, qui sont la première richesse de notre entreprise, de se développer.



**8,4 %**  
DU CAPITAL  
DE L'ENTREPRISE  
détenus par  
les collaborateurs



**84,2 %**  
D'ACTIONNAIRES  
SALARIÉS  
dans les 9 pays  
concernés par le plan



**6,74 %**  
DE TRAVAILLEURS  
EN SITUATION  
DE HANDICAP  
en France

## CRÉER LES CONDITIONS D'ÉVOLUTION DE NOS COLLABORATEURS

L'industrie pharmaceutique et cosmétique connaît des transformations économiques, réglementaires et technologiques de plus en plus rapides, qui impactent notre organisation et nos métiers.

**Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences :** pour accompagner ces transformations et parce que nous sommes convaincus que nos collaborateurs sont les moteurs de notre performance, un nouvel accord de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences a été signé avec les partenaires sociaux en France en décembre 2016, et mis en œuvre en 2017. Ses objectifs : accompagner les évolutions des emplois et leur contenu, en tenant compte de ceux qui sont amenés à se créer, à se transformer ou à disparaître ; adapter et renforcer les compétences des collaborateurs, notamment via la formation ; favoriser la mobilité interne au travers de dispositifs spécifiques et accompagner les collaborateurs dans leur démarche d'évolution professionnelle.

En matière de formation, cette orientation se traduit notamment par un effort particulier pour accompagner les collaborateurs dans leur changement de

fonction. Selon les besoins et les écarts de compétences, une réponse formation individualisée est apportée afin d'aider les collaborateurs à mieux appréhender leurs nouvelles fonctions.

Cette approche dynamique est également mise en place à l'international, par une gestion des besoins en effectifs et en compétences sur nos filiales, et l'anticipation des contextes économique et réglementaire par zone.

**Formation :** afin d'aider les collaborateurs à renforcer la maîtrise de leur poste et à développer les compétences indispensables pour demain, l'entreprise dispose, en plus d'un catalogue d'offres de formations, de sa propre université d'entreprise. L'objectif majeur de l'Université Pierre Fabre est d'anticiper et d'accompagner les évolutions des métiers et des organisations.

## ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Pour accompagner nos enjeux d'internationalisation, nous avons restructuré nos équipes RH au siège et en local avec la constitution d'équipes dédiées dans nos principales filiales : 16 responsables ressources humaines « pays » sont en poste aujourd'hui. Ce maillage RH est fédéré et animé autour d'une mission

commune : implanter et nourrir le modèle Pierre Fabre dans chaque pays où nous nous développons dans le respect des spécificités locales, et identifier et animer un vivier de talents internationaux.

**Rémunération et politique « Benefits & Compensation » :** pour accompagner les évolutions internationales, nous veillons à connaître les marchés locaux du travail et à mettre en place une politique salariale compétitive, adaptée aux différents types de mobilité et aux contraintes de nos pays d'implantation.

## PROPOSER UN CADRE DE TRAVAIL SAIN ET SÛR

Notre mission d'entreprise, « prendre soin de l'homme dans sa globalité et sa diversité », place d'elle-même au cœur de nos préoccupations la sécurité et la santé de nos collaborateurs.

Nous mettons en œuvre, pour ce faire, des actions de réduction et de prévention des risques concernant notamment les risques chimiques, mécaniques, psychosociaux, liés au bruit, à l'ergonomie des postes ou encore les risques routiers.

Nous veillons également à mettre en place les mesures adéquates de sûreté des personnes dans le cadre de nos déplacements dans le monde.



Des valeurs au cœur  
de la vie de l'entreprise

ZOOM

INDÉPENDANCE

La culture Pierre Fabre repose sur 9 valeurs fortes partagées par l'ensemble des membres de l'entreprise. Ces valeurs, directement héritées de l'humanisme et de l'esprit d'entreprendre de notre fondateur, s'illustrent au quotidien dans nos pratiques collectives et nos actions individuelles.

RIGUEUR PHARMACEUTIQUE

COHÉSION

APPROCHE HUMANISTE

INNOVATION

RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

ÉCOUTE DU TERRAIN

PASSION D'ENTREPRENDRE

RECONNAISSANCE DE LA PERFORMANCE

Nous faisons vivre ces valeurs auprès des nouveaux collaborateurs et sur tous les territoires où l'entreprise est implantée, notamment au travers de la formation « Culture & Avenir ». Associées à notre modèle d'entreprise, nos valeurs donnent un sens au travail, et font des Laboratoires Pierre Fabre un employeur de choix.

## DES SITES CERTIFIÉS OHSAS 18 001

Nous avons fait le choix d'obtenir une certification selon le référentiel OHSAS 18 001 sur nos 2 principaux sites de production d'actifs, à Gaillac dans le Tarn et à Virrey del Pino en Argentine, ainsi que sur notre Centre de Recherche sur la Peau à l'Hôtel Dieu de Toulouse, où nous réalisons des études cliniques.

Ce système de management de la santé et de la sécurité au travail permet d'assurer une approche structurée, axée sur le principe d'amélioration continue, et démontre notre engagement sur des sites présentant des risques potentiels significatifs ou vis-à-vis des participants volontaires à nos études cliniques.

EN SAVOIR +

[www.pierre-fabre.com/fr/nous-rejoindre](http://www.pierre-fabre.com/fr/nous-rejoindre)

EN 2017



183

JEUNES  
en contrats d'apprentissage

5 636

COLLABORATEURS  
ont suivi une formation

179 185

HEURES DE FORMATION  
dispensées

## UNE POLITIQUE ACTIVE DE PARTENARIATS ACADÉMIQUES INTERNATIONAUX

Depuis de nombreuses années déjà, les Laboratoires Pierre Fabre ont mis en place une politique active de relations avec les Écoles et les Universités sur leur territoire d'origine et la développent aujourd'hui partout dans le monde. Du fait de la diversité de nos activités et de la richesse de nos métiers, nous menons nos actions à tous les niveaux de formation tant auprès des lycées, des universités que des grandes écoles. Les collaborations croisées entre les Laboratoires Pierre Fabre et les écoles et universités peuvent prendre des formes multiples :

- Participation régulière aux forums de recrutement et aux jurys de sélection
- Rencontre sur les campus pour présenter l'entreprise et ses métiers
- Intervention de managers de l'entreprise dans le cadre des enseignements, à l'occasion de conférences ou de tables rondes
- Participation à la création de diplômes
- Création de chaires d'enseignement
- Financement de bourses d'étudiants
- Accueil de jeunes étudiants dans le cadre de stages ou de contrats d'apprentissage
- Projets d'entreprise et visites de sites

## DES PROGRAMMES D'EXCELLENCE POUR LES JEUNES DIPLÔMÉS, TREMLIN POUR UNE CARRIÈRE INTERNATIONALE

Afin d'attirer de jeunes talents, Pierre Fabre propose un éventail de programmes et de dispositifs à dimension internationale.

### Excellence Marketing program

Ce programme diplômant a vocation à former, en partenariat avec la Toulouse Business School, des Chefs de Produits à fort potentiel international. Ces jeunes diplômés issus de tous les continents intègrent ensuite l'entreprise au sein des équipes marketing en filiale ou dans les équipes Corporate. Nous avons également ouvert ce parcours d'excellence en marketing à des talents issus de nos filiales internationales pour favoriser leur intégration et leur immersion rapide dans la culture et les méthodes du Groupe.

