# New ways to care.

## Rapport annuel 2025

LABORATOIRES
Pierre Fabre

# Aller plus loin, innover sans relâche, pour prendre soin de chacun et de tous, en opérant durablement, avec des équipes engagées.

P.8 - 17

P.18 - 27

P.28 - 32

P.33 - 37

P.38 - 44


**P.1 - 7** ***Nos fondamentaux***
Édito
Nos instances de pilotage
Notre modèle actionnarial unique
Notre modèle de création de valeur
Panorama de nos solutions

**P.8 - 17** ***Aller plus loin***
Plan Conquête 2025
Notre présence dans le monde
Faits marquants 2024
Résultats financiers 2024

**P.18 - 27** ***Innover sans relâche***
Interview de Francesco Hofmann
Interview de Frédéric Ennabli
Innovation dermo-cosmétique
Innovation végétale
Innovation packaging

**P.28 - 32** ***Pour prendre soin de chacun et de tous***
Interview de Nuria Pérez-Cullel
L'IA et la data réinventent les parcours de soins
En action avec les associations de patients

**P.33 - 37** ***En opérant durablement***
Interview de Vincent Huraux
Trois investissements durables
Performance environnementale

**P.38 - 44** ***Avec des équipes engagées***
Interview de Maud Vimeux
Engagés sur notre territoire
Nos collaborateurs en action

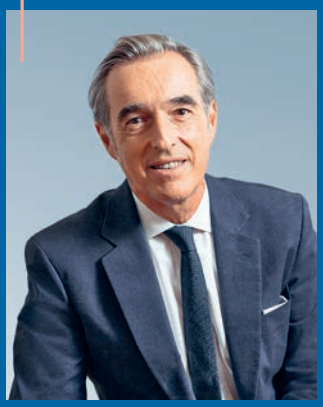

Zhuoqiong et Jiaoyu contribuent à l'accélération de notre développement en Chine (voir page 12).

# Accélérer requiert une énergie nouvelle

**À travers le plan stratégique Conquête 2025, le Comité de direction a exprimé l'ambition de faire passer l'entreprise à la vitesse supérieure.**

**Une première accélération a eu lieu en 2024.** Nos revenus ont franchi le seuil symbolique des 3 milliards d'euros, portés par la croissance à 2 chiffres de notre marque mondiale Eau Thermale Avène et celle de nos nouveaux médicaments en oncologie. C'est le charme et la complexité de Pierre Fabre : articuler deux activités différentes et complémentaires. Il nous aura fallu 15 années pour passer de 1 à 2 milliards et 11 pour atteindre les 3 milliards, quand les 4 milliards sont à notre portée d'ici 3 ans. C'est notre ambition.

**Éric Ducournau**
Directeur Général des Laboratoires Pierre Fabre



**Cette accélération est portée par un très fort dynamisme à l'international.** En 2024, sa part a représenté 70 % de nos revenus globaux, grâce aux progressions à 2 chiffres enregistrées dans les zones Europe, Asie et AFMOT (Afrique, Moyen-Orient, Turquie). Nous avons bénéficié de marchés porteurs en dermo-cosmétique, et les très bons résultats cliniques construits par le medical care répondent à des besoins thérapeutiques croissants dans le monde entier. Cette accélération démontre aussi notre capacité à recruter et intégrer des talents dans le monde entier. Depuis 2022, nous avons accueilli près de 2500 nouveaux collaborateurs représentant 65 nationalités. C'est le fondement de notre énergie nouvelle.

**L'innovation et le leadership médical sont les moteurs de cette accélération.** Entre 2022 et 2024, nous avons augmenté de 44 % nos dépenses de recherche et développement en oncologie. Celles-ci représentent désormais 60 % de notre budget global d'innovation, les 40 % restant étant consacrés aux maladies rares et aux soins de la peau et du cheveu. Nous avons atteint la plus forte volumétrie d'études cliniques jamais menées de front par l'entreprise. Cela nous vaut une reconnaissance croissante de la communauté scientifique, comme en témoignent l'obtention du prix Galien international pour Ebvallo® ou encore, en novembre 2024, la création d'un prix international en partenariat avec l'Institut Gustave-Roussy. Ce prix récompensera chaque année un chercheur d'exception en cancérologie.

**L'accélération requiert aussi une capacité à la financer.** Ces dernières années, le Comité de direction a beaucoup œuvré à l'amélioration de la rentabilité qui nous permet de générer le cash-flow nécessaire au financement de nos investissements. Avec trois priorités pour ces derniers : l'innovation, la transformation de nos opérations industrielles et la transition écologique. En 2024, AFNOR Certifications a d'ailleurs confirmé notre labellisation Engagé RSE* au plus haut niveau de son référentiel.

**Cette énergie nouvelle a une source, nous savons pour qui nous travaillons :** les patients à qui les médecins prescrivent nos médicaments, les consommateurs à qui les pharmaciens conseillent nos produits dermo-cosmétiques et de santé familiale, et enfin les plus démunis face à l'accès à la santé qui bénéficient des programmes humanitaires de la Fondation Pierre Fabre. Telles sont les trois préoccupations quotidiennes de nos collaborateurs. C'est grâce à eux que nous renouvelons notre énergie.

Nous sommes bien passés à la vitesse supérieure en 2024, et c'est ce que je vous invite à découvrir dans ce nouveau rapport annuel.

*Norme ISO 26 000 pour la responsabilité sociétale des entreprises

# Nos instances de pilotage

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

## Conseil d'administration

**Roch Doliveux**
**Président du Conseil d'administration de Pierre Fabre S.A.**

**Administrateurs nommés par l'Assemblée générale**

- Mme Marie-Anne Aymerich
- M. Jean-Laurent Bonnafé
- Mme Isabelle Girolami
- M. Hervé Hoppenot
- Mme Marie-France Marchand-Baylet
- Mme Rachel Marouani
- Mme Florence Parly
- M. Pierre-Yves Revol
- M. Olivier Sadran
- M. Eduardo Sanchiz

**Administrateurs salariés représentant les salariés**

- M. Alexandre Falconnier
- Mme Claire Meunier
- M. Jean-François Couret, représentant de l'actionnariat salarié

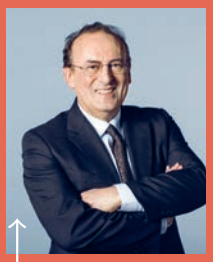
La Fondation Pierre Fabre est l'actionnaire principal des Laboratoires Pierre Fabre. Elle délègue le contrôle de leur gestion à Pierre Fabre Participations, holding de contrôle présidée par Pierre-Yves Revol et dotée d'un Conseil d'administration composé de 6 membres.

Pierre Fabre Participations désigne les principaux dirigeants de l'entreprise et valide sa stratégie, tout en veillant au respect des valeurs humanistes léguées par son fondateur.

1.

2.

3.



4.

5.

## Comité de direction

6.

**1. Éric Ducournau**
Directeur Général

**2. Frédéric Ennabli**
Directeur Général
Pierre Fabre Dermo-Cosmétique

**3. Marie-Andrée Gamache**
Directrice Générale
Pierre Fabre Medical Care
(depuis mars 2025)

**4. Éric Gouy**
Directeur Financier & Juridique

**5. Vincent Huraux**
Directeur des Opérations

**6. Fernando Junoy**
Directeur International

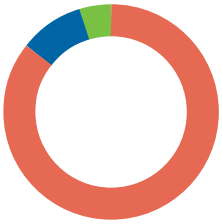
7.

**7. Maud Vimeux**
Directrice des Ressources Humaines

# Notre modèle actionnarial unique

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

## RÉPARTITION DE L'ACTIONNARIAT



**86,3 %**
FONDATION PIERRE FABRE

**9,8 %**
ACTIONNARIAT SALARIÉ

**3,9 %**
AUTO-CONTRÔLE

Les Laboratoires Pierre Fabre se distinguent par un modèle actionnarial unique : seuls la Fondation éponyme, reconnue d'utilité publique, et les employés sont actionnaires, la Fondation l'étant à titre très majoritaire (86,3 %).

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

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

### Une fondation humanitaire, actionnaire majoritaire

La Fondation Pierre Fabre est engagée sur le terrain pour améliorer l'accès aux médicaments et aux soins de qualité dans les pays du Sud. Elle se concentre sur cinq axes prioritaires : la formation des professionnels du médicament, l'accès aux soins des populations les plus vulnérables, la lutte contre la drépanocytose, la lutte contre l'albinisme, et la e-santé.

### Les salariés, copropriétaires de l'entreprise

Les salariés, en tant que seconds actionnaires des Laboratoires Pierre Fabre, détiennent 9,8 % du capital grâce à un plan d'actionnariat salarié baptisé Ruscus. Ce plan, lancé en France en 2005 et étendu à quatorze autres pays, permet aux salariés de participer au développement de l'entreprise et de bénéficier de sa croissance. 81 % des collaborateurs éligibles sont actionnaires, témoignant ainsi de leur confiance dans la stratégie et la réussite des Laboratoires Pierre Fabre. Cet actionnariat salarié favorise un juste partage de la valeur créée par le travail de chacun et souligne la volonté des salariés de le préserver.

Présidée par Pierre-Yves Revol, la Fondation Pierre Fabre est administrée par un Conseil d'administration qui définit ses grandes orientations, valide ses projets stratégiques et veille à sa bonne gestion. Son Comité Scientifique est consulté sur le programme d'action proposé par la directrice de la Fondation, qui assure avec son équipe la mise en place, la coordination et le suivi des programmes. ●

**PIERRE-YVES REVOL**
Président de la Fondation Pierre Fabre.

**« Nous veillons à ce que les actions de la Fondation puissent être pérennes et consolidées grâce à l'implication de nos partenaires locaux. »**

# Notre modèle de création de valeur

## Notre Feuille de route
### Conquête 2025

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

## Nos marques

**Dermo-cosmétique :**
Eau Thermale Avène, Ducray, Klorane, A-Derma, René Furterer, Darrow, Dexeryl, Même

**Bucco-dentaire :**
Elgydium, Arthrodont, Eludril, Inava

## Nos aires thérapeutiques

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

## Notre approche globale de la santé

Prévenir – Traiter – Accompagner les pathologies et leurs effets secondaires

## Notre mission

**Innover sans relâche pour prendre soin.**

## Notre raison d'être

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

## Notre finalité

**Contribuer au bien commun**

Les dividendes versés par l'entreprise bénéficient à la Fondation Pierre Fabre, une fondation humanitaire qui œuvre pour l'accès à la santé dans les pays du Sud.

## Une entreprise mondiale

- **2e** acteur dermo-cosmétique mondial.
- **70 %** du CA global réalisé à l'international.
- **88 %** du CA en oncologie réalisé à l'international.
- **43** filiales implantées sur les 5 continents.
- Des produits distribués dans **120 pays**.

## Ressources financières

- CA 2024 : **3,1 Mds €** (**+9,5 %** vs 2023 à taux de change constants).
- Résultat opérationnel : **278 M€**
- **100 %** des bénéfices réinvestis dans l'entreprise*
- **119 M€** financés sur fonds propres pour l'acquisition de nouvelles molécules

*Hors dividendes versés à la Fondation Pierre Fabre

*Découvrez notre raison d'être en vidéo.*

# Investir

**CHIFFRES 2024**

## Investir dans l'innovation

- **520** collaborateurs employés en R&D.
- Budget R&D 2024 : **219 M€**.
- **58 %** dédiés à la lutte contre le cancer.
- **36 %** consacrés à la santé de la peau.
- **+ de 2 800** brevets ou demandes de brevets déposés ; 24 nouvelles demandes déposées en 2024.
- **5** centres de R&D dont 2 à l'international (Chine, Brésil).

## Investir en France dans la production

- **87 %** de nos produits fabriqués en France par **2 000** collaborateurs sur **6** sites industriels.
- Relocalisation de **2** actifs majeurs en oncologie à Gaillac (investissement soutenu par France Relance 2030).
- **98 %** de nos revenus sans dépendance exclusive à une source d'approvisionnement située en Asie.
- **250 M€** d'investissements industriels planifiés sur la période 2023-2027.

## Investir dans la formation

- **5 900** collaborateurs ont suivi au moins une formation en France.
- **130 000** heures de formation dispensées en France.
- **10 000** modules disponibles en e-learning dans plus de 30 langues.
- **325** alternants, **191** stagiaires accueillis en France.
- Plus de **3 000** collaborateurs ont participé en 2024 à la semaine de la sécurité au travail.

# Créer et partager la valeur

**CHIFFRES 2024**

## Progrès thérapeutique

- **8** essais cliniques en cours dans 20 pays.
- **36** pays impliqués dans au moins une étude clinique.
- **39** études de Real World Evidence (en vie réelle).
- **48** centres spécialisés et **7** associations de patients soutenus par la Pierre Fabre Eczéma Foundation.
- **50 000** patients inclus dans l'étude mondiale ALL sur les pathologies dermatologiques.
- **Lauréat du prix Eurodis** 2024 avec la fondation EspeRare, dans la catégorie "Maladies Rares" pour l'étude Edelife qui étudie ce qui pourrait être le premier traitement prénatal de la dysplasie ectodermique hypohidrotique liée à l'X (XLHED).

## Connaissance médicale

- **88** publications dans des revues scientifiques internationales.
- **+ 200** symposiums et réunions d'experts organisés à travers le monde.
- **27 600** professionnels de santé inscrits sur Dermaweb, 1re plateforme internationale d'informations et d'échanges professionnels en dermatologie.
- **4 700** pharmaciens connectés au site d'information OncoGuide.com pour la prise en charge de leurs patients atteints par le cancer.
- **5 100** demandes d'information médicale traitées par nos équipes.

