LE FIGARO partner

En collaboration avec Pierre Fabre

SANTÉ
DANS LA COURSE AUX NOUVELLES THÉRAPIES DU CANCER
PAGE III

BEAUTÉ
D'AVÈNE À SHANGHAI, UNE SUCCESS STORY À LA FRANÇAISE
PAGE III

UNE EXPERTISE BOTANIQUE HORS-PAIR

70% du chiffre d'affaires de Pierre Fabre provient de produits dont le principe actif est issu de la nature, que ce soit l'eau thermale pour Avène (première marque du groupe) ou les plantes : de la pervenche de Madagascar (oncologie) à l'Avoine Rhealba® (soins de la peau) en passant par le palmier nain de Floride (urologie), le karité (soins du cheveu) ou l'hamamélis (soins oculaires). Au total, les actifs de plus de 220 plantes sont utilisés dans le groupe qui en développe de 3 à 5 nouveaux chaque année. Pierre

© Go-Production - Xavier Cailhol

Fabre possède d'ailleurs l'une des plus grandes collections privées de plantes au monde. À travers un programme original d' « open innovation », les 15 000 échantillons de la collection sont désormais accessibles aux chercheurs et aux entrepreneurs porteurs de projets innovants. Enfin, Pierre Fabre cultive dans le Tarn 200 hectares de terres agricoles en « bio » et y possède un conservatoire botanique où sont cultivées et protégées plus d'un millier d'espèces de flore sauvage, dont 40% menacées d'extinction.

Centre de Recherche et de Développement Pierre Fabre sur l'Oncopole de Toulouse

© Laboratoires Pierre Fabre - Bâtiment réalisé par Monsieur Roger TAILLIBERT et Laboratoires Pierre Fabre tous droits réservés

LABORATOIRES PIERRE FABRE

Le Sud-Ouest comme berceau, **le monde comme terrain de jeu**

Depuis leur création à Castres en 1962, les Laboratoires Pierre Fabre sont toujours restés fidèles à leur berceau du Sud-Ouest. Ce groupe pharmaceutique et dermo-cosmétique mondial concentre la majorité de ses sites de recherche et production le long d'une ligne qui va de l'Hérault aux Pyrénées-Atlantiques en passant par Toulouse et sa région.

PIERRE FABRE
EN CHIFFRES

2,2 milliards
d'euros de chiffre d'affaires (60% à l'international)

Commercialisation dans
130 pays

2ÈME laboratoire
dermo-cosmétique mondial, 1er en Europe

16% du CA
pharmaceutique consacrés à la R&D

Pour beaucoup, les Laboratoires Pierre Fabre évoquent avant tout la douceur du Sud-Ouest... et plus précisément du Tarn. Il faut dire que depuis les origines de l'entreprise à Castres au début des années 1960, le lien viscéral ne s'est jamais distendu. Sur la cinquantaine de sites français que compte cet acteur mondial en santé et dermo-cosmétique, la moitié se situe dans ce département. Un ancrage à fort impact sur la vie économique locale. Avec près de 3000 collaborateurs basés dans le département, le groupe est de loin le premier employeur du Tarn, et l'un des principaux en région Toulousaine. Au cours des 5 dernières années, l'entreprise a investi près de 400 millions d'euros dans le grand Sud-Ouest. Dernières grandes réalisations en date : l'extension des usines dermo-cosmétiques ultra-modernes de Soual (Tarn) et d'Avène (Hérault), l'ouverture sur le campus de l'Oncopole de Toulouse d'un centre de recherche dédié à la cancérologie, à la dermatologie et au développement de nouveaux actifs en cosmétologie. L'activité « recherche » du groupe est d'ailleurs menée exclusivement depuis l'Hexagone.