### VIE (Volontariat International d'Entreprise)

Chaque année, ce sont plus d'une quarantaine de jeunes diplômés qui rejoignent les Laboratoires Pierre Fabre pour une mission de 12 à 24 mois afin de se former à différents métiers tels que Chef de produits, Contrôleur de gestion, Chef de projet logistique, etc. Véritable ouverture à l'international, le VIE est une opportunité permettant de révéler le potentiel de jeunes diplômés visant une carrière internationale.



### Pierre Fabre International Graduate Program

Afin d'offrir aux jeunes talents à haut potentiel un parcours innovant et attractif, le groupe Pierre Fabre a lancé en 2015 son premier International Graduate Program. Véritable parcours d'excellence et accélérateur de carrière, ce programme a pour ambition d'offrir une expérience internationale unique à nos futurs managers.

Ce programme offre un parcours d'immersion de 18 à 24 mois dans les différents départements de l'entreprise, en alternance en France et à l'international, avec des missions opérationnelles et de gestion de projet stratégique. Le but étant de comprendre la culture et le fonctionnement du groupe avant d'intégrer une filiale à l'issue du programme.

## UN ENGAGEMENT DANS LES TRAVAUX DE RECHERCHE ACADÉMIQUES SUR NOS CŒURS DE METIERS

Chaire Mines Albi « Supply Chain Agile » : en avril 2016, Pierre Fabre et l'École Mines d'Albi créent une chaire d'entreprise sur le thème de l'agilité dans les chaînes logistiques. Cette chaire donne l'opportunité à nos managers de développer leurs compétences au travers d'échanges et de programmes de formation spécifiques. Cette chaire est à la fois la concrétisation d'une collaboration de plus de 15 ans entre l'école et l'entreprise, et la création d'une coopération dynamique et vectrice de futures innovations dans un domaine d'excellence des deux partenaires. Visant à accélérer la dynamique entre le monde académique et industriel, la Chaire a pour objectif d'encourager ingénieurs et doctorants à mener des travaux de recherche appliquée notamment aux cas réels du Groupe, permettant in fine de développer des nouveaux concepts et outils susceptibles d'accroître l'agilité de notre Supply Chain.

EN SAVOIR +

[www.pierre-fabre.com/fr/nous-rejoindre/etudiants-et-jeunes-diplomes](http://www.pierre-fabre.com/fr/nous-rejoindre/etudiants-et-jeunes-diplomes)

ZOOM

Happy Trainees

### Les étudiants en alternance ou en stage chez Pierre Fabre recommandent l'entreprise

Lors de la dernière enquête « Happy Trainees », menée par le site indépendant choosmycompany.com, 189 étudiants en stage ou alternance chez Pierre Fabre ont évalué le groupe Pierre Fabre via un questionnaire composé de 18 questions sur 6 domaines (progression professionnelle, environnement stimulant, management, motivation, fierté, fun/plaisir).

Au final, le groupe Pierre Fabre obtient la note de 4,08 sur 5 au classement 2017 et renouvelle ainsi l'obtention du label « Happy Trainees » pour la 5<sup>ème</sup> année consécutive.

Le label « Happy Trainees » récompense la politique dynamique du groupe Pierre Fabre en faveur des jeunes diplômés.

# TERRITOIRES

CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE NOS RÉGIONS

C'est une histoire de partage, une histoire de terres et d'hommes, mais aussi une façon de revendiquer son identité et d'assumer sa différence : le groupe Pierre Fabre a depuis toujours affiché la volonté de mutualiser son développement avec celui de ses régions d'implantation et plus particulièrement sa terre d'origine.



## TARN & MIDI-PYRÉNÉES, NOS TERRES D'ORIGINE

Notre entreprise souhaite participer au rayonnement des régions où nous opérons et mutualiser son développement avec les communautés locales. Nous soutenons différents projets, plus particulièrement en Midi-Pyrénées.

### ÉCONOMIE

**Tarn entreprendre** : association d'aide aux nouvelles entreprises créée en 1997 à l'initiative de Pierre Fabre.

**Installation d'un réseau à haut débit pour le sud du Tarn** : le Groupe est l'actionnaire fondateur de la société d'économie mixte Intermédiasud.

**Pôle de Compétitivité Cancer-Bio-Santé** de Toulouse

**Soutien à l'économie du Tarn** en encourageant l'installation de nos fournisseurs et de nos partenaires dans notre département d'origine.



1<sup>er</sup>  
EMPLOYEUR  
DU TARN



1 des 3  
PREMIERS  
EMPLOYEURS  
PRIVÉS  
d'Occitanie



259  
MILLIONS D'EUROS  
INVESTIS  
dans le grand Sud-Ouest  
entre 2016 et 2018



70 %  
DE NOS ACHATS  
réalisés auprès  
d'entreprises françaises

### ÉDUCATION

**Partenariats avec le système éducatif** : Écoles et Universités régionales pour développer des formations, participer à l'aménagement du territoire et favoriser l'intégration professionnelle des jeunes.

**Mécénat** : nous soutenons plusieurs Fondations (La Dépêche du Midi, les Cordées de la réussite, Un avenir ensemble) qui portent des projets solidaires pour accompagner des jeunes d'origine modeste dans leur parcours scolaire et professionnel.

### CULTURE ET PATRIMOINE

**Soutien de plusieurs musées** (Musée Goya, Musée Toulouse Lautrec, Musée Dom Robert) et de l'Abbaye École de Sorèze (lieu éducatif et culturel où Pierre Fabre a installé l'Université Pierre Fabre).

### SPORT

Nous soutenons de nombreuses associations sportives dans le Tarn et nous sommes le principal partenaire du Castres Olympique.

EN SAVOIR +

[www.pierre-fabre.com/fr/hommes-territoires](http://www.pierre-fabre.com/fr/hommes-territoires)

## NOS FILIÈRES D'APPROVISIONNEMENT

UNE DÉMARCHE ÉQUITABLE, SOLIDAIRE ET RESPONSABLE



RENÉ  
FURTERER  
PARIS

### LE BEURRE DE KARITÉ ÉTHIQUE AU BURKINA FASO - RENÉ FURTERER

Créée en 2004, la SOTOKACC, petite entreprise de Toussiana (Burkina Faso), auprès de laquelle notre marque René Furterer s'approvisionne en beurre de Karité, assure non seulement un revenu régulier et une autonomie sociale à ses 25 femmes salariées à fin 2016 mais aussi à plus de 1 500 femmes productrices et collectrices d'amandes.

Notre contrat d'approvisionnement avec cette petite entreprise est de 5 ans avec un préfinancement du beurre de Karité commandé à 100%.

En 2015, la marque René Furterer a financé une étude d'impact socio-économique réalisée par le cabinet UTOPIES. L'objectif est d'évaluer l'impact des achats de beurre de karité par René Furterer en nombre d'emplois directs, indirects et induits au Burkina Faso. Les activités totales de la SOTOKACC de production de beurre de karité éthique en 2014 ont permis de soutenir 192 emplois sur le territoire du Burkina Faso.

Cette filière est certifiée commerce équitable.