## Bien-être des collaborateurs

- Score d'engagement de 74 en progression de **1 point** par rapport à 2023 (enquête Glint).
- Désignés parmi les **"World's Best Employers"** par le magazine *Forbes* pour la 4e année consécutive.
- Taux de Fréquence d'accident avec arrêt de travail (TFI) : **3,84**.
- **1 500** collaborateurs engagés dans un projet social ou environnemental avec le soutien de l'entreprise.

## Performance environnementale

- Co-création du Consortium du **Green Impact Index** pour l'affichage de l'impact socio-environnemental des produits*.
- Baisse de **25 %** des émissions de gaz à effet de serre de scopes 1 et 2 (vs 2015).
- Baisse de **25 %** de la consommation énergétique en France** (vs 2015).
- Baisse de **37 %** de la consommation d'eau en France** (vs 2018).
- Politique RSE évaluée au niveau **"Exemplaire"** par AFNOR Certification***.
- **174** hectares cultivés en agriculture biologique dans le Tarn.
- **393 133** arbres plantés en 2024.

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

## Solidarité territoriale

- **42** associations mécénées en Occitanie et **486** structures bénéficiaires de dons de produits.
- Plus de **20 000** produits offerts aux étudiants d'Occitanie.
- Membre fondateur du Cœur des Entreprises, fonds de dotation de **15** entreprises engagées contre la précarité en région toulousaine.
- **1er** partenaire des clubs de rugby professionnels et amateurs de Castres et Lavaur.
- **11** jeunes sportifs tarnais et toulousains de haut niveau accompagnés dans leur préparation aux compétitions internationales.

## Fondation Pierre Fabre

- **20 M€** de dépenses engagées en 2024, dont 54 % en Afrique et 26 % au Moyen-Orient.
- **35 programmes** d'accès à la santé en cours dans 21 pays.
- **86 bourses** de formation financées en 2024, en Afrique et en Asie.

# Panorama de nos solutions

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

*Une avancée thérapeutique dans le syndrome de l'hyperactivité vésicale*

## PRENDRE SOIN DES PATIENTS TOUCHÉS PAR LE CANCER

**Engagés en oncologie depuis plus de 40 ans, les Laboratoires Pierre Fabre contribuent à améliorer la prise en charge des patients pour lesquels subsistent d'importants besoins thérapeutiques non satisfaits.**

Ainsi, en août 2024, les Laboratoires Pierre Fabre ont obtenu l'approbation de la Commission européenne pour Braftovi® (encorafenib) en association avec Mektovi® (binimetinib). Cette approbation européenne se fonde sur les résultats de l'étude de phase II PHAROS, qui a montré un bénéfice clinique significatif pour les patients atteints d'un cancer du poumon non à petites cellules (CPNPC) avancé porteur d'une mutation spécifique.

## TRAITER LES MALADIES CHRONIQUES

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

En juin 2024, la Commission européenne (CE) a autorisé la mise sur le marché d'un nouveau médicament dans le traitement symptomatique du syndrome d'hyperactivité vésicale chez l'adulte, une pathologie particulièrement invalidante qui touche plus de 70 millions de patients en Europe.

Cette avancée va permettre aux patients européens de bénéficier d'une nouvelle optionthérapeutique dans le syndrome de l'hyperactivité vésicale et vient consolider l'expertise de plus de 40 ans des Laboratoires Pierre Fabre en urologie. Ce lancement confirme la volonté de l'entreprise de proposer aux patients des thérapies innovantes permettant une amélioration de leur qualité de vie.

## TRAITER LES MALADIES DE PEAU

**Experts en dermatologie médicale, les Laboratoires Pierre Fabre développent de nombreuses solutions pour le traitement des pathologies cutanées.**

Il en est ainsi de la kératose actinique, une pathologie prise en charge par notre traitement topique Tolak (4 % 5-fluorouracile) depuis 5 ans et dont l'expansion en Europe s'est poursuivie en 2024 avec le Royaume-Uni et le Portugal.

Autre solution innovante, le lait riche nourrissant Dexeryl Essentiel présente la texture veloutée et fluide d'un lait, combinée au pouvoir hautement nutritif d'un baume. Cette prouesse galénique hydrate intensément et nourrit durablement pendant 24h. Dès le 1er jour d'utilisation, les sensations de tiraillement et d'irritation sont apaisées.

*En savoir plus sur la kératose actinique.*

## TRAITER LES MAUX DU QUOTIDIEN

**Maux de gorge, infections urinaires, règles douloureuses, les Laboratoires Pierre Fabre déploient une large gamme de traitements de santé familiale disponible en pharmacie.**

Un exemple : les gommes Liberill, une gamme de trois compléments alimentaires en réponse aux maux de gorge qui affectent chaque hiver 1 Français sur 2.

Ces compléments alimentaires sont formulés avec des ingrédients d'origine naturelle, dont l'extrait de racine de guimauve, qui apporte un effet apaisant et soulage en cas d'irritation de la gorge, du pharynx et des cordes vocales, et l'extrait d'Erysimum, qui contribue à adoucir et apaiser la gorge. Ils contiennent aussi une huile essentielle de pin sylvestre, qui dégage le nez et aide à respirer plus librement.

## PRENDRE SOIN DE LA PEAU, DU CHEVEU ET DE LA SPHÈRE BUCCO-DENTAIRE

**Déterminés à mettre sur le marché des solutions innovantes et efficaces, les Laboratoires Pierre Fabre conçoivent et développent leurs produits dermo-cosmétiques et d'hygiène bucco-dentaire, en collaboration avec des professionnels de santé.**

Quatre exemples ont démontré en 2024 cette volonté d'excellence.

**1. Klorane : le Figuier de Barbarie,** plante médicinale originaire du Mexique, a été sélectionné pour ses propriétés hydratantes exceptionnelles. Riche en éléments hydro-fixateurs, son extrait retient l'eau au cœur de la fibre capillaire, permettant d'hydrater et de redonner brillance aux cheveux ternes.

**2. Avène : Comedomed peeling crème intensive poussée de boutons** est la première crème peeling sans rinçage, grâce à une combinaison d'actifs brevetés qui permet de réduire les boutons dès le premier jour d'application.

**3. René Furterer : le Capilliscope Dermosmart+** est un nouvel outil de diagnostic capillaire augmenté par l'intelligence artificielle. Cet appareil intègre des technologies de pointe pour offrir un diagnostic capillaire précis et personnalisé. Et ce, pour des soins adaptés aux besoins spécifiques de chaque client.

**4. Ducray : le leader des antipelliculaires** propose la première génération de shampooings antipelliculaires qui mime l'action des probiotiques, pour traiter les pellicules les plus tenaces sans récidives. Cette technologie mise au point par nos chercheurs permet d'éliminer 100 % des pellicules dès le premier shampooing, tout en rétablissant durablement un cuir chevelu sain.

**5. Pierre Fabre Oral Care : le dentifrice Elgydium protection caries est un véritable bouclier protecteur.** Sa nouvelle formule bénéficie d'un nouveau complexe, le Fluorinol protect plus. Cette combinaison d'actifs brevetée permet de fixer jusqu'à 10 fois plus de fluor pour reminéraliser l'email et empêche l'adhésion des bactéries. Cette innovation est intégrée progressivement aux nouvelles formules des dentifrices Elgydium. ●

1.

2.

3.

4.

5.

# Aller plus loin

**Ren Zhuoqiong, Medical Affairs Manager, Medical Care Chine**
**Li Jiaoyu, Product Manager, Medical Care Chine**
Zhuoqiong et Jiaoyu développent des programmes de formation à nos traitements auprès des oncologues chinois.

## Portés par nos innovations en oncologie et en dermo-cosmétique, nous poursuivons notre expansion internationale au service des patients.

**+32%**

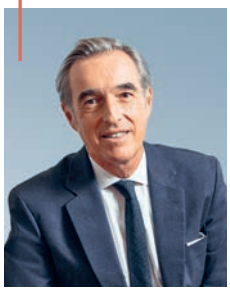
**Progression en 2024 des prescriptions de notre thérapie ciblée commercialisée en Chine.**

# Plan Conquête 2025 : notre collectif en action

**Interview croisée de Éric Ducournau et Roch Doliveux.**

Depuis 2 ans, l'entreprise vit au rythme du plan Conquête 2025 dont les maîtres-mots sont innovation thérapeutique et excellence opérationnelle. Retour sur les progrès réalisés en 2024.

**Éric Ducournau**
Directeur Général



**Roch Doliveux**
Président du Conseil d'administration

### Quel bilan tirez-vous de l'année 2024 ?

**R.D.** – En deux mots, nous accélérons : alors que notre plan de transformation avait généré 300 M€ de revenus additionnels entre 2019 et 2022, le plan Conquête 2025 qui s'achèvera à la fin de l'année 2025 devrait en générer le double.

**E.D.** – En 2024, nous avons franchi le cap symbolique des 3 Mds d'euros de revenus. À taux de change constant, notre croissance s'est établie à 9,5 %. C'est la plus forte hausse enregistrée par l'entreprise au cours des 10 dernières années. La part de l'international ne cesse de croître d'année en année. Elle représente désormais 70 % de nos revenus, et notre objectif est de la porter à 80 % d'ici 4 ans.

### Face aux actuelles tensions géopolitiques et commerciales, quels sont les atouts de l'entreprise ?

**E.D.** – Notre premier atout repose sur la diversification de nos activités réparties entre le médicament et la dermo-cosmétique. Cela nous permet d'atténuer les risques et de mieux amortir les chocs répétés dans un monde devenu totalement imprévisible. Notre second atout, c'est l'innovation thérapeutique. Depuis 3 ans, nous avons réorienté notre R&D médicale sur les thérapies ciblées en oncologie, et nous avons accéléré en 2024 : nos équipes de recherche se sont étoffées, et les études cliniques en cours ont atteint la plus importante volumétrie de l'histoire de l'entreprise.

**R.D.** – Cette excellence scientifique et médicale rejaillit sur la dermo-cosmétique, dont les équipes de recherche sont basées au centre d'innovation Pierre Fabre à l'Oncopole de Toulouse, sous le même toit que leurs collègues du médicament. Et j'ajouterai un troisième atout : la solidité financière de l'entreprise, qui lui permet de préserver sa capacité d'investissement. En 2024, nous avons investi près de 120 M€ afin de renforcer notre pipeline de nouvelles molécules.

### Comment parvenez-vous à gagner des parts de marché en dermo-cosmétique face à une concurrence de plus en plus forte ?

**R.D.** – Nous voyons cette concurrence comme une chance. Elle contribue à dynamiser le segment dermo-cosmétique, dont la croissance est deux fois plus rapide depuis la crise du COVID que celle du marché cosmétique global. Elle impose aussi à nos marques de se différencier ●●●

●●● en accentuant leur ancrage thérapeutique, d'être plus innovantes et de se rendre plus visibles des consommateurs.

**E.D.** – En 2024, nous avons présenté 38 nouvelles études cliniques aux dermatologues, porté à 94 le nombre de lancements en dermo-cosmétique contre 59 en 2023, et renforcé nos dépenses média de 40 %. Cette accélération 360° nous a permis de surperformer le marché dans la plupart des régions où nous opérons, notamment en Europe, en Chine, au Mexique et aux États-Unis. Eau Thermale Avène, notre principale marque, a confirmé son leadership en France et renforcé sa part de marché de près de 10 % en Europe. En Chine, après une année 2023 particulièrement difficile, nous avons retrouvé le chemin de la croissance en adaptant notre business model.

### Et dans le médicament ?

**R.D.** – Nous avons réalisé une croissance de 11,9 % à taux de change constant, portée par l'oncologie d'innovation qui a crû de 15,5 %. Nos thérapies ciblées ont renforcé leur position de leader en Europe dans la prise en charge des mélanomes et des cancers colorectaux présentant une mutation BRAF, et leur commercialisation a débuté dans le cancer du poumon. Une autre thérapie ciblée poursuit son développement en Chine comme adjuvant dans le cancer du sein.

**E.D.** – Et Ebvallo®, une thérapie cellulaire allogénique qui s'adresse aux patients atteints d'un lymphome rare, a reçu le Prix Galien International pour son innovation thérapeutique. Sa commercialisation a débuté en Europe où près de 70 patients, jusqu'ici sans option thérapeutique, l'ont reçue en 2024. Nous travaillons actuellement à son lancement aux États-Unis, le premier marché mondial en oncologie, dont nous étions absents jusqu'alors.

### Qu'attendez-vous de l'intelligence artificielle (IA) ?

**E.D.** – L'IA va favoriser l'innovation en accélérant la découverte de nouvelles molécules et de nouveaux actifs et en optimisant le design des essais cliniques. Elle est d'ores et déjà un outil au service de nos équipes de recherche, et Pierre Fabre sera en 2025 une des premières compagnies à utiliser l'IA dans des bras cliniques. Pour l'usage quotidien des collaborateurs, nous avons mis en place PLA.I.GROUND, une plateforme interne et entièrement sécurisée d'IA générative. Elle a enregistré plus de 100 000 requêtes en 2024, et déjà un collaborateur sur deux l'utilise régulièrement. L'IA va aussi nous aider à mieux anticiper les besoins de nos clients et des prescripteurs de nos produits pour leur proposer des solutions sur mesure.