MADE IN FRANCE

À l'heure des délocalisations, le chiffre le plus parlant reste sans doute celui de la production. « *Plus de 90% des produits que nous commercialisons dans le monde sont fabriqués par nos 9 usines implantées en France : dans le Tarn bien sûr, mais aussi à Pau, à Avène, à Cahors, dans le Gers et dans le Loiret* », confirme Bertrand Parmentier, le Directeur Général du groupe. « *Ce Made in France auquel nous sommes attachés, c'est autant un gage de qualité pour nos clients à travers le monde qu'une volonté revendiquée de contribuer au dynamisme économique de notre territoire d'origine* ». Pour autant, le groupe Pierre Fabre sait aussi franchir le pas des investissements internationaux quand il s'agit d'ouvrir de nouvelles filiales – Corée du Sud, Chili, Afrique du Sud, Australie récemment – de créer à Tokyo un centre d'innovation en dermo-cosmétique pour le marché asiatique – où le groupe connait un développement fulgurant – ou de moderniser son usine brésilienne qui produit une marque dermo-cosmétique locale rachetée en 2006.

© Laboratoires Pierre Fabre

À MÉDITER PAR LES ADEPTES DU FRENCH BASHING

Fidèles à la volonté de leur fondateur, les Laboratoires Pierre Fabre cherchent à mutualiser leur développement avec celui de leur région d'implantation. Le groupe soutient de nombreux projets pour faire de Toulouse et sa région une place mondialement reconnue de la recherche contre le cancer. « *Nous participons depuis le début à l'aventure visionnaire de l'Oncopole de Toulouse, bâti à l'endroit même qui a vu surgir la catastrophe d'AZF en 2001 et qui est devenu le premier campus dédié à la lutte contre le cancer en Europe* » souligne Bertrand Parmentier. Et celui-ci d'insister sur l'atout formidable pour ses chercheurs de pouvoir travailler main dans la main avec les cancérologues de l'Institut Universitaire du Cancer de Toulouse, l'hôpital installé depuis un an à une encablure du Centre de Recherche Pierre Fabre. Parallèlement, l'accent est mis sur l'éducation à travers l'accueil annuel de 150 jeunes en contrats d'apprentissage et des partenariats avec plusieurs centres régionaux d'excellence universitaire : Toulouse Business School, École des Mines d'Albi, école d'ingénieurs ISIS de Castres et son Connected Health Lab dédié à la e-santé. Last but not least, l'investissement dans la culture et le sport avec le soutien de plusieurs musées (Goya à Castres, Dom Robert à Sorèze, Toulouse-Lautrec à Albi, les Abattoirs et les Augustins à Toulouse,...) et des associations sportives comme le célèbre Castres Olympique.

Indéniablement, le modèle « inventé » par le groupe Pierre Fabre au fil de six décennies lui aura permis de déployer ses ailes à l'international – il y réalise 60% de son activité – sans renier ses racines régionales... À méditer par les adeptes du « French bashing » !

LE FIGARO partner avec Pierre Fabre

Ancienne maison familiale de M. Pierre Fabre «En Doyse» (Lavaur, Tarn) est devenu le siège de la Fondation Pierre Fabre.

Nous appartenons à une fondation d'utilité publique

Situation très particulière dans le paysage industriel français, le capital des Laboratoires Pierre Fabre est détenu très majoritairement (86%) par une fondation reconnue d'utilité publique. Les objectifs affichés sont clairs : pérenniser l'indépendance de l'entreprise française et lui permettre ainsi de se réinventer dans la fidélité aux valeurs de son fondateur.

La situation est quasiment unique dans l'Hexagone : l'actionnaire majoritaire de l'entreprise est une fondation reconnue d'utilité publique, la Fondation Pierre Fabre créée en 1999. De son vivant, Pierre Fabre lui fait don de la majorité du capital de l'entreprise et la désigne comme son légataire universel. Aujourd'hui, la Fondation Pierre Fabre détient 86% du capital via la société de contrôle Pierre Fabre Participations, à qui elle délègue la supervision opérationnelle du groupe. Les 14% restants sont répartis entre les salariés à hauteur de 8% (voir ci-dessous) et par l'entreprise elle-même (sous forme d'autocontrôle).