### LE MORINGA À MADAGASCAR - RENÉ FURTERER

À Madagascar, René Furterer poursuit plusieurs missions. Économique et écologique d'abord, en apportant un appui technique aux agriculteurs : amélioration des rendements, apprentissage des bonnes pratiques de production, diversification des cultures... Une autre mission fondamentale de René Furterer est tournée vers la lutte contre la malnutrition : les agriculteurs sont ainsi sensibilisés à l'intérêt de cultiver des arbres fruitiers et du Moringa oleifera et d'utiliser ses feuilles comme légumes riches en vitamines et éléments minéraux. La filière de Moringa biologique utilisée par René Furterer est maîtrisée par notre filiale malgache, labellisée selon le référentiel For Life d'Ecocert pour sa politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises.



LABORATOIRES  
KLORANE  
L'ÂME BOTANIQUE

### LE DATTIER DU DESERT AU SENEGAL - KLORANE

Pour notre approvisionnement en dattes du dattier du désert, nous travaillons avec la société Baobab des saveurs à Thiès au Sénégal. Pour réaliser la collecte de ces dattes, Baobab des Saveurs travaille avec 5 groupements de femmes dans la commune de Gawane, à 20 km de Bambey. Ces groupements regroupent 171 femmes de tous âges qui collectent exclusivement sur une zone certifiée en agriculture biologique. Klorane Botanical Foundation, Fondation d'entreprise, soutient le programme de la Grande Muraille Verte visant à lutter contre la désertification au Sahel par la plantation de 60 000 Dattiers du désert au Sénégal en 6 ans.

Cette filière est certifiée commerce équitable.



# AU CŒUR DE MADAGASCAR

Les actions menées par notre filiale depuis plus de 40 ans à Madagascar sont représentatives de la démarche citoyenne et responsable du Groupe dans son intégralité.

Retour sur les actions menées au travers des 5 piliers de notre démarche RSE.



## Gouvernance & Éthique

1

Notre filiale a été labellisée selon le référentiel For Life d'Ecocert pour sa politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises.

\*Ecocert : Organisme de contrôle et de certification indépendant



## Innovation & Santé/Beauté

2

Nous participons à la lutte contre la malnutrition touchant les enfants malgaches, grâce au versement de 5% des ventes de la feuille de Centella Asiatica à l'Office National pour la Nutrition pour le développement des projets sociaux ; par ailleurs la Fondation Pierre Fabre a contribué à la réhabilitation de la maternité de Ranopiso sur proposition de notre filiale et la construction d'un centre de santé de basé à Ambovombe.



## Hommes & Territoires

3

Notre filiale a fait évaluer son empreinte socio-économique par le cabinet indépendant Utopies. Les résultats montrent un impact significatif sur l'emploi local avec plus de 1 000 emplois soutenus, un emploi créé par notre filiale générant 27 emplois additionnels sur l'île.

## Connaissance & Préservation de la nature

Nos 200 hectares de terres agricoles ainsi que l'Arboretum de Ranopiso sont certifiés agriculture biologique par Ecocert\*. Nous avons aussi décidé de créer une réserve naturelle de 138 hectares sur nos terres afin de protéger et de recenser les espèces endémiques du Sud Malgache. Cette réserve naturelle a été reconnue en janvier 2018 comme 1<sup>ère</sup> Aire Volontaire Protégée privée par l'état malgache.



4

## Écoconception & Empreinte industrielle

La contribution à l'opération de reforestation nationale « Un enfant = un arbre planté » ainsi que la plantation par les collaborateurs de 80 000 arbres à fin 2017 pour compenser l'empreinte carbone générée par la production de nos anticancéreux (à base de Pervenche Tropicale cultivée notamment à Madagascar), ont valu à la filiale la labellisation « Reforestation solidaire » attribuée par Ecocert\*.



5

# NATURE

## PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ ET PARTAGER NOS CONNAISSANCES



Parce que la biodiversité joue un rôle primordial dans le maintien des équilibres naturels et apporte de nombreux services à l'humanité, notamment dans les domaines de la santé et de la beauté, la préserver est un enjeu majeur pour notre groupe.

**350**  
ESPÈCES CONSERVÉES  
à l'Arboretum de Ranopiso  
à Madagascar



**+ de 500**  
CURISTES ET  
PROFESSIONNELS DE SANTÉ  
reçus chaque année  
au Laboratoire de l'Eau à Avène

### DIFFUSER DU SAVOIR

Pour préserver et utiliser durablement les trésors de la nature, il est avant tout indispensable de bien les connaître. Les Laboratoires Pierre Fabre en sont convaincus, ses chercheurs et experts sont ainsi à l'origine de plusieurs initiatives de développement et de partage des connaissances sur les plantes et les eaux thermales, notamment par le biais d'échanges avec des institutions scientifiques ou des associations locales référentes. L'entreprise a aussi créé des structures dédiées au développement des connaissances autour des substances naturelles : le

Laboratoire de l'Eau et le Conservatoire Botanique Pierre Fabre. Au pied des Cévennes, le Laboratoire de l'Eau a été créé pour protéger et mieux comprendre l'intérêt thérapeutique de l'Eau thermale d'Avène. Ce lieu d'expérimentation diffuse ses connaissances et ses découvertes sur l'Eau d'Avène et ses vertus apaisantes, anti-irritantes et cicatrisantes, et plus largement sur l'eau, notamment au travers de communications destinées aux scientifiques ou au grand public.

Dans le Tarn, à Soual, le Conservatoire Botanique Pierre Fabre créé en 2001 est un lieu de recherche, de sauvegarde et de conservation. Près de 700 espèces végétales y sont représentées dont 30 % sont protégées. En 2010, il est devenu la 4<sup>e</sup> institution scientifique française et le 1<sup>er</sup> organisme français privé à obtenir l'agrément CITES\*. En 2012, son herbier a reçu la reconnaissance internationale du New York Botanical Garden.

\*CITES : Convention on International Trade in Endangered Species



Klorane Botanical Foundation, fondée en 1994, est une fondation d'entreprise du groupe Pierre FABRE. Depuis plus de 20 ans, elle sème les graines de la passion botanique autour du monde.

L'engagement de la Fondation pour promouvoir le patrimoine végétal s'enracine dans trois missions concrètes :

- PROTÉGER les plantes menacées ;
- EXPLORER les trésors végétaux pour mieux les connaître et les protéger ;
- TRANSMETTRE sa passion botanique au plus grand nombre, et particulièrement aux enfants.

Par son engagement dans divers programmes innovants (Grande Muraille Verte au Sénégal, Protection de la forêt en Amazonie et aux Comores par la culture durable du Cupuaçu et de l'Ylang Ylang, UNESCO Green Citizens, Botany for Change...), Klorane Botanical Foundation restitue aux plantes la place qu'elles méritent dans nos vies et nos villes.



BOTANY  
FOR  
CHANGE



GRAINE  
de  
BOTANISTE



UN ULIVO  
PER LA VITA  
Dove il domani  
mette radici

EN SAVOIR +

[www.kloranebotanical.foundation](http://www.kloranebotanical.foundation)

## Plus de 170 000 arbres plantés depuis 2007

En 2008

MAROC

**4 000**

En partenariat avec La Fondation Mohammed VI, 13 hectares ont été plantés aux portes du désert à Essaouira. Ils sont aujourd'hui entretenus par la Direction des eaux et forêts.