**R.D.** – L'objectif est d'apporter plus rapidement des innovations thérapeutiques aux patients, tout en limitant les risques d'attrition au cours du cycle de développement et en réduisant les coûts de développement. Mais ne nous y trompons pas, au-delà de la R&D, l'IA est un changement de paradigme qui concerne tous les métiers de l'entreprise sans exception. ●

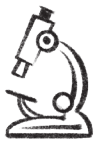
**3 Mds €**

**Le cap franchi par notre chiffre d'affaires en 2024.**

**« Depuis 3 ans, nous avons réorienté notre R&D médicale sur les thérapies ciblées en oncologie et nous avons accéléré en 2024. »**

## CONQUÊTE 2025

**Conquête 2025 est le nom donné à notre plan stratégique 2023-2025. Il s'articule autour de 5 piliers :**



**1.** Mettre l'innovation au service des patients et des consommateurs

**2.** Affirmer notre crédibilité scientifique et médicale dans les domaines du cancer et des pathologies cutanées

**3.** Préserver nos écosystèmes en poursuivant le déploiement de Green Mission Pierre Fabre

**4.** Optimiser notre excellence opérationnelle pour mieux servir nos clients

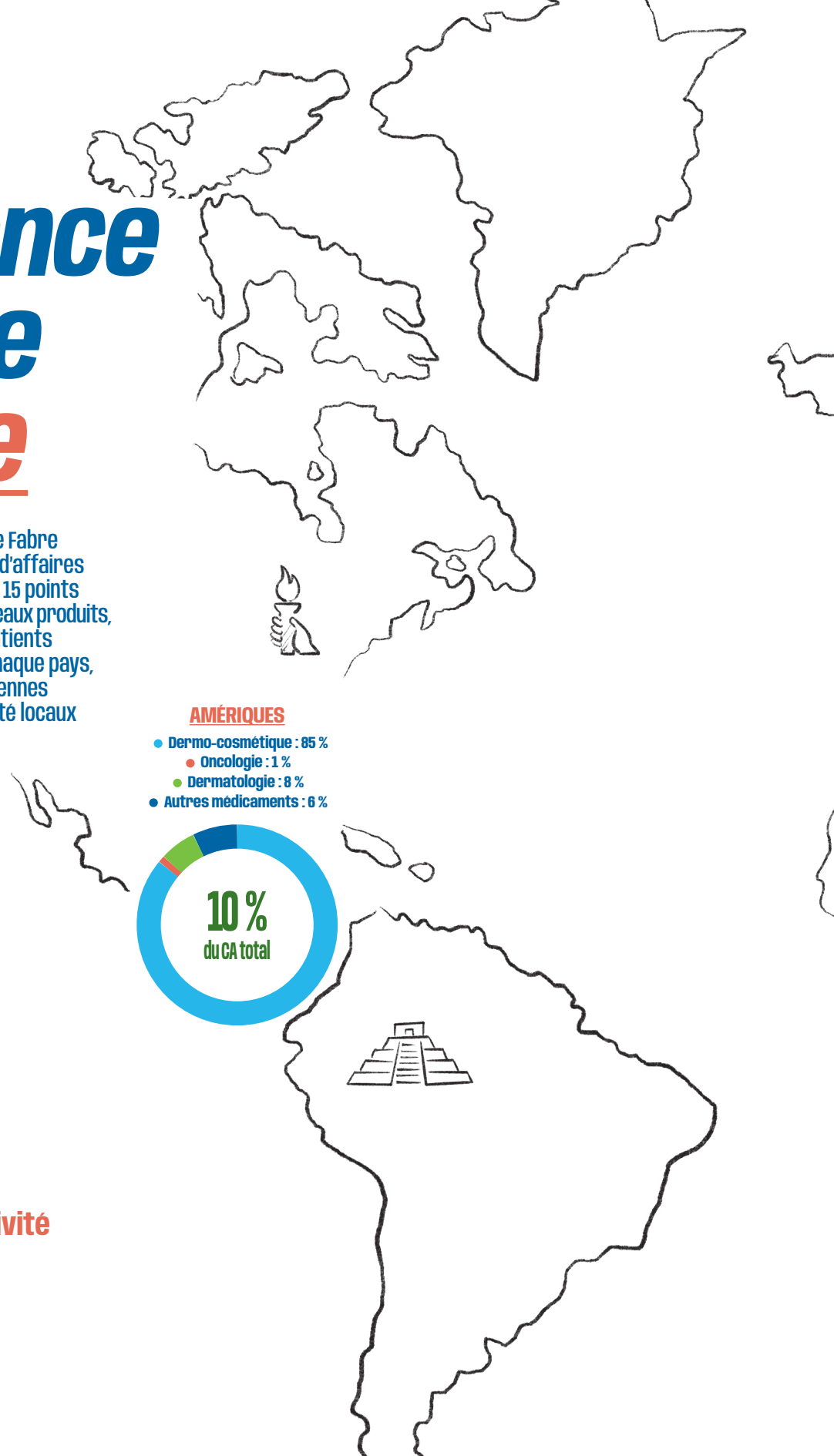
**5.** Construire un futur collectif autour d'un projet économique et humaniste

« L'IA est un changement de paradigme qui concerne tous les métiers de l'entreprise sans exception. »

*Nos équipes de recherche et développement sont rassemblées sur le campus de l'Oncopole de Toulouse.*

# Notre présence dans le monde

En 2024, les Laboratoires Pierre Fabre ont réalisé 70 % de leur chiffre d'affaires à l'international, une hausse de 15 points en dix ans. Le lancement de nouveaux produits, l'adaptation aux besoins des patients et des consommateurs dans chaque pays, ainsi que des partenariats pérennes avec les professionnels de santé locaux expliquent cette dynamique.

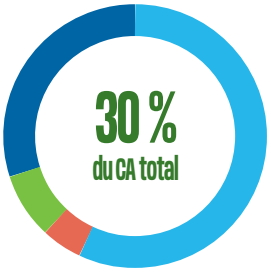



## Répartition du chiffre d'affaires par région et par activité

- Dermo-cosmétique
- Oncologie
- Dermatologie
- Autres médicaments

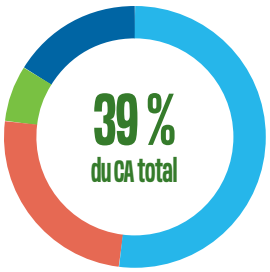
# « Notre croissance s'est beaucoup accélérée à l'international, mais il nous reste un important potentiel à saisir dans le futur. »

**FERNANDO JUNOY**
Directeur international



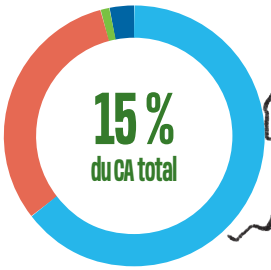

## FRANCE

- Dermo-cosmétique : 57 %
- Oncologie : 6 %
- Dermatologie : 9 %
- Autres médicaments : 28 %




## EUROPE (HORS FRANCE)

- Dermo-cosmétique : 52 %
- Oncologie : 26 %
- Dermatologie : 7 %
- Autres médicaments : 15 %

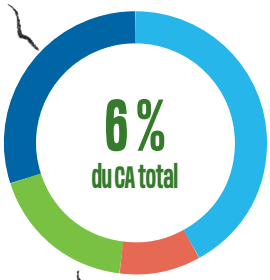



## ASIE, PACIFIQUE

- Dermo-cosmétique : 63 %
- Oncologie : 33 %
- Dermatologie : 1 %
- Autres médicaments : 3 %

## AFRIQUE, MOYEN-ORIENT, TURQUIE

- Dermo-cosmétique : 46 %
- Oncologie : 11 %
- Dermatologie : 15 %
- Autres médicaments : 28 %



# Panorama des faits marquants 2024

## JANVIER

### Lancement de Dermato-Expert

Lancée avec la start-up française Rofim, DermatoExpert est une solution de télé-expertise destinée à l'officine. Elle permet au pharmacien de transmettre à un dermatologue le dossier d'un patient et des photos de sa pathologie, pour obtenir rapidement un avis médical.

## FÉVRIER

### Première étude épidémiologique mondiale sur l'acné

Parue dans le prestigieux *Journal de l'American Academy of Dermatology* (JAAD), cette étude offre un nouvel éclairage sur la prévalence de l'acné et son impact sur la qualité de vie des patients dans le monde entier.

## MARS

### Acquisition d'une nouvelle thérapie ciblée en oncologie

La biotech Kinnate BioPharma cède aux Laboratoires Pierre Fabre les droits mondiaux sur l'exarafenib, une thérapie ciblée expérimentale destinée aux patients atteints de tumeurs solides présentant des mutations de type pan-RAF.

## AVRIL

### Congrès de l'Association Européenne d'Urologie

Cet événement a réuni 11 000 spécialistes de l'urologie à Paris. Les équipes médicales de Pierre Fabre ont présenté un nouveau traitement symptomatique du syndrome d'hyperactivité vésicale chez l'adulte. Une pathologie invalidante qui touche plus de 70 millions de patients en Europe.

## MAI

### Label du Numérique Responsable

Les Laboratoires Pierre Fabre obtiennent le plus haut niveau du label Numérique Responsable pour leurs engagements en faveur d'un numérique plus respectueux de l'environnement et plus solidaire. Ce label est proposé par l'Institut du Numérique Responsable (INR) en partenariat avec le ministère de la Transition écologique et solidaire, l'ADEME et France IT.

## JUIN

### Attribution du Prix Galien International à Ebvallo®

Ebvallo® est indiqué en monothérapie pour le traitement de patients atteints d'une maladie lymphoproliférative rare. Il a été distingué par le prestigieux jury du Prix Galien dans la catégorie "Meilleur produit pour une maladie rare".

*Découvrez la campagne Little Big Dreams réalisée pour rappeler que "Chez Pierre Fabre, on encouragera toujours les rêves les plus fous".*

**JUILLET**

## Partenariat avec l'IHU HealthAge de Toulouse

Le partenariat d'une durée de 5 ans porte sur l'identification des mécanismes biologiques à l'origine du vieillissement cutané et sur sa prise en charge. Pierre Fabre prolonge ainsi son soutien au CHU de Toulouse et aux équipes du Pr. Bruno Vellas, fondateur de l'Institut Hospitalo-Universitaire (IHU) HealthAge.

**AOÛT**

## La Spor'Team Pierre Fabre à l'honneur

5 des 11 athlètes de la Spor'Team Pierre Fabre ont été sélectionnés par leur fédération pour représenter la France en athlétisme et beach-volley.

**SEPTEMBRE**

## Reconnus parmi les World's Best Companies

Les Laboratoires Pierre Fabre figurent dans le premier classement des World's Best Companies publié par le magazine américain *Time* en partenariat avec l'institut Statista. Le classement est fondé sur 3 critères : satisfaction des salariés, croissance du chiffre d'affaires et développement durable.

**OCTOBRE**

## Démarrage d'un essai clinique dans le cancer du poumon

Cet essai de phase I/II porte sur une thérapie ciblée développée conjointement par Pierre Fabre et Scorpion Therapeutics. Il s'adresse à des patients atteints d'un cancer du poumon non à petites cellules (CPNPC) localement avancé ou métastatique présentant des mutations EGFR.

**NOVEMBRE**

## Création du prix Gustave Roussy

Les Laboratoires Pierre Fabre sont mécènes fondateurs d'un prix international créé par l'Institut Gustave Roussy à l'approche du centenaire de sa fondation. Il récompensera chaque année un chercheur d'exception dans le domaine du cancer.

**DÉCEMBRE**

## Concours d'éloquence "Le Grand Oral des Dermatos"

Organisé à l'occasion des "Journées Dermatologiques de Paris" (JDP) en partenariat avec l'association des Futurs Dermatologues Vénérologues de France (FDVF), ce concours a reçu le soutien des marques Eau Thermale Avène, Ducray et A-Derma.

# Résultats financiers 2024

**Le chiffre d'affaires a atteint 3 072 M€, en progression de 9,5 % à taux de change constant par rapport à 2023. Notre résultat opérationnel s'est établi à 278 M€, en léger recul par rapport à 2023. À périmètre constant, ce résultat a progressé de 20,8 %. Le résultat net est resté stable à 189 M€.**

« Le cash-flow généré par notre activité nous permet de réaliser les investissements d'innovation nécessaires à la poursuite de sa croissance. »

## Une présence internationale en constante progression

Nos filiales basées en Chine, Allemagne, Espagne et Italie ont représenté un revenu cumulé supérieur à 825 M€. Nos 5 territoires prioritaires d'expansion — États-Unis, Mexique, Brésil, Benelux, Pologne — ont délivré une croissance moyenne de 7,2 % et se sont rapprochés de l'objectif des 500 M€ de revenus cumulés visés d'ici 2025.

## Une croissance bien répartie

### L'activité Dermo-cosmétique & Personal Care

a réalisé un chiffre d'affaires de 1 717 M€, soit 56 % des revenus totaux, et une croissance de 7,8 % à taux de change constants. À l'exception de René Furterer, toutes les marques ont accru leur chiffre d'affaires, en particulier Eau Thermale Avène (+10,7 %), Ducray (+9,5 %), Klorane (+8,7 %) et la franchise Oral Care (+6,4 %). Pour sa part, MÊME Cosmetics, entrée dans notre portefeuille en 2023, a progressé de 55 %.