ARGANIER

GALÉNIC  
PARIS



Depuis 2012

SÉNÉGAL

Des arbres contre le désert  
**70 000**

Ces plantations effectuées dans le cadre du projet de la Grande Muraille Verte visent à lutter contre la désertification au Sahel et ses conséquences sur les habitants.

DATTIERS  
DU DÉSERT



Depuis 2013

MALI

**3 347**

En participant au projet Zanbal de plantation d'acacias, notre marque Ducray compense 100% des émissions de gaz à effet de serre liées à la fabrication de son shampoing « Extra-Doux ».

ACACIAS



Depuis 2014

FRANCE

**3,176 Km**

Engagée dans le programme Carbone Local et grâce aux haies champêtres, notre marque A-DERMA compense progressivement l'équivalent de 120 tonnes de CO<sub>2</sub> par an, soit la fabrication et la commercialisation annuelle de la gamme Exomega.

HAIES  
CHAMPÊTRES



Depuis 2014

MADAGASCAR

**80 500**

Ce projet labellisé « Reforestation Solidaire » par Ecocert participe à l'objectif national de lutte contre la déforestation et à l'amélioration de la sécurité alimentaire par la plantation d'arbres fruitiers.

MORINGAS  
BAOBABS



Depuis 2007

GRÈCE & ITALIE

**11 000**

Suite aux incendies dévastateurs du Péloponnèse, Klorane Botanical Foundation a pris l'initiative de secourir la région en plantant 10 000 oliviers. Depuis, ces arbres ont prospéré et génèrent une forte activité, au grand bonheur des habitants.

OLIVIERS



# ENVIRONNEMENT

## MAÎTRISER L'IMPACT DE NOS ACTIVITÉS

Conscient de son empreinte environnementale liée à son activité économique et industrielle, l'entreprise met en œuvre des actions, tout au long de la chaîne logistique, des achats de matières premières à la distribution des produits, pour réduire les pollutions et préserver les ressources.



**26 000 m<sup>2</sup>**  
DE BÂTIMENTS INDUSTRIELS  
intégrés dans l'expérimentation  
Haute Qualité Environnementale®



**200**  
HECTARES CULTIVÉS DANS LE TARN  
selon le référentiel de l'agriculture  
biologique, certifiés Haute Valeur  
Environnementale



**12**  
PRINCIPES DE LA CHIMIE VERTE  
appliqués systématiquement dans  
le développement de nouveaux  
procédés à l'usine de Gaillac

### MANAGEMENT DE L'ENVIRONNEMENT

Notre stratégie environnementale repose sur deux enjeux : l'économie des ressources et la limitation des rejets (eau, air, déchets), de la conception à la fin de vie de nos produits. Cette stratégie est intégrée dans un système global de management de la santé, de la sécurité et de l'environnement. Pour définir des plans d'actions environnementaux adaptés, nous nous appuyons sur des outils d'étude, comme le bilan carbone, l'analyse des cycles de vie des produits et les diagnostics énergétiques.

### HAUTE QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE®

La démarche « Haute Qualité Environnementale® » porte sur la réduction des impacts sur l'environnement d'un bâtiment et sur l'optimisation du cadre de vie pour le confort et la santé de l'utilisateur. Un système de management des opérations (système

qualité) et 14 cibles définissent ainsi la Qualité Environnementale du bâtiment (ex : gestion de l'énergie, confort acoustique...). L'entreprise s'est lancée dans des opérations expérimentales HQE® pour ses trois derniers investissements industriels : l'extension de l'usine dermo-cosmétique de Soual (Tarn), l'extension de l'usine d'Avène (Hérault) et la construction de l'unité de biotechnologie des anticorps de Saint-Julien-en-Genevois (Haute-Savoie).

### DÉMARCHE DE CERTIFICATION ISO 14001

La démarche de certification ISO 14 001 est un système de management environnemental. Il est déployé sur les sites de production d'actifs à Gaillac (Tarn), Palézieux (Suisse) et Virrey del Pino (Argentine) ainsi que sur le site de production pharmaceutique de Pau (Pyrénées-Atlantiques) et les sites de production dermo-cosmétiques de Soual (Tarn) et d'Avène (Hérault). Il permet d'assurer

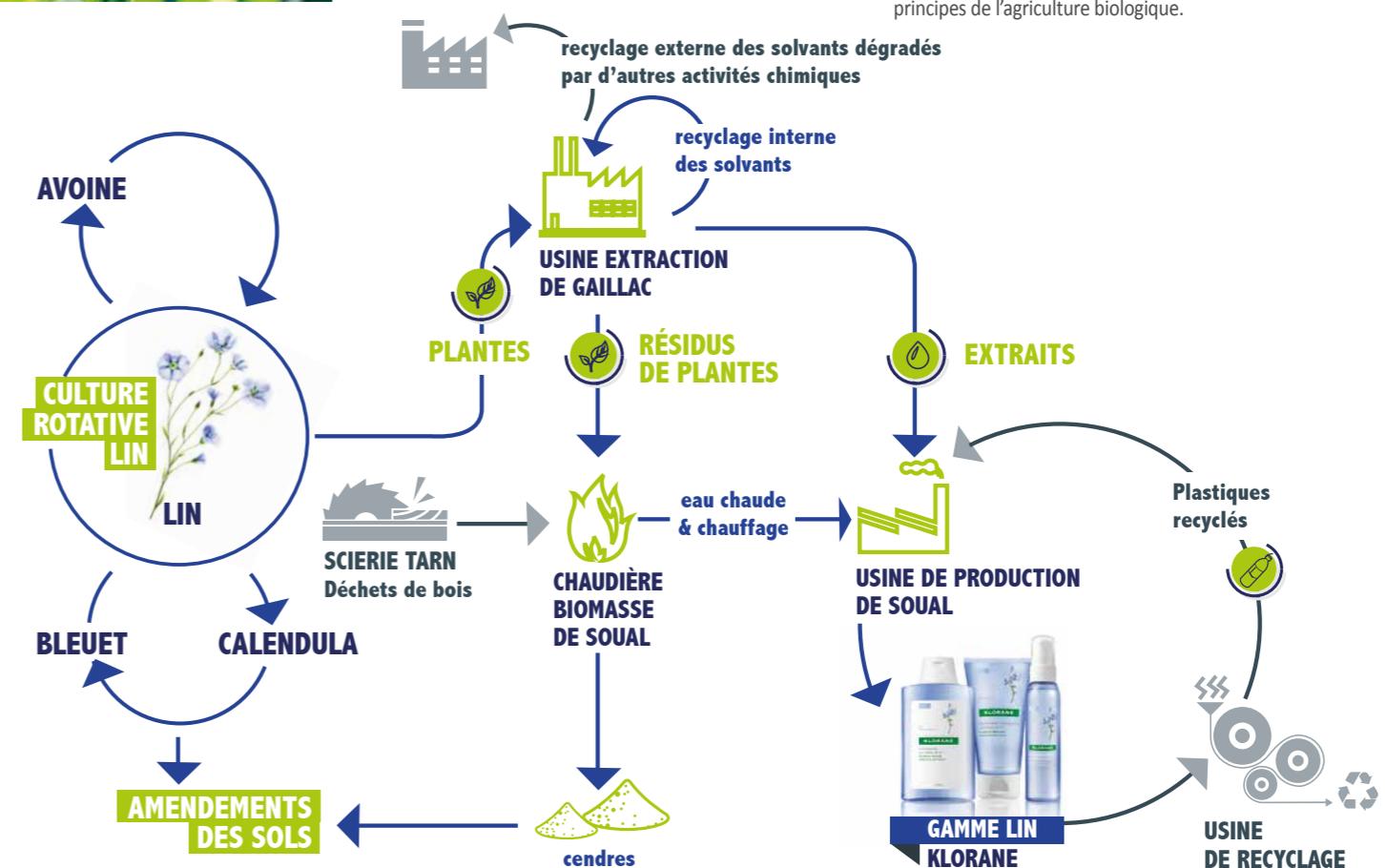
une approche structurée reposant sur le principe d'amélioration continue. À ce jour, 100% des activités chimiques sont couvertes, ainsi que deux des plus gros sites industriels du Groupe. Notre ambition est de continuer à développer cette certification sur d'autres sites industriels du Groupe.

### L'ÉCOCONCEPTION EN PRATIQUE

Tout au long du cycle de vie des produits Pierre Fabre, des achats de matières premières à leur mise sur le marché et leur utilisation, en passant par la production, le Groupe veille à inscrire ses actions dans le respect de ses fournisseurs et à diminuer ses impacts sur l'environnement.

Pour cela, le Groupe mène des projets d'écoconception visant à réduire l'empreinte environnementale de ses produits par rapport aux produits précédents ou aux offres alternatives sur le marché.

EN SAVOIR +  
[www.pierre-fabre.com/fr/developpement-durable](http://www.pierre-fabre.com/fr/developpement-durable)



### L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'usine Pierre Fabre Dermo-Cosmétique de Soual (Tarn), est désormais équipée d'une chaudière biomasse destinée à valoriser annuellement 1 000 tonnes de marcs de plantes issus de l'extraction de deux plantes médicinales - la pervenche de Madagascar et le palmier nain de Floride - et de l'Avoine Rhealba® utilisée par la marque dermo cosmétique A-Derma. Ces marcs sont produits à Gaillac (Tarn), à une cinquantaine de kilomètres de Soual, par l'usine de Pierre Fabre Médicament spécialisée dans l'extraction des actifs pharmaceutiques et dermo-cosmétiques d'origine végétale.

Associés à des plaquettes forestières, rebus de l'industrie forestière tarnaise, les marcs alimentent la chaudière biomasse (de fabrication française). In fine, la chaudière permet une substitution de 60% de la consommation totale en gaz naturel de l'usine par des énergies renouvelables et une réduction de son empreinte carbone de 1 600 tonnes de CO<sub>2</sub> (soit 5% du bilan carbone annuel du site). En 2017, des études porteront sur la faisabilité d'épandre les cendres issues de la combustion des marcs de plantes sur les champs d'Avoine Rhealba® localisés eux aussi dans le Tarn et cultivés selon les principes de l'agriculture biologique.

# AU CŒUR DE BOTANICAL EXPERTISE

Pierre Fabre

Première source d'inspiration des Laboratoires Pierre Fabre, le monde végétal est une source de créativité inépuisable mais fragile. Soucieux d'apporter leur contribution aux défis liés à l'érosion de la biodiversité tout en répondant aux objectifs d'innovation, de sécurisation des approvisionnements et de qualité des actifs végétaux, les Laboratoires Pierre Fabre ont développé une démarche responsable transverse au Groupe appelée Botanical Expertise Pierre Fabre et labellisée EFQM\*.

## DES PLANTES AU CŒUR DE NOMBREUX PRODUITS DU GROUPE

L'Avoine Rheelba® >>> A-Derma

La Pervenche tropicale >>> Navelbine® et Javlor®

Le Serenoa repens >>> Permixon

Le Lin >>> Gamme capillaire Klorane

Le Karité >>> Gamme capillaire René Furterer

Le Ruscus >>> Cyclo 3 - Naturactive

Le myrte >>> Gamme Keracnyl - Ducray

Gamme Elgydium >>> Pierre Fabre Oral Care

## UNE DÉMARCHE LABELLISÉE POUR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE D'ACTIFS VÉGÉTAUX INNOVANTS SÛRS ET EFFICACES

Botanical Expertise Pierre Fabre est le nom donné à notre démarche de développement responsable des actifs végétaux, de la recherche sur les plantes – et leurs actifs – à leur mise en culture, en passant par la production des actifs et leur utilisation dans les formules de nos produits. Ce développement s'inscrit dans un cercle vertueux visant à développer l'innovation, préserver la biodiversité, garantir l'efficacité et la qualité de nos actifs végétaux et respecter nos partenaires tout au long de la chaîne. La démarche est reconnue, depuis 2010, par le label européen EFQM\* délivré en France par le groupe AFNOR. Un label alliant les thématiques de la Qualité et du Développement Durable.

\*European Foundation for Quality Management

**La démarche Botanical Expertise Pierre Fabre s'articule autour de quatre principes fondateurs : innover, préserver, garantir, respecter. Ces principes structurent le développement de nos actifs végétaux.**

Sur les 427 extraits végétaux utilisés par les Laboratoires Pierre Fabre, plus de 282 sont inscrits dans la démarche Botanical Expertise Pierre Fabre, dont ceux utilisés pour le développement de produits et de marques emblématiques du Groupe : Navelbine® et Javlor® (oncologie), Permixon® (urologie), A-Derma, Ducray, René Furterer, Klorane (dermo-cosmétique) et Naturactive (santé naturelle).



BOTANICAL EXPERTISE Pierre Fabre

## LES QUATRE PRINCIPES FONDATEURS DE LA DÉMARCHE

### Préserver

Une préservation durable du patrimoine végétal et de la biodiversité, sources de bienfaits – connus ou encore à découvrir – pour la santé et la beauté de tous.

### Garantir

L'efficacité scientifiquement démontrée de nos actifs végétaux, doublée d'une exigence de qualité et de sécurité issue de notre culture pharmaceutique.

### Respecter

Une démarche qui respecte nos partenaires agriculteurs, récoltants, fournisseurs et contribue au développement durable de nos régions d'approvisionnement et de leurs communautés.