### L'activité Medical Care a réalisé un chiffre d'affaires de 1 332 M€,

soit 43 % des revenus totaux, en progression de 11,9 % par rapport à 2023 à taux de change constants. L'activité a bénéficié de l'accélération de la franchise d'Oncologie Innovante (+15,7 %) et de la progression de la franchise Pharma Care (+8,8 %), dont le portefeuille en urologie et cancérologie reste très dynamique.

### La croissance de l'Oncologie Innovante est portée par nos 3 thérapies ciblées

dans la prise en charge de cancers présentant des mutations spécifiques (mélanome, cancer colorectal, cancer du poumon, cancer du sein). L'année 2024 fut également marquée par le lancement en Allemagne et au Royaume-Uni de la première immunothérapie allogénique à lymphocyte T indiquée pour la prise en charge d'une maladie lymphoproliférative rare.

## L'innovation comme moteur

Nos investissements d'innovation continuent à progresser. D'une part, notre budget de recherche et développement a crû de 15 % pour s'établir à 219 M€ (après une progression de 12 % en 2023). D'autre part, nous avons conclu plusieurs partenariats ou acquisitions pour un montant d'investissements de 119 M€.

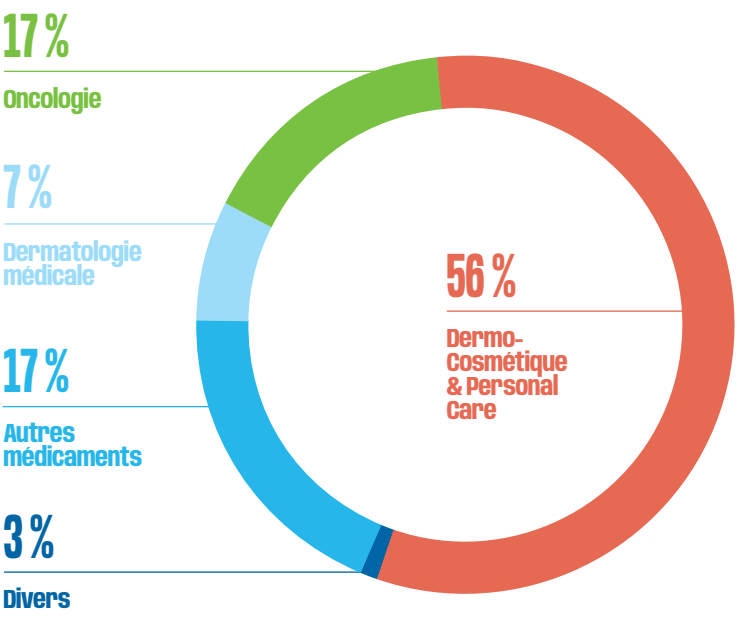
### Acquisition en février 2024 de l'exarafenib

auprès de Kinnate Biopharma, une société de biotechnologie spécialisée dans les inhibiteurs de kinase. Exarafenib est une thérapie ciblée de nouvelle génération qui s'adresse à des patients atteints de mutations spécifiques du mélanome. Depuis son acquisition, elle poursuit son développement en vue du démarrage d'un essai clinique à la fin de l'année 2025.

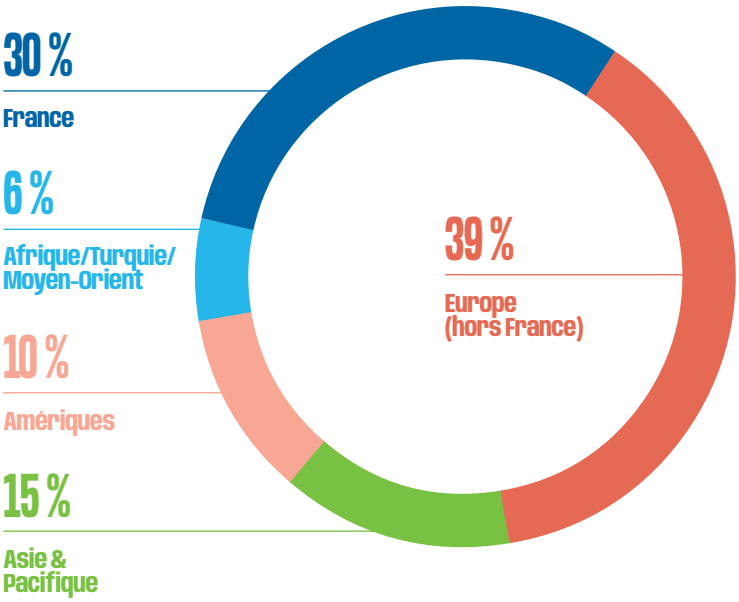
### Extension des droits de licence d'Ebvallo®

(tabelecleucel) à l'ensemble des territoires mondiaux. Le lancement de cette immunotherapie allogénique a débuté en Europe en 2023, et son enregistrement est en cours aux États-Unis.

## Répartition du CA par activité




## Répartition du CA par zone géographique




**+9,5 %**
Progression du CA en 2024.

**+20 %**
Croissance annuelle moyenne du CA en oncologie depuis 5 ans.

**+44 %**
Croissance du budget de R&D en oncologie entre 2022 et 2024.

# Innover sans relâche

**Céline Mias Vigouroux, Chargée de programme, R&D Dermo-Cosmétique & Personal Care**
**Céline enrichit notre portefeuille d'actifs innovants dans la prise en charge de l'acné et de la dermatite séborrhéique.**

D'année en année, nous renforçons les dépenses d'innovation consacrées à l'oncologie ciblée et aux soins dermo-cosmétiques.

**+37%**

**Progression des investissements de R&D dermo-cosmétique entre 2020 et 2024.**

# Oncologie : une approche de l'innovation fondée sur les partenariats

**Francesco Hofmann**
Directeur Recherche et Développement, Medical Care

**Interview de Francesco Hofmann.**

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

**7**

**Partenariats signés avec des entreprises de biotechnologie depuis 2023.**

### Pourquoi travailler avec des partenaires dans le domaine de l'oncologie ?

**F.H.** – La recherche et le développement de nouveaux traitements contre le cancer est un processus long, complexe et coûteux. Nous devons faire des choix stratégiques et veiller à allouer efficacement nos ressources. En recherchant des opportunités externes à ajouter à notre portefeuille et en collaborant avec des partenaires ayant une expertise complémentaire à la nôtre, nous bénéficions de compétences spécialisées qui seraient longues et onéreuses à développer en interne. De plus, cette approche fondée sur les partenariats favorise la diversité intellectuelle, car elle confronte nos équipes à un grand nombre de méthodes de travail et d'expériences. Rester informé est essentiel dans un domaine où la science évolue très rapidement.

Par ailleurs, notre forte présence en Europe et en Asie nous donne un avantage certain pour attirer des partenaires de premier ordre. Cela peut faire une grande différence, en particulier dans le domaine de la biotechnologie aux États-Unis, dans la mesure où nous savons gérer les procédures de régulation et de remboursement dans de très nombreux pays. Grâce à cette approche, nous savons que nous pourrons offrir plus rapidement de nouvelles options thérapeutiques aux patients.

### Quels types de partenariats privilégiez-vous ?

**F.H.** – Le processus d'innovation nécessite une approche à long terme. Ainsi, pour la découverte de ●●●

# « L'objectif que nous nous sommes fixé est d'amener 4 à 6 thérapies innovantes en phase clinique d'ici 2027. »

*Nous travaillons sur les petites molécules et les biothérapies.*

●●● nouvelles thérapies ciblées, nous nous appuyons en phase pré-clinique sur des expertises externes dans le domaine de "la fabrication de la molécule". Le partenariat conclu avec l'entreprise britannique Vernalis en est le parfait exemple, puisque Vernalis fournit les candidats médicaments et que nous gérons en interne la biologie de la maladie, la validation du concept et la translation clinique. En phase de développement clinique, nous mettons en place des partenariats de co-développement, comme nous l'avons fait avec l'entreprise de biotechnologie américaine Scorpion Therapeutics pour développer et commercialiser deux récepteurs du facteur de croissance épidermique (RFCE/EGFR) nouvelle génération. En 2024, nous avons démarré les essais cliniques de ces deux agents pour des sous-types de cancers du poumon. Enfin, certains partenariats peuvent conduire à une acquisition, comme cela a été le cas avec l'exarafenib, un inhibiteur pan-RAF expérimental acheté à Kinnate en février 2024; nous avons depuis intégré l'ensemble du processus d'innovation.

### Quels sont vos objectifs à l'heure actuelle ?

**F.H.** – Nos efforts en R&D sont guidés par des besoins médicaux non satisfaits dans des indications ciblées où la sélection des patients est bien définie, comme les sous-ensembles de tumeurs solides et l'onco-hématologie. Nous travaillons

**+26%**

*Augmentation de nos dépenses de R&D en oncologie en 2024.*

sur les petites molécules et les biothérapies. L'objectif que nous nous sommes fixé est d'amener 4 à 6 thérapies innovantes en phase clinique et 8 à 12 programmes de découverte d'ici 2027. Pour atteindre cet objectif ambitieux, nous avons considérablement renforcé nos équipes, et nous les avons toutes regroupées sur le campus de pointe de l'Oncopole de Toulouse. Nous sommes en passe d'atteindre nos objectifs, avec 4 agents actuellement testés chez l'homme et 6 programmes précliniques en cours.

### Qu'en est-il de votre Comité Scientifique ?

**F.H.** – Il est composé de 5 experts de renommée internationale, que nous rencontrons régulièrement afin d'obtenir leur avis collégial sur notre stratégie et nos projets de R&D.

En matière de soins médicaux, la R&D revient à faire des choix : le choix de la molécule, le choix de la forme galénique, le choix de l'élaboration du plan de développement, etc. C'est pourquoi il est précieux de recevoir des conseils extérieurs concernant toutes les options à notre disposition. Nos équipes de recherche profitent grandement de ces discussions, et nos décisions s'appuient ainsi sur des bases plus solides. ●

*Découvrez notre pipeline de molécules en développement.*

**12**

*Notre objectif de programmes de découverte d'ici 2027.*

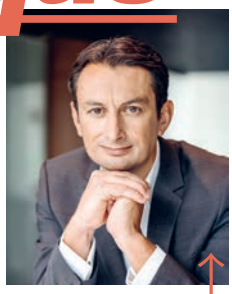
**« Nous rencontrons régulièrement notre Comité Scientifique, composé de 5 experts de renommée internationale, afin d'obtenir leur avis sur notre stratégie et nos projets de R&D. »**

*Tous nos chercheurs en oncologie sont basés à l'Oncopole de Toulouse.*

# Inventer une dermo-cosmétique thérapeutique

**Interview de Frédéric Ennabli.**

Forts de leur ancrage médical sans équivalent dans l'industrie cosmétique, les Laboratoires Pierre Fabre renouvellent les fondamentaux de la dermo-cosmétique en inventant une dermo-cosmétique thérapeutique qui change la vie.



**Frédéric Ennabli**
Directeur Général Pierre Fabre Dermo-Cosmétique

**Quelle est votre vision pour la dermo-cosmétique des Laboratoires Pierre Fabre ?**

**F.E. –** Partout dans le monde, le consommateur est de plus en plus attaché à la santé de sa peau, et, de ce fait, recherche une efficacité supérieure. On peut parler de quête.

Cette tendance de fond est une opportunité immense pour nous. Nous venons du médicament. Cela nous permet de mieux comprendre les pathologies de peau et les voies d'action. Afin de développer des réponses supérieures.

Il convient ici de rappeler qu'un tiers des patients touchés par une maladie de peau souffrent d'un syndrome dépressif associé, voire d'une dépression avérée. Il s'agit donc de pouvoir traiter la peau, mais aussi d'aider les patients à surmonter les aspects psychologiques et sociaux liés à leurs affections cutanées.

C'est dans ce contexte que nous visons à inventer une dermo-cosmétique thérapeutique, une dermo-cosmétique qui vienne libérer des pathologies et qui change la vie. Cette vision est très fidèle à l'idée originelle de la dermo-cosmétique inventée et forgée par Pierre Fabre depuis les années 1970. Pour ne citer qu'un exemple, A-Derma Exomega a été une révolution en 1994 en lançant le premier soin enrichi en Oméga-6 pour apaiser et renforcer la barrière cutanée des peaux atopiques.

Cette dermo-cosmétique thérapeutique correspond donc à la fois à qui nous sommes, à ce que nous pouvons mieux faire que nos concurrents, et à un besoin intense du consommateur. Nous voulons être le champion de cette cosmétique médicale.

**De quelle manière concrétisez-vous cette vision d'une dermo-cosmétique thérapeutique ?**

**F.E. –** Au sein de nos marques, nous déployons une stratégie dite des "piliers". Elle consiste à nous concentrer sur nos franchises les plus médicales et les plus intéressantes, et à les renforcer dans le temps, afin de bâtir des piliers solides, qui servent de référence pour le consommateur et pour le professionnel de santé.

Pour ce faire, nous alimentons ces franchises prioritaires par des innovations produits à forte valeur médicale. En 2024, on peut citer par exemple le lancement d'Avène Cleanance Comedomed Peeling : le premier peeling avec un trio d'actifs dermatologiques – Comedoclastin™ (breveté Pierre Fabre), Rétinaldéhyde et Acide Glycolique – qui réduit le volume des boutons dès le premier jour.

L'étape suivante est de présenter ce savoir-faire en allant à la rencontre du consommateur. Le savoir-faire Pierre Fabre, nos expertises – notamment en biologie, pharmacologie, biotechnologies, galéniques – qui irriguent littéralement nos produits, doit être davantage visible.