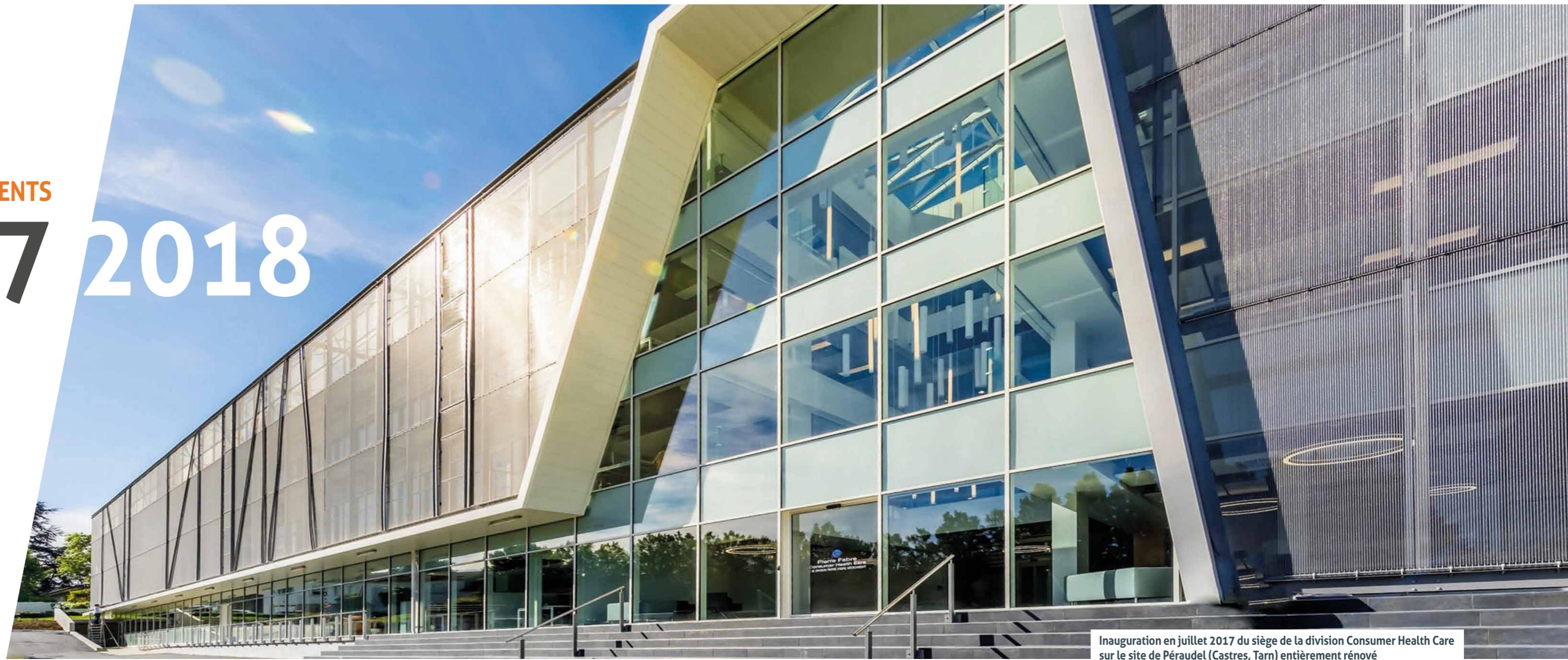
### Innover

Une recherche de pointe sur les plantes, croisant les expertises complémentaires de botanistes, agronomes, biologistes et pharmaciens passionnés par les bienfaits du monde végétal.



ÉVÉNEMENTS

# 2017 2018



Inauguration en juillet 2017 du siège de la division Consumer Health Care sur le site de Péraudel (Castres, Tarn) entièrement rénové

# FAITS MARQUANTS

2017-2018

## Pierre Fabre

FÉVRIER 2018

### 3 PROJETS PRIMÉS AU 28<sup>E</sup> FESTIVAL DE LA COMMUNICATION SANTÉ

La Fondation pour la Dermatite Atopique a reçu le prix d'argent dans la catégorie « communication médicale » pour son projet de web série « l'eczéma de Lola ».

Les Laboratoires dermatologiques DUCRAY ont reçu le prix d'argent dans la catégorie « communication service et produit grand public » avec Dermocontrol by DUCRAY, une application mobile pour mieux vivre avec l'eczéma.

Pierre Fabre Health Care a reçu le prix d'argent dans la catégorie communication corporate pour la mise en place du ENT challenge, basé sur l'expression spontanée des salariés Pierre Fabre du monde entier, pour le développement des solutions innovantes de demain.

NOVEMBRE 2017

### L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU SERVICE DE LA SANTÉ

Lors du 28<sup>e</sup> Festival de la Communication Santé, qui se déroulait en novembre 2017 Pierre Fabre Médicament, associés à Microsoft et au cabinet de conseil Velvet Consulting ont challengé les meilleurs développeurs d'intelligences artificielles appliquées à la santé. Pour cette première édition, la compétition consistait à reconnaître un mélanome à partir de clichés dermatoscopiques de grains de beauté. Pour cela, des milliers d'images ainsi que la plateforme Microsoft Azure ont été mis à disposition de l'ensemble des participants. Ces derniers ont bénéficié au cours de ces deux jours d'un mentoring en continu supervisé par des data scientists Pierre Fabre, ainsi que des experts Microsoft et Velvet consulting. Les 2 équipes primées sont accueillies au sein de l'IA Factory de Microsoft à Station F.

08 DÉCEMBRE 2017

## LA FONDATION PIERRE FABRE APPORTE SON SOUTIEN AU DR. MUKWEGE, « L'HOMME QUI RÉPARE LES FEMMES »

La Fondation Pierre Fabre a décidé d'apporter son soutien à l'œuvre du Dr. Denis Mukwege, chirurgien gynécologue, mondialement reconnu pour son travail de chirurgie réparatrice auprès des femmes victimes de violences sexuelles en République Démocratique du Congo (RDC). En quasi-impunité, de nombreux groupes armés exercent dans ce pays de graves violences envers la population civile et plus particulièrement à l'encontre des femmes. Ce soutien répond ainsi à l'une des missions que s'est fixée la Fondation Pierre Fabre : favoriser l'accès aux soins pour les populations plongées dans des situations de crise grave.



Le Dr. Denis Mukwege et Pierre-Yves Revol, président de la Fondation Pierre Fabre

3 MARS 2017

### GRUPE PIERRE FABRE RENOUVELLE SON IMAGE EMPLOYEUR

Pour répondre au défi majeur d'attirer de nouveaux talents et de les fidéliser, le Groupe s'est penché sur les nouvelles attentes des candidats, notamment les nouvelles générations, particulièrement engagées et en quête de sens. En cohérence avec ces nouvelles exigences, la stratégie globale de la marque employeur Pierre Fabre a été repensée autour de plusieurs concepts en cohérence avec ces nouvelles attentes : l'humanisme, l'harmonie avec la nature, le parler vrai, la proximité et l'accessibilité du discours. La nouvelle image employeur s'articule autour d'une signature originale « En phase avec ma nature » et de 3 piliers fondateurs : Prendre soin, une vocation ; Entreprendre, un état d'esprit ; Respecter, une évidence.

10-12 NOVEMBRE 2017

## LE GROUPE PIERRE FABRE ET SES MARQUES PRÉSENTS À MIF EXPO, LE RENDEZ-VOUS ANNUEL DU « MADE IN FRANCE »



Pour la première fois, notre groupe a participé à MIF expo, le salon consacré au « Made in France » organisé en novembre à Paris, avec près de 60 000 visiteurs.

Les visiteurs venus à la rencontre de nos collaborateurs sur le stand Pierre Fabre, ont pu découvrir ou redécouvrir les marques du groupe, ainsi que leurs nouveautés. Plusieurs animations leur ont été proposées, notamment une visite virtuelle de nombreux sites du groupe, y compris des sites de recherche & développement et des sites de production. Un moyen pour les visiteurs de découvrir où les produits Pierre Fabre sont fabriqués. Un atelier « textures » permettait de découvrir la galénique de nos produits. Une conférence sur le thème de « L'ancrage territorial, un atout pour développer l'économie circulaire » a également réuni une centaine de personnes.

JUILLET 2017

## UNE PREMIÈRE EN FRANCE : UN CHATBOT CHALLENGE DANS LE DOMAINE DE LA SANTÉ

Et si un Chatbot – ou petit robot de conversation – pouvait contribuer à lutter contre la malaria en Afrique ? C'est le défi lancé par le groupe en juillet 2017 avec le premier « ChatBot Challenge for Healthcare ».

Organisé avec la collaboration de startups spécialisées dans le design de solutions innovantes, ce chatbot challenge s'est déroulé dans le cadre de l'Université d'été de la e-santé, à Castres. 2 équipes ont été récompensées : l'équipe PaluPlay lauréate avec son projet « PaluBot » un chatbot développé pour les enseignants des milieux ruraux en Afrique sub-saharienne, afin de sensibiliser des groupes d'élèves aux bons gestes pour prévenir le paludisme, sous forme de jeu. Le second projet « Malaria Aide » récompensé, est un chatbot pour recueillir auprès de professionnels de santé des signalements de cas de paludisme et constituer une base de données permettant à des ONG, des assureurs ou des laboratoires de mesurer la progression des épidémies.



JUILLET 2017

## INAUGURATION DU SIÈGE DE LA DIVISION CONSUMER HEALTH CARE SUR LE SITE DE PÉRAUDEL



Le groupe a inauguré son site entièrement rénové de Péraudel (Castres, Tarn). Ce site historique, acquis par Monsieur Pierre Fabre l'année de la création du groupe en 1962, accueille désormais la division Consumer Health Care (santé grand public) en charge des produits de santé familiale, de santé bucco-dentaire et de santé naturelle (phytothérapie et aromathérapie).

À travers cette rénovation qui a nécessité un investissement de 12 millions d'euros, le Groupe confirme son implantation historique à Castres. Aux côtés de la dermo-cosmétique, de la dermatologie, du médicament éthique et de l'oncologie, l'activité de santé grand public est une priorité stratégique pour le groupe, en France où Pierre Fabre est le laboratoire leader des produits vendus en pharmacie sans ordonnance, et à l'international qui représente 60% de ses revenus.

# Pharmaceutique

29 MARS 2018

## NATURAL FRAGMENT LIBRARY

Nouvelle initiative d'open innovation, le groupe Pierre Fabre signe un partenariat international avec NovAliX visant à associer la «Natural Fragment Library» du Groupe à des méthodes biophysiques et des techniques de criblage développées par NovAliX.

NovAliX est spécialisé dans la recherche et le développement de médicaments et l'utilisation de la biophysique pour le criblage et la caractérisation. Ce partenariat permettra à NovAliX d'offrir à ses clients l'accès aux fragments de plantes de la collection du Groupe dans le cadre de ses campagnes de criblage.



20 OCTOBRE 2017

## PARTENARIAT NOVATEUR EN IMMUNO-ONCOLOGIE AVEC L'INSTITUT CURIE

L'Institut Curie et l'Institut de Recherche Pierre Fabre collaboreront sur de nouvelles stratégies thérapeutiques pour faire progresser le traitement du cancer chez les patients. L'objectif de ce nouveau partenariat est d'analyser la biologie de nouvelles cibles thérapeutiques identifiables et d'évaluer l'impact des approches pharmacologiques innovantes en s'appuyant sur des modèles biologiques de l'Institut Curie.

MARS 2018

## SMILE FOR ALL : LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ET DONNER UNE DEUXIÈME VIE AUX PRODUITS



Engagé dans la lutte contre le gaspillage, Pierre Fabre Oral Care a lancé l'opération « Smile for All » en 2017 en partenariat avec Phenix, une start-up qui accompagne les entreprises responsables dans une démarche d'économie circulaire en répondant à leurs problématiques de réduction de gaspillage et de valorisation des déchets.

La marque a donné 69 621 produits à 10 associations locales de Midi-Pyrénées pour une valeur de plus de 22 000 €. Au total ce sont 3700 sourires rendus !

MARS 2018

## 50 ANS ELUDRIL

Pierre Fabre Oral Care fête les 50 ans de la marque ELUDRIL, dont le célèbre bain de bouche a été commercialisé pour la première fois en 1968. Très visionnaire, dès les années 60, M. Pierre Fabre formule une solution antiseptique et traitante sous la forme d'un bain de bouche. C'est la naissance de la marque Eludril, symbole d'un nouveau segment de marché, celui des bains de bouche antiseptiques et traitants.



11 JANVIER 2018

## ACCORD DE LICENCE MONDIAL AVEC BOSTON PHARMACEUTICALS

Pierre Fabre a accordé à Boston Pharmaceuticals des droits exclusifs et mondiaux pour le développement, la fabrication et la commercialisation d'une molécule en phase de développement préclinique avancée, destinée au traitement potentiel de la fibrillation auriculaire.

7 DÉCEMBRE 2017

## DÉMARRAGE D'UN PREMIER ESSAI CLINIQUE DE L'ANTICORPS MONOCLONAL W0101 CHEZ DES PATIENTS ATTEINTS DE TUMEURS SOLIDES

Lancement d'une étude clinique internationale de phase I/II visant à évaluer un anticorps conjugué (ADC) issu de la recherche Pierre Fabre, chez les patients atteints de tumeurs solides récidivantes ou réfractaires.

27 OCTOBRE 2017

## PIERRE FABRE HEALTH CARE S'APPUIE SUR LES COLLABORATEURS DU GROUPE POUR BOOSTER SA CAPACITÉ D'INNOVATION

Dans le cadre de la stratégie d'Open Innovation du groupe, Pierre Fabre Oral Care a invité l'ensemble des salariés du groupe à remonter les bénéfices inexplorés de produits ORL de demain, ciblant plus particulièrement 2 pathologies : la toux et le mal de gorge. S'appuyant sur une démarche 100% digitale pour favoriser la participation de l'ensemble des collaborateurs du Groupe, Pierre Fabre Health Care a recueilli toutes les contributions via une plateforme collaborative. 92 suggestions originales ont été retenues provenant de 19 pays. 15 concepts sont en cours d'étude.



13 MARS 2018



## LES FRANÇAIS ET LA SANTÉ DE LEURS GENCIVES : UNE ENQUÊTE PIERRE FABRE ORAL CARE ET UFSBD

L'enquête « Les Français et la santé de leurs gencives » a été menée auprès de 32 421 Français du 8 décembre 2017 au 20 janvier 2018. Les résultats révèlent que les français ont une mauvaise connaissance des liens entre Santé Bucco-Dentaire et Santé Générale, et qu'en cas de problèmes de gencives, ils sont peu nombreux à avoir recours aux pratiques de santé (automédication ou recours aux professionnels de santé).

23 MAI 2017

## RACHAT D'ACTIFS PROMETTEURS À IGENICA BIOTHERAPEUTICS (USA) DANS LE DOMAINE DE L'IMMUNO-ONCOLOGIE

Cet accord d'achat inclut des immunothérapies innovantes inhibitrices de « checkpoint » susceptibles de réduire la résistance aux immunothérapies existantes. L'actif le plus avancé est actuellement au stade préclinique et devrait être administré aux premiers patients dans les 2 à 3 prochaines années.