Ainsi, à côté du lien entre Pierre Fabre et le professionnel de santé, qui est plus que jamais au cœur de notre modèle, un invariant, nous mettons en avant ces innovations auprès du consommateur, tout particulièrement via le digital.

*Le shampooing traitant Kelual DS associe Ciclopirox Olamine et Piroctone Olamine pour éliminer les états pelliculaires sévères et apaiser les démangeaisons.*

**+10%**
**Croissance d'Eau Thermale Avène et Ducray en Europe.**

**+22%**
**Croissance d'Eau Thermale Avène en Chine.**

Des innovations produits à valeur ajoutée, concentrées sur nos franchises médicales, présentées à la fois au prescripteur et au consommateur, c'est en synthèse le modèle que nous déployons.

Et nous préparons des solutions pour aller encore plus loin, en développant des innovations dermo-cosmétiques qui peuvent étendre et amplifier l'action du médicament, retarder la prise, voire venir en alternative de traitements médicamenteux. Comme ce seront des dermo-cosmétiques, ils pourront être utilisés dans la durée, contrairement à un traitement médicamenteux. Pour améliorer durablement la vie des gens. Pour peut-être faire des Laboratoires Pierre Fabre l'entreprise de dermo-cosmétique la plus pointue au monde.

### La mise en œuvre de cette vision porte-t-elle ses fruits ?

**F.E.** – Dans notre métier qui est un métier d'innovation, être compétitif est un défi qui se renouvelle chaque jour. Il faut donc être très vigilant et constamment s'interroger.

Mais la tendance de nos résultats est positive. Malgré une très forte intensité concurrentielle, l'arrivée de nouvelles marques sur le marché, l'efficacité de plusieurs compétiteurs, nous avons gagné de la part de marché en Europe, notre marché historique, en 2024. Nous l'avons fait de façon organique, c'est-à-dire avec nos marques et franchises existantes, ce qui est la croissance la plus saine. Ducray, Avène, Klorane soin du cheveu ont tous réalisé une croissance à deux chiffres. Nous l'avons fait tout en améliorant notre rentabilité, contribution essentielle pour la santé de l'entreprise et pour la Fondation Pierre Fabre.

Une nouvelle fois, il s'agit en 2025 et au-delà de confirmer que nous pouvons être durablement compétitifs. C'est notre challenge collectif. C'est le talent et l'engagement de chacun qui fera la différence, notamment en inventant chaque jour et à tous les niveaux des solutions nouvelles et efficaces. ●

**« Nous voulons être le champion de cette cosmétique médicale. »**

*La crème Cleanance Comedomed Peeling d'Avène réduit dès le 1er jour le volume et la rougeur des boutons.*

# Innovation dermo-cosmétique : une vision médicalisée du soin

*Les Laboratoires Pierre Fabre réalisent des tests approfondis de leurs produits pour prouver leur efficacité et leur tolérance.*

**Notre R&D en dermo-cosmétique s'appuie sur une expertise scientifique de pointe et s'inspire des avancées thérapeutiques et de l'exploitation des connaissances des voies d'action du médicament, pour proposer des soins dermo-cosmétiques innovants.**

**Forts de leur ancrage médical historique, les Laboratoires Pierre Fabre ont pour ambition d'apporter des solutions adaptées à tous les besoins dermatologiques.**

**Ainsi, les soins de la peau, des cheveux et de la sphère bucco-dentaire** requièrent chez Pierre Fabre le même niveau d'exigence que les médicaments. Cela se traduit donc par une méthodologie rigoureuse, notamment dans l'évaluation clinique des produits. Nos chercheurs réalisent des tests approfondis pour prouver leur efficacité et leur tolérance.

**Par exemple, pour la dermatite atopique,** les Laboratoires Pierre Fabre se sont inspirés des thérapies de pointe prescrites par les médecins et des nouvelles voies d'action qui ciblent les molécules responsables du grattage nocturne. Pour développer la crème Exomega nuit d'A-Derma, un nouvel actif innovant d'Helichrysum a été développé par nos chercheurs et associé à l'emblématique Avoine RHEALBA® d'A-Derma. Riche en flavonoïdes, l'Helichrysum agit de manière inédite sur l'immunité, ciblant les voies pharmacologiques utilisées dans les traitements de la dermatite atopique. Il intervient au niveau de la voie de signalisation JAK/STAT, empêchant notamment la cytokine IL-31, liée aux démangeaisons, d'induire ses effets. Ce produit vise à restaurer la barrière cutanée et à apaiser les démangeaisons, ce qui permet de retarder l'apparition de poussées inflammatoires nécessitant des corticoïdes. Il peut ainsi repousser le recours aux médicaments.

**Pour mesurer l'efficacité de ce produit,** les Laboratoires Pierre Fabre ont mené une étude* sur des sujets atteints d'eczéma. Grâce à une montre connectée, ils ont analysé leur sommeil avant et après application du soin. Résultat : une diminution de 30 à 40 % des troubles nocturnes liés aux démangeaisons, ce qui a significativement amélioré la qualité de vie des participants.

*Étude clinique réalisée sur 21 sujets, résultats après 4 nuits.

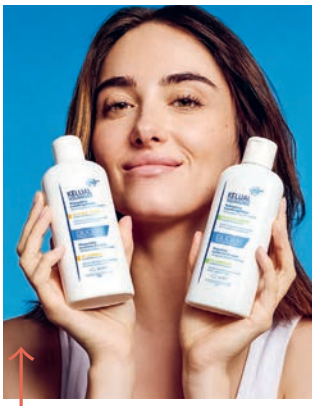
**Plus de 600 projets R&D**

Chaque année plus de 600 projets sont soumis au processus de R&D Pierre Fabre. 700 études d'évaluation ont été réalisées en 2024, et 19 demandes de brevets ont été déposées. Les Laboratoires Pierre Fabre détiennent plus de 1 100 brevets portant sur des actifs innovants, des associations d'ingrédients et des procédés spécifiques.

**Un exemple sur la gamme Exomega d'A-Derma :** l'association brevetée de deux ingrédients fonctionnels — l'isocetyl stearoyl stearate

*Destiné aux peaux atopiques, Exomega nuit d'A-Derma s'inspire des voies du médicament pour empêcher la cytokine IL-31, liée aux démangeaisons, d'induire ses effets.*

*L'efficacité de la crème Cleanance Comedomed Peeling d'Avène s'appuie sur la synergie inédite d'actifs brevetés qui permet de réduire les boutons avec des résultats visibles dès le premier jour.*



*Ducray propose la 1re génération de shampooings antipelliculaires qui mime l'action des probiotiques pour traiter les pellicules les plus tenaces, sans récidives.*

et le cetyl esters — permet la protection vis-à-vis des allergènes de contact et des polluants atmosphériques, grâce à une action filmogène qui restaure l'organisation lipidique du stratum corneum. Cette innovation s'adresse tout particulièrement aux personnes souffrant d'une altération de la fonction barrière causée par une dermatite atopique.

**De son côté, Eau Thermale Avène a lancé le produit Comedomed Peeling,** une "crème intensive poussée de boutons" qui repose sur une combinaison d'actifs brevetée : extrait de Chardon-Marie, comedoclastin et rétinaldéhyde. Ensemble, ils augmentent de 50 % la production de rétinoïdes, précurseurs de vitamine A active, sans effet desséchant pour la peau. Cette crème peeling est à utiliser en traitement intensif de 15 jours et permet de réduire les boutons, avec des résultats visibles dès le premier jour.

**Ducray propose la 1re génération de shampooings antipelliculaires** qui mime l'action des probiotiques pour traiter les pellicules les plus tenaces. Cette technologie d'association d'actifs brevetée, mise au point par nos chercheurs, permet d'éliminer 100 % des pellicules dès le premier shampooing, sans récidives et tout en rétablissant durablement un cuir chevelu sain. ●

**88**

*communications scientifiques ont été présentées en 2024 dans des congrès et revues médicales de renom.*

# Valoriser le meilleur de la nature grâce à l'innovation végétale

La nature est, depuis toujours, une source d'inspiration majeure pour les Laboratoires Pierre Fabre. Aujourd'hui, nous allons plus loin pour mettre plus rapidement nos innovations végétales au service de l'efficacité de nos produits.

*Plus de 1 400 espèces végétales préservées dans les conservatoires botaniques, en France et à Madagascar (ici, une plante endémique du Mexique : Cephalocereus euphorbioïdes).*

**Pour accélérer notre innovation végétale, nous concentrons notre recherche sur le biomimétisme, l'éco-extraction, les cultures indoor et le déploiement de filières durables et certifiées (économie circulaire, circuits courts, Fair For Life…).** Et ce, en veillant à préserver les écosystèmes selon le principe de l'APA (accès et partage des avantages) défini en 2010 dans le protocole de Nagoya.

### Un continuum d'expertise et de technologies

Un des principaux atouts de Pierre Fabre réside dans la constitution d'un continuum d'expertises et de technologies, allant de la sélection de la plante la plus pertinente au regard du bénéfice recherché, à l'intégration de son actif innovant dans le produit fini. Afin de préserver la ressource et sécuriser nos approvisionnements, l'entreprise suit une démarche vertueuse mêlant cultures internes en agriculture biologique et expérimentation agronomique. À compter de 2025, 100 % des nouveaux actifs végétaux innovants seront issus de ces filières responsables (contre 83 % à fin 2024).

### L'open innovation, pour encourager l'innovation

Avec 17 000 échantillons, les Laboratoires Pierre Fabre détiennent l'une des plus grandes collections privées au monde de plantes. Partagée avec des partenaires sélectionnés, elle nourrit des collaborations scientifiques, notamment avec l'université de Genève pour la découverte de composés innovants et la connaissance des métabolites (polyphénols, flavonoïdes, alcaloïdes, etc.) présents dans les cellules végétales. ●

# Concevoir nos packagings de demain

*Les recharges représentent jusqu'à 40 % des ventes de certains produits. Ici, Hyaluron Activ B3 d'Eau Thermale Avène.*

*La conception "airless" de ce pot de crème protège efficacement la formule. Sa gestuelle, ses matériaux et son design cultivent sa désirabilité.*

*Spray en aluminium d'Eau Thermale Avène : son allègement et sa production à partir d'énergie décarbonée conduisent à un gain annuel de 2 000 $TeCO_2$ et à un gain économique.*

**L'innovation packaging joue un rôle stratégique au service des patients et des consommateurs. Elle vise à renforcer la médicalité, la désirabilité, l'ergonomie et l'efficacité des produits, à optimiser les coûts, et à proposer de nouveaux standards de packaging en avance sur leur temps.**

**Une dynamique au service de l'environnement**

Les Laboratoires Pierre Fabre accélèrent leur transition écologique vers des solutions d'emballage à faible impact environnemental. Notre stratégie repose sur trois axes complémentaires : réduire la quantité d'emballage, privilégier des matériaux recyclés ou biosourcés et traçables, et concevoir des formats recyclables, réutilisables, rechargeables ou compostables.

**Green Bioplastics : une innovation issue du biomimétisme**

Parmi nos projets d'innovation de rupture, Green Bioplastics incarne une nouvelle voie vers un packaging plus vertueux. Développé avec la biofonderie de l'Alliance Sorbonne Université et porté par les équipes R&D et Packaging autour des travaux de la doctorante Mariette Gibier, ce projet utilise des microalgues capables de capter le $CO_2$ et de le transformer en bioplastique biosourcé et biodégradable. Il pourrait, à terme, être utilisé pour les emballages de nos produits dermo-cosmétiques. En 2024, ce projet a reçu le premier prix dans la catégorie Océan & Innovation des Trophées Climat & Biodiversité de la Fondation Maud Fontenoy.

**Des solutions concrètes déjà mises en œuvre**

Certaines solutions de packaging innovantes sont déjà disponibles sur le marché. Les formats rechargeables représentent ainsi entre 15 et 40 % des ventes, et concernent différents types de produits, comme la crème régénération cellulaire Hyaluron Activ B3 (Avène) ou l'Huile lavante émolliente anti-grattage Exomega Control (A-Derma). Des flacons rechargeables sont également disponibles en pharmacie via le Consortium Pharma Recharge (A-Derma, Ducray, Eluday, Klorane). Par ailleurs, les Laboratoires Pierre Fabre participent à un projet pilote de consigne, en collaboration avec dix grands acteurs du secteur cosmétique et deux distributeurs (Nocibé et Sephora). Enfin, nous sommes engagés dans le projet "Pulp in Action", qui explore les fibres cellulosiques comme solution alternative aux plastiques, adaptée aux contraintes cosmétiques, en particulier la résistance à l'eau et la stabilité des formules. Toutes ces options technologiques sont évaluées par le Green Impact Index, qui permet de mesurer les impacts environnementaux et sociétaux des produits, l'emballage représentant 35 % de la note environnementale.

# Pour prendre soin de chacun

**Véronique Bartolomeu,**
**co-présidente de l'Association Ichtyose France**

**Véronique a fait partie de l'équipe ayant mobilisé 384 patients européens en 2024 pour mieux faire connaître l'ichtyose, une pathologie dermatologique rare à laquelle les Laboratoires Pierre Fabre se consacrent depuis plus de 20 ans.**

L'écoute des patients est une condition sine qua non pour développer les solutions les mieux adaptées à leurs attentes. Voilà pourquoi nous les associons à la conception et à la réalisation de nos études cliniques.

**90**

**Le nombre des associations de patients dont nous sommes activement partenaires dans le monde.**

# Une approche globale du patient

**Interview de Nuria Pérez-Cullel.**

Les Laboratoires Pierre Fabre revendiquent depuis toujours leur double expertise pharmaceutique et dermo-cosmétique. Ce positionnement unique leur permet de proposer une prise en charge globale autour du triptyque : prévention, traitement et accompagnement du patient.

**Nuria Pérez-Cullel**
Directrice Médicale, Patient et Consommateur

## Quelle est votre vision du soin ?

**N.P.-C.** – Nous avons une vision résolument globale du soin. Nos activités complémentaires, du médicament à la dermo-cosmétique, nous permettent de développer une compréhension et des réponses transversales aux besoins des patients. Comme les autres laboratoires, nous travaillons bien sûr au développement de solutions thérapeutiques innovantes. Mais notre ambition est d'aller au-delà en proposant un accompagnement qui englobe prévention, traitement, et accompagnement du patient avant, pendant et après son traitement.

## Comment cette vision holistique se traduit-elle ?

**N.P.-C.** – Nous proposons, par exemple, des traitements contre les cancers du poumon, de la peau, du sein et du côlon. Mais notre mission est plus large. Nous sommes par exemple très engagés dans la prévention du mélanome, à travers la promotion du bon usage des protections solaires et le soutien à des actions de dépistage précoce. Et, lorsque, malgré la prévention, la maladie survient, nos soins dermo-cosmétiques et buccodentaires accompagnent la prise en charge des nombreux effets secondaires, pour garantir une bonne qualité de vie des patients pendant les traitements et même après.

Nous œuvrons pour que cette vision holistique du soin soit soutenue par des données scientifiques et médicales. À titre d'exemple, nous avons prouvé que l'application quotidienne d'un soin solaire adapté réduit de façon significative les sensations de démangeaisons causées par les traitements contre la kératose actinique.

## Quelle place faites-vous aux patients ?

**N.P.-C.** – Nous avons une conviction : écouter les patients est fondamental pour développer de meilleures solutions en réponse à leurs besoins. En 2023, nous avons lancé une étude épidémiologique en dermatologie avec l'aide de professeurs en dermatologie, mais aussi 12 associations ●●●

> « Écouter les patients est fondamental pour développer de meilleures solutions. »

●●● de patients. Cette étudea été menée dans20 pays auprès de 50 000 patients présentant des pathologies dermatologiques plus ou moins graves. Elle nous a permis de générer 3 millions de données qui vont faire l'objet d'une analyse longitudinale sur 5 ans.

Pour aller plus loin, nous avons croisé ces informations avec des données disponibles en open access aussi diverses que le PIB, l'IDH, l'exposition aux UV, la consommation d'alcool ou le tabagisme. Cela nous a permis de développer un modèle prédictif permettant de projeter l'incidence des maladies de peau jusqu'en 2030, et d'orienter nos programmes de recherche en conséquence.

## Et dans le domaine de l'oncologie ?

**N.P.-C.** – Aider les patients atteints par le cancer à mieux vivre leur parcours de soin est une priorité. Si le cancer est une maladie qui se chronicise heureusement de plus en plus grâce aux progrès de la médecine, il reste toujours une épreuve face à laquelle beaucoup de patients se sentent démunis.

En 2024, nous avons mené l'étude ASKHER* auprès de patientes confrontées à un risque de récidive du cancer du sein de type HER2. Elle a montré que seul un tiers des patientes considéraient en avoir discuté suffisamment avec leurs médecins, et que la grande majorité souhaitaient être impliquées dans les décisions concernant leur traitement.

Autre réalisation qui me tient à cœur, la création en 2024 d'une plateforme d'information consacrée à une pathologie qui touche à peine 400 patients par an en Europe : la maladie lymphoproliférative post-transplantation (LPT). Nous avons créé cette plateforme avec la Lymphoma Coalition, qui regroupe des associations de patients du monde entier. Les patients peuvent y trouver des conseils et des ressources pour comprendre cette maladie rare et son parcours de soin qui est très particulier.

La voix des patients est également indispensable dans la réalisation des études cliniques pour optimiser leurs chances de succès. Ainsi, nous avons collaboré avec une association internationale de patients, l'International Cancer Advocacy Network (ICAN), pour rédiger le protocole d'un essai clinique en cours dans la prise en charge d'une mutation spécifique du cancer du poumon.

## Le leadership médical est une priorité du plan Conquête 2025. Comment abordez-vous cet enjeu ?

**N.P.-C.** – Nous travaillons main dans la main avec un réseau international de 1 300 experts médicaux pour faire avancer la connaissance médicale et améliorer la prise en charge des patients. Nous menons actuellement 39 études de vie réelle et soutenons 46 études académiques. Ce sont des études observationnelles ou interventionnelles qui vont permettre un meilleur suivi des patients dans la pratique courante des soignants. En 2024, nous avons organisé plus de 200 symposiums dans des congrès internationaux, et publié 88 articles dans des revues scientifiques avec comité de lecture. ●

*Étude ASKER : Patient Perception and Decision-Making in HER2+ Early Breast Cancer Management: Insights from the ASKHER2 European Survey, 2023

**50K**

**patients interrogés dans le cadre de l'étude ALL.**

*De par sa présence sur les salons et congrès médicaux, Pierre Fabre travaille avec les professionnels de santé pour accompagner au mieux les patients.*

*Au sein de la station thermale Avène, Isabelle et Valérie accompagnent les patients venus suivre une cure thermale post-cancer.*

# L'IA et la data réinventent les parcours de soins

*Grâce à l'IA, un projet pilote sur le cancer du poumon a été mené avec la FIAC pour améliorer les parcours de soin.*

**Personnaliser les parcours de soins grâce à l'intelligence artificielle**
Chez Pierre Fabre, une conviction guide notre vision de la santé : demain, il ne s'agira plus seulement de traiter des maladies, mais bien d'accompagner des patients. Ce changement de perspective repose sur une approche plus personnelle, plus globale, qui prend en compte la diversité des situations, des organismes, des parcours de vie. L'IA accompagne cette transformation en profondeur. En intégrant et en croisant un nombre croissant de données – cliniques, comportementales, environnementales, d'imagerie ou de génétique –, elle permet d'affiner la compréhension des besoins spécifiques de chaque patient. Elle ouvre ainsi la voie à des parcours de soins plus personnalisés, plus justes, et à de meilleures chances de rémission.

**Mieux prévenir grâce à la puissance des données**
L'IA contribue également à une médecine plus prédictive et préventive. En analysant des volumes massifs de données jusqu'ici difficilement exploitables, elle permet de détecter des corrélations complexes et de faire émerger des biomarqueurs – au sens large – qui aident à différencier les patients. L'étude à grande échelle des parcours de soins, notamment via les données des systèmes de santé (ex. SNDS en France) et des hôpitaux, permet d'identifier les ruptures dans les prises en charge, ces moments de "perte de chance" qu'il devient possible de qualifier et de corriger, pour agir plus tôt et plus efficacement.

**Focus : un projet pilote sur le cancer du poumon**
C'est tout l'enjeu du projet mené avec la Filière Intelligence Artificielle Cancer (FIAC), qui s'intéresse au cancer bronchique non à petites cellules (CBNPC), le plus fréquent des cancers du poumon, avec près de 30 000 décès enregistrés chaque année en France. En associant modèles de machine learning et de data visualisation, ce projet vise à analyser les parcours de soins de patients, étudier la survie en fonction des séquences et ainsi prédire pour chaque patient les chances thérapeutiques associées aux différents traitements. La décision, toujours prise entre l'équipe médicale et le patient, repose ainsi sur une connaissance renforcée de la maladie. ●

## L'APPLICATION ECZEMACARE+

**L'IA au service d'un suivi personnalisé**
Disponible en 6 langues, l'application EczemaCare+ accompagne déjà 11 000 utilisateurs atteints de dermatite atopique. Cette maladie inflammatoire chronique de la peau touche 230 millions de patients dans le monde. Elle est marquée par des poussées aiguës et des phases de rémission. Depuis 2024, deux algorithmes d'IA, développés avec le King's College de Londres, analysent l'état de la peau (EczemaOBS) et anticipent l'évolution de la maladie (EczemaPRED). Ce suivi personnalisé aide les patients à adapter leurs gestes de prévention et à devenir acteurs de leur parcours de soin. ●

*ECZEMACARE a fait l'objet d'une publication : Hurault G, Stalder JF, Mery S, Delarue A, Saint Aroman M, Josse G, Tanaka RJ.

# En action avec les associations de patients

*8 associations de patients ont visité notre site de production de Soual et échangé avec nos équipes pour un partage d'expérience.*

**Une parole qui se libère**

Les associations de patients jouent un rôle central : elles donnent une voix collective aux malades, favorisent le partage d'expérience, soutiennent les familles, sensibilisent les pouvoirs publics et contribuent activement à améliorer la prise en charge. Dans le cas des maladies rares, leur rôle est crucial car, par définition, les patients sont peu nombreux et la maladie souvent méconnue.

**Les associations de patients, une ressource précieuse**

Elles permettent d'abord aux patients de se sentir moins seuls face à la maladie. En parallèle, les patients prennent aussi de plus en plus directement la parole sur les réseaux sociaux pour exprimer leur ressenti ; une parole souvent sans filtre qui permet de mieux appréhender leur vécu et l'impact de la maladie sur leur qualité de vie. Les maladies de la peau, dont les signes sont souvent visibles aux autres, ont en effet un très fort impact social, sur le regard de l'autre. Ainsi, l'ichtyose fait partie des maladies de la peau particulièrement handicapantes.

**Une étude inédite pour mieux comprendre l'ichtyose**

L'ichtyose est une maladie génétique rare qui provoque une sécheresse cutanée sévère, des inflammations et parfois des surinfections. Peu connue, son retentissement sur la qualité de vie est pourtant majeur, et peu d'études en font état. Aussi, en 2024, les Laboratoires Pierre Fabre ont lancé un questionnaire en ligne aux patients atteints d'ichtyose, en collaboration avec des associations de patients en France, en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni. Résultat : 384 réponses recueillies, un chiffre remarquable pour une pathologie rare. L'étude révèle notamment un impact important sur la vie personnelle (76 %) et professionnelle (73 %). Les résultats de cette enquête ont été publiés dans le célèbre *British Journal of Dermatology*, et ont permis de faire avancer la reconnaissance de cette maladie rare. ●

**« Mon rôle est d'informer, d'éduquer et de soutenir moralement et psychologiquement, de faciliter le quotidien. Je me dois de porter la voix et les intérêts des patients auprès des institutions de santé, des laboratoires pharmaceutiques, des pouvoirs publics. »**

**VÉRONIQUE BARTOLOMEU**
co-présidente de l'Association Ichtyose France

# En opérant durable-ment

**Alexandre Durand,**
**Pilote de ligne de condition-nement**

**Dans notre usine dermo-cosmétique de Soual (Tarn), Alexandre pilote et réalise en toute autonomie les différentes activités de sa ligne. Il garantit la qualité des produits finis dans le respect des règles d'hygiène, de qualité et de sécurité. Il se doit de respecter les temps alloués, tout en limitant les pertes.**

Nous fabriquons près de 90 % de nos produits en France, un record dans nos secteurs d'activité pour une entreprise internationale. Le fruit d'une mobilisation constante pour améliorer jour après jour notre excellence opérationnelle et réduire notre empreinte sur l'environnement.

**250 M€**

**Le montant de nos investissements industriels planifiés sur la période 2023-2027.**

# Accélérer en opérant durablement

**Interview de Vincent Huraux.**

La direction des opérations englobe tous les métiers de la production et de la distribution, du fournisseur au client, selon une approche “end to end”. Sa vision est d’apporter des solutions responsables, agiles et compétitives pour soutenir la forte croissance de l’entreprise. “Opérer durablement”, c’est ainsi que la résume son directeur Vincent Huraux.

**Vincent Huraux**
Directeur des Opérations

### Quel est le principal défi rencontré par la direction des opérations ?

**V.H.** – Pour atteindre notre objectif d’un CA de 4 milliards d’euros, nous devrons être capables de fabriquer et distribuer 150 millions d’unités additionnelles d’ici 2028 partout dans le monde. Cela représente une croissance de 5 à 6 % par an. Les opérations doivent être une organisation agile et un levier de compétitivité pour l’entreprise, tout en poursuivant leur transition écologique. En réponse à nos enjeux internationaux, nous avons lancé le projet Argan pour renforcer l’agilité de notre réseau de distribution, abaisser ses coûts et diminuer son empreinte carbone.

### Comment résumer votre vision pour l’avenir des opérations ?

**V.H.** – Nous voulons “opérer durablement” en apportant des solutions responsables, agiles et compétitives pour soutenir le développement international de l’entreprise. C’est une vision qui englobe les dimensions humaine, technologique et environnementale au service des patients, de nos clients et de nos territoires d’implantation.

### Quel est l’impact de ces enjeux sur vos sites de production ?

**V.H.** – Nous fabriquons 87 % de nos produits en France, essentiellement dans nos propres usines. En 2024, nous avons lancé un nouveau schéma directeur industriel (SDI) pour les moderniser, les automatiser et diminuer leur empreinte sur l’environnement. La rationalisation de nos catalogues produits, des formats, et la simplification des flux nous permettent de gagner en qualité, en agilité et en productivité.

Ce SDI est parfaitement aligné avec les objectifs de croissance, de compétitivité et de transition écologique de l’entreprise, tout en répondant aux exigences réglementaires de plus en plus nombreuses qui s’imposent à nous.