MAI 2017

## PIERRE FABRE ORAL CARE SIGNE DEUX PARTENARIATS

- Un contrat international de distribution et d'approvisionnement avec BMG Pharma S.r.l portant sur deux produits d'hygiène bucco-dentaire mis au point par BMG, Aftacure Gel et Aftacure Spray, sous sa marque commerciale « Elgydium Clinic ».
- Un partenariat de distribution exclusive avec le Laboratoire ODOST pour la gamme BUCCOTHERM®.

# Dermo-Cosmétique

9 JANVIER 2018

## SIGNATURE AVEC LA SOCIÉTÉ MÊME COSMETICS D'UN PARTENARIAT AU SERVICE DES PATIENTES ATTEINTES DE CANCER

Animés par une exigence et une passion communes, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique et Même ont décidé d'unir leurs talents au service de l'amélioration de la qualité de vie des patientes sous traitements anti-cancéreux. Pierre Fabre Dermo-Cosmétique est le deuxième investisseur à entrer au capital de la start-up, après Otium Brands en 2016. Ce partenariat repose plus particulièrement sur l'implication des équipes commerciales et du réseau de visiteurs médicaux de la marque Eau Thermale Avène, spécialiste des peaux sensibles et leader du marché dermocosmétique en France. L'objectif est de développer la notoriété des produits Même en services de cancérologie et en pharmacies, mais surtout de sensibiliser tous les professionnels de la santé aux toxicités cutanées des traitements anticancéreux et ainsi leur permettre d'apporter aux patients des réponses et des conseils adaptés.



SEPTEMBRE 2017



## LANCEMENT EN CORÉE DU SUD DE DERMO COSME SHOP

Premier site de e-commerce de la branche dermo-cosmétique, regroupant les marques Eau thermale Avène, A-Derma, Ducray, Klorane et René Furterer.

2017 / 2018

## PRIX BOTANY FOR CHANGE PAR KLORANE BOTANICAL FOUNDATION



Depuis 3 ans, Klorane Botanical Foundation invite les étudiants en botanique, horticulture, architecture et paysage à mettre à profit leur expertise pour imaginer et réaliser le Jardin urbain de demain, qui a pour vocation la sensibilisation du public à la préservation de la biodiversité en zone urbaine.

En 2017, le projet gagnant de l'ENSP Versailles a pris vie de façon pérenne dans le Parc de La Villette, à Paris.

En 2018, la Fondation a souhaité mettre en lumière la richesse du bassin méditerranéen, qui abrite l'une des flores les plus diversifiées au monde mais dont l'équilibre est fragilisé.

Les lauréats ont installé leur création végétale pérenne sur le thème de la biodiversité méditerranéenne au cœur du Parc balnéaire du Prado, à Marseille.



JANVIER 2017



## POURSUITE DE L'EXTENSION INTERNATIONALE EN EUROPE AVEC L'OUVERTURE DE DEUX FILIALES, EN NORVEGE ET AU PAYS-BAS

3 MARS 2017

## PARTENARIAT STRATÉGIQUE INTERNATIONAL AVEC LE LABORATOIRE AMERICAIN HILL DERMACEUTICALS, INC. POUR LA COMMERCIALISATION DE TOLAK®,

médicament dermatologique breveté prescrit dans le traitement topique des lésions du visage, des oreilles et/ou du cuir chevelu provoquées par la kératose actinique.

18 SEPTEMBRE 2017

## PREMIER DERMO-CAMPUS PIERRE FABRE : UN PROGRAMME DE FORMATION SÉLECTIF ET IMMERSIF POUR LES ÉTUDIANTS EN DERMATOLOGIE



C'est à Toulouse, berceau de la recherche et du développement pharmaceutique et dermo-cosmétique du Groupe, que s'est déroulée la 1<sup>ère</sup> édition du Dermo-Campus Pierre Fabre. Lors de ce séminaire, une vingtaine d'étudiants majoritairement internationaux en 4<sup>e</sup> année de dermatologie ont pu rencontrer de nombreux experts Pierre Fabre. Un programme de formation innovant rapprochant académie et industrie, pour dessiner ensemble, la dermatologie de demain.

16 OCTOBRE 2017

## L'ÉCHAPPÉE ROSE : UNE BULLE DE DOUCEUR DANS LA MALADIE

L'association « Tout le monde contre le cancer » avec les Laboratoires Dermatologiques Avène ont mis en place, l'Échappée rose, le 1<sup>er</sup> « institut de bien être itinérant ». L'association, à bord d'un bus pas comme les autres, rencontre des femmes fragilisées et leur apporte du bien-être et de la beauté là où elles se trouvent, dans les hôpitaux.



21 JUILLET 2017

## LE MARKETING RESPONSABLE DE DUCRAY RÉCOMPENSÉ PAR LE PRIX DE L'EXCELLENCE MARKETING DE L'ADETEM 2017

Lors la 12<sup>e</sup> Nuit de l'Adetem, c'est devant plus de 500 professionnels du marketing que l'Adetem a révélé les lauréats 2017 des Prix de l'Excellence Marketing. En lice dans la catégorie Marketing Responsable, notre marque DUCRAY a remporté l'argent pour son shampoing EXTRA DOUX.



MAI 2017

## ELANCYL LANCE LE PREMIER OBJET CONNECTÉ CONTRE LA CELLULITE

Conçu avec un kinésithérapeute, SLIM MASSAGE Coach reproduit de manière mécanique la technique du palper-rouler professionnel, massage de référence pour lutter contre la cellulite. Cet accessoire dernière génération a été présenté durant le CES 2017 à Las Vegas, en janvier 2017.



  
**CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES :**

Damien Cabrol / Laboratoires Pierre Fabre, Arnaud Späni, Sipa Press, Professeur Lorette, Laurent Frezouls, Xavier Cailhol, Fotolia, Klorane Botanical Foundation, Agence Profil Organisation, Karat / Sipa, Laurent Galaup / Vent d'Autan, Photothèque Pierre Fabre, Nicolas Axelrod / Sipa press, Sylvain Cherkaoui / Sipa press / Canva / Shutterstock. Fondation Pierre Fabre : Alfonso Moral / Harry Freeland / Micka Perier / G. Tapper, Agence Bergamote / Brigitte Baudesson

**COORDINATION :**

Direction de la communication, Laboratoires Pierre Fabre

**RÉDACTION :**

Direction de la communication, Laboratoires Pierre Fabre  
Agence PatteBlanche

**CONCEPTION GRAPHIQUE :**

Agence PatteBlanche  
www.patte-blanche.com  
Dépôt légal : juin 2018

**IMPRESSION :**

Art & Caractère - Lavour  
Ce rapport a été imprimé dans une imprimerie qui possède une chaîne de contrôle FSC sous le numéro FCBA-COC-000078 et une chaîne de contrôle PEFC sous le numéro FCBA/08-00901. Également labellisé Imprim'Vert et adhérent à Culture Papier, l'imprimeur a fait évaluer sa démarche de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) selon la norme ISO 26 000, une contribution volontaire au Développement Durable.

Cet ouvrage est imprimé avec des encres à base d'huiles végétales et selon un processus de mouillage sans alcool. Imprimé sur papier PEFC, ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.

Code article Pierre Fabre : 216501



Pierre Fabre

[www.pierre-fabre.com](http://www.pierre-fabre.com)