### Où en êtes-vous en matière de transition écologique ?

**V.H.** – Les opérations représentent plus de 80 % de la consommation énergétique de l’entreprise, et plus de 90 % de sa consommation d’eau. Nous sommes très engagés à réduire ces consommations. Entre 2018 et 2024, nous les avons diminuées de 32 % pour l’eau et de 16 % pour l’énergie, tandis que nos émissions de $CO_2$ ont reculé de 20 % depuis 2015. Avec près de 20 % de nos investissements consacrés à des projets dits “verts” d’ici 2028, nous allons poursuivre notre transition écologique, avec l’ambition que nos sites industriels deviennent demain des entités neutres en carbone, produisant “zéro déchet”.

### Qu’entendez-vous par l’humain ?

**V.H.** – Nous spécialisons de plus en plus nos usines par technologie et par statut réglementaire pour qu’elles deviennent plus efficaces, mais aussi pour qu’elles conservent une taille raisonnable et que les relations humaines restent

une réalité sur tous nos sites. Nous voulons développer une organisation qui attire et qui se donne le temps de faire grandir ses talents. Nous avons la chance de pouvoir nous appuyer sur des équipes engagées et autonomes. À nous de leur donner les moyens de se former aux nouvelles technologies. Le dernier point mais le plus important : la sécurité, car prendre soin de nos collaborateurs est notre priorité et doit le rester.

**Et qu'en est-il des patients et de vos clients ?**

**V.H.** – Nous devons continuer à améliorer notre taux de service global* en le passant de 84 % en 2024 à 95 % d'ici 2028, tout en maintenant l'oncologie àun taux de service supérieur à 99 %. Pour cela, nous devrons continuer à investir pour que nos opérations deviennent de plus en plus automatisées et mieux connectées, que les flux internes et externes soient repensés grâce à des solutions digitales et robotiques innovantes. C'est ce que l'on appelle les opérations 4.0, auxquelles nous prévoyons de consacrer 35 % de nos investissements d'ici 2030.

**Vous avez aussi évoqué les territoires. Que voulez-vous dire ?**

**V.H.** – Nos usines sont principalement situées en zone rurale. Elles participent de tout un écosystème local, et leur responsabilité territoriale est une réalité qui va au-delà des emplois créés. ●

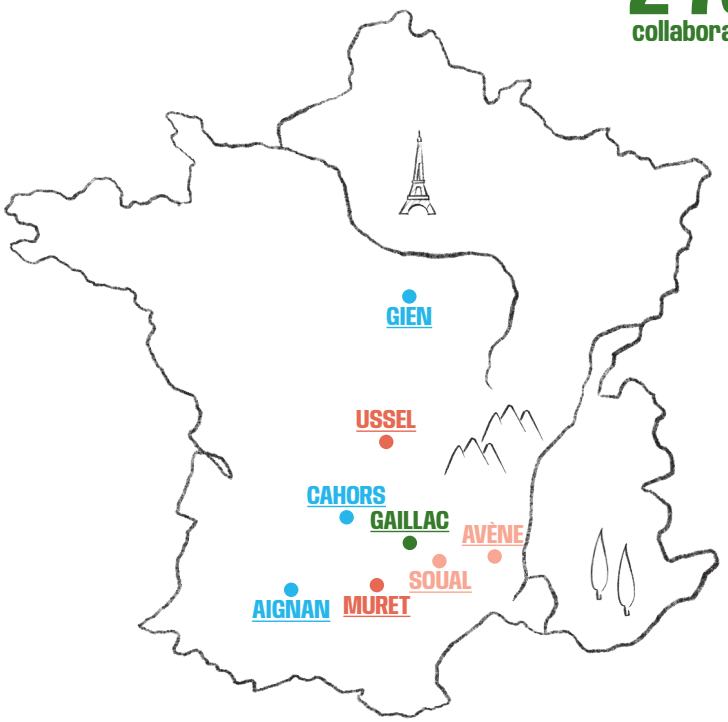
*Taux de disponibilité des produits mesuré via le TIFI : Turnover Invoiced in First Intention (chiffre d'affaires facturé en première intention)

**« Notre vision englobe l'humain, la technologie et l'environnement au service des patients, des clients et des territoires. »**

**87%**
**des produits fabriqués en France.**

**555 M**
**d'unités produites en 2024.**

**2 750**
**collaborateurs.**




**NOS OPÉRATIONS EN FRANCE**

- **Production d'actifs**
- **Sites de production medical care**
- **Sites de production dermo-cosmétique**
- **Sites de distribution**

# Zoom sur 3 investissements durables

## USINE SÈCHE À SOUAL

**Le projet d'usine sèche de Soual doit permettre à l'entreprise de continuer à produire, dans un contexte de raréfaction des ressources, et singulièrement de la ressource d'eau.**

Le projet consiste à séparer des eaux usées noires (sanitaires et cuisines) des eaux usées grises (eaux de lavages des équipements). Les eaux usées noires seront traitées par un filtre planté de végétaux, et seront utilisées pour l'arrosage des serres du Conservatoire botanique qui se trouve à proximité immédiate du site. Les eaux usées grises seront traitées par une nouvelle station d'épuration pour obtenir une eau de qualité potable, réutilisée pour nettoyer les équipements. La consommation d'eau de l'usine passera ainsi de 100 000 m³/an aujourd'hui à 30 000 m³ demain, soit une diminution de 70 %.

**Objectifs : diminuer nos prélèvements, optimiser notre outil industriel pour consommer moins d'eau de ville.**

**Démarrage pour les eaux noires : T3 2025**
**Démarrage pour les eaux grises : T3 2026**
**Livraison : fin 2026**
**Investissement : 6,6 M€**

## TRAITEMENT DES COMPOSÉS ORGANIQUES VOLATILS À GAILLAC

**Le choix technologique retenu pour améliorer ce traitement repose sur l'installation d'un oxydateur thermique régénératif (RTO), un dispositif qui chauffe les gaz collectés dans l'ensemble des ateliers de production à des températures très élevées (entre 800 et 1 000 °C) pour les convertir en $CO_2$ et vapeur d'eau. L'installation d'une chaudière à haut rendement complète ce dispositif.**

Cette installation permettra une réduction de la consommation d'eau de l'ordre de 3 500 m³/an, une diminution des émissions de $CO_2$ d'environ 1 500 tonnes/an et une réduction de la consommation de gaz de 8 000 MWh/an.

**Objectif : améliorer le traitement des Composés Organiques Volatils (COV), sous-produits des process d'extraction de l'usine.**

**Démarrage : mi-2025**
**Livraison : fin 2025**
**Investissement : 10 M€**

## AGRANDISSEMENT DE L'USINE D'AVÈNE

**Accompagner la croissance internationale de la marque Eau Thermale Avène nécessite d'augmenter la capacité de conditionnement du site pour passer de 114 à 200 millions d'unités à horizon 2027. D'où une réorganisation d'importance, reposant sur une simplification des flux internes et externes :**

Construction d'un nouveau bâtiment technique pour accueillir les utilités et les énergies (chaudières, centrales de traitement d'air…).

Création d'un nouvel atelier de conditionnement et installation de 2 lignes supplémentaires de conditionnement.

Construction d'un second bâtiment administratif.

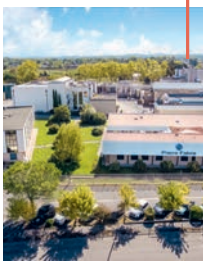
Remplacement de plusieurs utilités.

**Objectifs : augmenter la capacité de conditionnement du site de 75 %, réduire son empreinte industrielle.**

**Démarrage : 2024**
**Livraison : 2027**
**Investissement : 43 M€**

*Site de production dermo-cosmétique de Soual (Tarn).*

*Site de production d'actifs de Gaillac (Tarn).*



*Site de production dermo-cosmétique d'Avène (Hérault).*

# Performance environnementale : des résultats concrets

**Concilier innovation, sobriété énergétique et respect de la biodiversité, telle est notre ligne directrice pour répondre à l'urgence climatique. Nous visons un impact net zéro d'ici 2050 et la réduction de nos émissions carbones est alignée sur les trajectoires +1,5 °C (scopes 1 et 2) et +2 °C (scope 3) du référentiel SBTi.**

*Shampooing Klorane au Figuier de Barbarie coté A au Green Impact Index : formule d'origine naturelle 97 %, emballage comportant au moins 84 % de matières recyclées.*

Les **Laboratoires Pierre Fabre** intensifient leurs efforts pour réduire leurs impacts et adapter leurs activités au changement climatique. Pierre Fabre a également amorcé une trajectoire de séquestration carbone avec déjà 73 000 $TeCO_2$ captées fin 2024, soit 8 % de l'objectif 2023-2030 et près de 400 000 arbres plantés en 2024.

**Mieux innover**
Chez Pierre Fabre, l'innovation se conjugue avec respect du vivant. Nos actifs proviennent de plantes cultivées en bio ou issues de filières durables (dont 8 labellisées Fair For Life). Nous privilégions l'éco-extraction, l'éco-conception, et valorisons les co-produits végétaux pour créer de nouveaux actifs. Nous nous inspirons du biomimétisme pour concevoir des soins innovants, comme le mangoustan utilisé par les soins de la gamme Biology d'A-Derma.

**Mieux préserver**
La protection de la biodiversité est une priorité. Pierre Fabre sauvegarde 1 494 espèces végétales dans ses conservatoires botaniques, promeut l'agroécologie et la culture biologique (180 ha dans le Tarn). Première entreprise de son secteur à mesurer son empreinte sur la biodiversité grâce au Global Biodiversity Score, elle agit aussi localement avec des inventaires de biodiversité sur ses sites. La consommation d'eau a baissé de 37 % entre 2018 et 2024, et nous visons désormais –15 % de prélèvements entre 2024 et 2030.

**Mieux produire**
Grâce à une politique d'achats responsables – les achats représentant 70 % de nos émissions $CO_2$ – et à des projets concrets comme l'installation de panneaux photovoltaïques, l'entreprise utilise 64 % d'énergie d'origine renouvelable (objectif : 80 % en 2030). 83 % des déchets produits sont valorisés, et leur volume a diminué de 10 % depuis 2018. L'entreprise a par ailleurs réduit de 24 % ses émissions de $CO_2$ (scopes 1 et 2) entre 2019 et 2023, avec un objectif de –46 % d'ici 2030. Une taxe carbone interne, appliquée depuis 2023, oriente les projets vers des solutions énergétiques sobres.

**Mieux engager**
Plus de 4 000 produits sont aujourd'hui cotés au Green Impact Index et sont notés A ou B selon la méthodologie couverte par l'AFNOR Spec 2215. Enfin, notre démarche RSE AFNOR Certification contribue à l'ensemble des 17 Objectifs de Développement Durable fixés par l'ONU pour 2030.

# Avec des équipes engagées

**Claire Caplat, directrice des marques Klorane et René Furterer**
En 2024, Claire a accueilli plusieurs alternants et stagiaires dans ses équipes. Ils font partie des quelque 600 jeunes formés chaque année par l'entreprise.

L'engagement des équipes est la première richesse des Laboratoires Pierre Fabre. Il se traduit par une volonté farouche d'avoir un impact positif sur la vie des patients et de nos territoires.

**10K**
Le nombre de modules de formation disponibles en e-learning.

# Construire notre avenir collectif

**Interview de Maud Vimeux.**

Engagement, développement des compétences, parcours de carrière, recrutement des talents, diversité et inclusion… autant de priorités animées par la Direction des Ressources Humaines et portées par l'ensemble des directions et des équipes de l'entreprise pour soutenir le plan Conquête 2025 et préparer l'avenir.

« Chaque année, nous poursuivons nos efforts pour favoriser le développement professionnel. »

**Maud Vimeux**
Directrice des Ressources Humaines

### Comment évaluez-vous l'engagement des salariés dans le projet de l'entreprise ?

**M.V.** – À échéance régulière, nous prenons le pouls de l'organisation à travers une enquête d'engagement*. Cette enquête mesure le taux de satisfaction des collaborateurs à travers une trentaine d'items. Notre score d'engagement s'est établi à 74 points (sur 100) en 2024 et s'améliore sans interruption depuis 2022. La France, qui représente 54 % de nos effectifs, a enregistré une forte progression de 3 points en 2024, et nous nous situons désormais au-dessus de la moyenne des entreprises françaises. À l'international, plusieurs pays se sont également distingués : l'Espagne et les États-Unis affichent une hausse remarquable de 4 points, tandis que l'Italie, avec un score déjà élevé de 77, continue de progresser.

*GLINT

### Quelles autres conclusions tirez-vous de cette enquête d'engagement ?

**M.V.** – Avant tout, une très large majorité des collaborateurs (78 %) se déclarent satisfaits ou très satisfaits de travailler chez Pierre Fabre, un score supérieur de 3 points par rapport au benchmark. Nos collaborateurs expriment une grande fierté d'appartenir à une entreprise dont la mission et les valeurs, héritées de notre fondateur et incarnées dans la mission de la Fondation Pierre Fabre, résonnent profondément en eux. Ils apprécient également la manière dont ils sont responsabilisés et encouragés à prendre des initiatives, ainsi que la considération que leur témoigne leur manager. Ce sont des points forts sur lesquels nous devons nous appuyer pour soutenir l'engagement et accroître la performance.

Autre enseignement de l'enquête : nos collaborateurs souhaitent que l'entreprise leur propose plus d'opportunités d'évolution de carrière. En 2 ans, nous avons réalisé plus de 3 000 mouvements internes, permettant à près de 40 % des collaborateurs de changer de poste. Nous poursuivons cette dynamique en investissant également dans le développement des compétences. Par exemple, notre ●●●

●●● plateforme de e-learning, qui comprend plus de 10 000 contenus, permet à chaque collaborateur de développer ses compétences selon un parcours adapté à ses besoins. L'IA est désormais intégrée à la plateforme et améliore la pertinence des parcours proposés. En 2024, un accent particulier a été mis sur nos collaborateurs travaillant en usine et dans nos centres de distribution : 60 % d'entre eux ont bénéficié d'au moins une formation non réglementaire.

### Qu'en est-il du bien-être au travail ?

**M.V.** – L'une des priorités du plan Conquête 2025 est précisément d'améliorer l'environnement de travail, en offrant à nos collaborateurs des espaces qui stimulent la collaboration entre les équipes tout en favorisant leur bien-être. Dans cette optique, nous avons entièrement repensé nos bureaux à Freiburg (Allemagne) et Singapour, et ce sera le tour en 2025 de nos filiales aux États-Unis, en Suisse et au Chili. En France, le Campus Chartreuse, notre nouveau siège situé à Castres, ouvrira avant l'été 2025. Ce bâtiment moderne, lumineux et végétalisé a été conçu pour réunir des équipes auparavant disséminées sur différents sites. Il est certifié Haute Qualité Environnementale pour offrir un cadre de travail respectueux de l'environnement.

### Que proposez-vous pour développer les jeunes talents ?

**M.V.** – Je voudrais d'abord dire que nous investissons dans le développement professionnel de tous les collaborateurs, quel que soit leur âge, à travers des programmes d'intégration pour les nouveaux venus et de formation continue pour tous. Ainsi, environ 50 % de nos collaborateurs basés en France ont suivi au moins une formation spécifique à leur métier durant l'année 2024, pour un total de plus de 130 000 heures cumulées de formation. Dans nos filiales, chaque collaborateur reçoit en moyenne plus de 20 heures de formation par an.
En parallèle, chaque année, notre entreprise s'engage activement dans la formation des jeunes en offrant à plus de 500 d'entre eux – alternants, stagiaires ou VIE – une expérience enrichissante et formatrice qui leur permet d'approfondir leur connaissance du monde de l'entreprise.

Dans le cadre de notre politique jeunes talents, nous avons également lancé NewGen, un programme international ambitieux qui leur est entièrement dédié, conçu pour enrichir la stratégie de l'entreprise grâce au regard innovant de la nouvelle génération. Chaque année, 12 jeunes talents, issus de tous les continents et de diverses fonctions, travaillent sur des sujets stratégiques confiés par le Comité de Direction. Cette diversité culturelle et professionnelle stimule les échanges et favorise des initiatives innovantes. En 2024, deux projets ont donné lieu à des recommandations concrètes, en cours de mise en œuvre, dont l'AI Oncology Network

**250 000**
**heures cumulées de formation en 2024.**

**40 %**
**des collaborateurs ont eu en deux ans l'opportunité de changer de poste.**

**« Un des axes prioritaires de notre plan Conquête 2025 est l'accès des femmes aux postes de direction. »**

(AION), axé sur les applications de l'intelligence artificielle en oncologie. En plus de cette interaction directe avec les leaders de l'entreprise, les membres du programme participent à des parcours d'apprentissage immersifs, qui leur offrent une vision globale de l'entreprise tout en renforçant leur leadership et leur créativité. Véritable accélérateur de carrière, NewGen a permis à 50 % de ses participants d'évoluer professionnellement dans les 12 mois ayant suivi le programme.

*Campus Chartreuse, le nouveau siège de l'entreprise qui ouvrira ses portes en 2025.*

### Où en êtes-vous en matière de diversité de genre ?

**M.V.** – En 2024, les Laboratoires Pierre Fabre sont devenus signataires de l'initiative #StOpE ("Stop au sexisme Ordinaire en Entreprise"). Nous avons ainsi rejoint 300 entreprises qui œuvrent ensemble pour lutter contre les comportements sexistes sur le lieu de travail. 1 000 managers francophones, lusophones et anglophones ont déjà suivi une formation spécialisée, qui sera étendue à l'ensemble des collaborateurs de ces pays en 2025. Notre objectif est de proposer ce programme dans tous les pays d'ici 2 ans.

Un de nos axes prioritaires est de favoriser l'accès des femmes aux postes de direction. Nous avons déjà obtenu des résultats concrets : la proportion de femmes dans nos instances dirigeantes a progressé de 3 points en deux ans pour atteindre aujourd'hui 40 %. Pour y parvenir, nous avons mis en place plusieurs initiatives structurantes. Tout d'abord, nous avons soutenu la création d'un réseau de femmes leaders, un espace d'échange qui les aide à s'affirmer dans l'organisation. Nous avons également lancé un programme international de formation pour développer le leadership de nos talents féminins et les préparer à des postes à responsabilité. Un programme de mentorat vient compléter ces initiatives, avec près de 30 binômes mentor/mentorée pour accompagner des femmes à haut potentiel dans leur évolution de carrière et lever les freins retardant cette évolution.

### Quelles sont vos priorités de recrutement pour les années à venir ?

**M.V.** – Nous avons réalisé plus de 1 700 recrutements externes en 2024. Notre objectif est clairement d'attirer les meilleurs talents pour accompagner notre croissance et relever nos défis de demain. En France comme à l'international, nous recherchons des profils commerciaux, des experts en R&D, en marketing, dans les métiers de la data ou du digital, qu'ils soient confirmés ou plus juniors. En cohérence avec notre raison d'être, notre nouvelle marque employeur "Welcome to the We Care Movement", qui sera déployée courant 2025, affirme notre ambition de devenir un employeur de référence, alliant expertises pharmaceutique et dermo-cosmétique pour proposer des innovations thérapeutiques qui changent la vie. ●

*Outil Microsoft Viva GLINT

# Engagés sur notre territoire

**Entreprise internationale, les Laboratoires Pierre Fabre conservent dans le même temps un attachement profond à leur territoire d'origine, le Tarn. Des actions concrètes et le plus souvent pérennes au service du développement, social, culturel ou encore environnemental, illustrent cette responsabilité territoriale.**

*En 2024, plus de 1 000 collaborateurs ont participé à la confection de kits d'hygiène à destination d'associations locales.*

### Agir contre la précarité en Occitanie

En tant que membre fondateur du collectif "Le Cœur des Entreprises", Pierre Fabre soutient les associations du bassin toulousain luttant contre la précarité. En 2024, 1 176 collaborateurs des 26 entreprises que compte le collectif ont ainsi participé à diverses initiatives solidaires, notamment la confection de kits d'hygiène à partir d'invendus. Ces kits, distribués à des associations locales, améliorent le quotidien des personnes en situation de grande vulnérabilité.

### Des actions collectives et solidaires

En 2024, plusieurs initiatives ont mobilisé les collaborateurs autour de causes locales. Ainsi, les coupes de cheveux solidaires, une opération menée en étroite collaboration entre la marque René Furterer et l'association "Fake Hair Don't Care" à l'occasion d'Octobre Rose, ont permis de collecter des dons de mèches de cheveux (180 coupes financées en 2024). Le but de cette opération renouvelée chaque année est de créer des perruques et de les proposer à un coût plus accessible.

### Un acteur engagé pour la culture régionale

Les Laboratoires Pierre Fabre contribuent activement et depuis longtemps au rayonnement culturel de l'Occitanie, notamment par leur soutien aux institutions muséales du Tarn et de la Haute-Garonne. En 2024, l'entreprise a permis la réalisation de l'exposition "Collection Pierre Fabre – Visions plurielles", présentée dans trois musées partenaires : le musée Goya de Castres, le musée du Pays de Cocagne de Lavaur

et le musée Dom Robert de Sorèze. Un succès artistique et populaire, puisque l'exposition a accueilli plus de 34 000 visiteurs ! Cette initiative souligne la volonté de l'entreprise de faire vivre la mémoire de son fondateur et de renforcer ses liens historiques et culturels avec le territoire tarnais. Elle s'inscrit dans une dynamique plus large de valorisation d'un patrimoine artistique jusque-là resté privé, et de soutien aux institutions culturelles régionales.

**Pierre Fabre et le sport de haut niveau… une longue histoire**

11 jeunes athlètes de la SPOR'TEAM PIERRE FABRE, tous originaires ou licenciés dans le Tarn ou la Haute-Garonne, ont été accompagnés par l'entreprise dans la préparation de leurs compétitions nationales et internationales en 2024, parmi lesquelles un rendez-vous mondial organisé à Paris à l'été 2024.

Cinq des athlètes de la Spor'Team y ont réalisé de belles performances. Hilary Kpatcha (saut en longueur), 11e avec un saut à 6,56 mètres, est devenue la 3e Française à se qualifier pour une finale olympique dans sa discipline. Mélody Julien (marathon) a réalisé sa meilleure performance de la saison. Aline Chamereau et Clémence Vieira se sont qualifiées pour le tournoi de beach-volley. Benjamin Robert (800 mètres) a terminé 2e de la session de repêchage. Rendez-vous en 2028 pour écrire la suite de leur histoire.

Toujours à Paris, au Stade de France, Antoine Zeghdar, joueur du Castres Olympique, club de rugby soutenu par les Laboratoires Pierre Fabre depuis 1988, a remporté la médaille d'or avec l'équipe de France de rugby à 7. ●

*la Spor'Team Pierre Fabre réunit de jeunes athlètes tarnais et toulousains de haut niveau.*

**« Le sport et ses valeurs de persévérance, d'endurance et de dépassement de soi sont ancrés dans l'identité des Laboratoires Pierre Fabre, qui accompagnent le sport tarnais depuis des décennies. »**

**MARC ALIAS**
Directeur de la Communication

**180**

*coupes de cheveux solidaires financées en 2024, dans le cadre de l'opération "Fake Hair Don't Care" soutenue par René Furterer.*

# Nos collaborateurs en action

Chez Pierre Fabre, chaque collaborateur a la possibilité de s'engager dans une action sociale ou environnementale, où qu'il travaille et quelle que soit sa fonction dans l'entreprise.

« Lors du Digital Clean Up Day organisé en 2024 dans 16 pays, les collaborateurs ont récolté 1,5 tonne d'équipements numériques prêts à être recyclés. »

**OLIVIER SIEGLER**
Directeur de l'Accélération Digitale et des Systèmes d'Information

**Agir pour un numérique responsable**
En 2024, Pierre Fabre a obtenu le plus haut niveau du "Label Numérique Responsable" pour ses engagements en faveur d'un numérique plus respectueux de l'environnement et plus solidaire. Cette reconnaissance souligne la détermination de l'entreprise à réduire l'empreinte GES* du numérique, à développer des compétences "Numérique Responsable" chez les collaborateurs, et à proposer des services numériques inclusifs, et éco-conçus.

**S'engager dans l'éco-conception des séminaires**
En 2024, trois séminaires pilotes ont été labellisés LEAD (Label Événement à Ambition Durable), mobilisant 650 collaborateurs sur 10 jours cumulés. Le label LEAD distingue les événements qui limitent leur empreinte environnementale, encouragent l'impact social positif et visent le zéro déchet. En 2025, cette démarche pilote sera déployée à plus grande échelle.

**Sensibiliser aux enjeux climat-carbone**
La "Fresque du climat" a poursuivi son déploiement, avec plus de 800 collaborateurs déjà sensibilisés, grâce à l'implication de 24 animateurs internes. Des réunions d'équipe à impact positif sont également organisées localement (États-Unis, Maroc, Canada, Portugal, Espagne, Italie, Pologne, Chine...), en partenariat avec des associations de protection de l'environnement ou à vocation sociale.

**Contribuer à la résilience alimentaire territoriale**
En partenariat avec Arbres et Paysages Tarnais, le programme "Un arbre pour demain" vise à créer des vergers communaux dans plusieurs communes où l'entreprise est implantée. En 2024, 500 arbres fruitiers ont été plantés à Saint-Sulpice-la-Pointe et 269 à Soual, grâce à la participation de 50 collaborateurs bénéficiant d'un jour de congé offert par l'entreprise. ●

*Gaz à effet de serre

*Près de 800 arbres fruitiers plantés dans le cadre du programme "Un arbre pour demain".*

# Chez Pierre Fabre, on encouragera toujours les rêves les plus fous

**Découvrez notre campagne Little Big Dreams en vidéos.**


**Rapport annuel des Laboratoires Pierre Fabre 2025 (chiffres 2024)**

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

**Directeur de la publication**
Marc Alias

**Coordinatrice de la publication**
Isabelle Samaille

**Conception, réalisation**
Little Stories

**Illustrations**
Maria Milenko

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

**Gravure**
Point 11

**Impression**
Art & Caractère

**www.pierrefabre.com**



*Merci à toutes les personnes ayant participé à la réalisation de ce rapport annuel, et tous spécialement à Ren Zhuoqiong, Li Jiaoyu, Céline Mias Vigouroux, Véronique Bartolomeu, Isabelle Pastre, Valérie Barthélémie, Alexandre Durand, Claire Caplat, Hassina Chekkal, Léa Charpentier et Vincent Alquier qui ont accepté de décélérer pour prendre la pose devant l'objectif de Julien Pebrel et Matjaz Tancic.*

**Vincent Alquier,**
**Docteur**
**en Pharmacie**

Engagé au quotidien
dans le suivi
de ses patients
atteints de cancer
et de leurs aidants.

LABORATOIRES
Pierre Fabre
New ways to care