« *La Fondation détient 100% de Pierre Fabre Participations qui a été chargé par Monsieur Pierre Fabre d'une mission générale de continuité, c'est-à-dire de veiller au maintien de la pérennité des activités du groupe dans le respect des valeurs de son fondateur, de son indépendance capitalistique et de ses implantations régionales* » précise Pierre-Yves Revol qui assure la présidence de la Fondation et de Pierre Fabre Participations. De quoi s'inscrire dans une vision à long terme et favoriser une croissance fondée sur l'innovation, les bénéfices réalisés par l'entreprise étant depuis toujours réinvestis prioritairement dans l'entreprise pour assurer son développement.

Pierre-Yves Revol

© Laboratoires Pierre Fabre

9 salariés sur 10 sont actionnaires

Baptisé « Ruscus » en souvenir de la plante utilisée par Pierre Fabre pour produire le principe actif de son premier médicament, le plan d'actionnariat salarié constitue l'autre élément majeur de la gouvernance du groupe. Sa finalité première est d'associer encore plus étroitement les collaborateurs à la stratégie, au développement et à la culture de l'entreprise en en faisant les copropriétaires. Le plan Ruscus permet aussi aux salariés de se constituer un patrimoine. Pour Pierre Fabre, qui a toujours souhaité associer un projet social au projet économique de l'entreprise, un ouvrier souscrivant au plan Ruscus devait pouvoir recevoir l'équivalent d'un an de salaire à l'heure de la retraite. Objectif largement dépassé 10 ans plus tard avec 2 ans en moyenne ! Enfin, Ruscus contribue à l'indépendance financière du groupe tarnais, les salariés étant ses seuls actionnaires aux côtés de la Fondation. Dans la pratique, le capital a été ouvert aux salariés en 2005, puis le dispositif a été étendu à 6 filiales européennes : Allemagne, Belgique, Espagne, Grèce, Italie et Portugal. Les salariés du groupe détiennent ainsi près de 8% du capital de l'entreprise « *Aujourd'hui, 9 salariés sur 10 ayant accès au plan sont actionnaires et le taux de souscription a été supérieur à 75% en 2015* », souligne Thierry Denjean, le directeur des Ressources Humaines pour qui « *Ruscus est un catalyseur fondamental de cohésion et de motivation au sein de l'entreprise* ». L'entreprise et le Conseil de surveillance du Fond commun d'actionnariat salarié veillent à ce que les collaborateurs soient informés régulièrement de la marche des affaires, comme tout actionnaire d'une entreprise cotée. 150 animateurs volontaires se chargent d'animer plus de 200 réunions d'information chaque année ! « *Notre objectif est d'élargir l'actionnariat salarié à d'autres filiales pour accompagner notre croissance internationale, à commencer par la Pologne en 2016* » précise Thierry Denjean.

> **Catalyseur de cohésion et de motivation**

Réunion des 150 animateurs Ruscus

© Laboratoires Pierre Fabre

FONDATION PIERRE FABRE

15 ANS D'ENGAGEMENT EN AFRIQUE ET EN ASIE

© Cherkaoui

« *Si la Fondation Pierre Fabre est bien la gardienne du temple, elle ne s'immisce pas directement dans la gestion de l'entreprise et se consacre entièrement à sa mission de manière indépendante et dans un but strictement humanitaire* », indique son président Pierre-Yves Revol. Son objectif prioritaire est d'améliorer l'accès aux médicaments et aux soins de qualité des populations vivant dans les pays les moins favorisés. Elle agit principalement en Afrique et dans le Sud-est asiatique autour de 4 axes d'intervention : former, prévenir, accompagner et soigner.

© Sipa Press

Sur le terrain, la Fondation participe à la formation des pharmaciens – notamment au Laos, au Cambodge, au Vietnam et au Togo – et construit ou réhabilite des centres médicaux (Sénégal, Mali). L'accent est mis en particulier sur la lutte contre la drépanocytose, une grave maladie du sang, mal connue et peu prise en charge alors qu'elle constitue la première maladie génétique dans le monde (50 millions de personnes touchées). La Fondation a, par exemple, été à l'initiative de la création du Centre de Recherche et de Lutte contre la Drépanocytose de Bamako, au Mali. « *La Fondation développe également des programmes dans la dermatologie tropicale qui représente un enjeu crucial, les maladies de peau étant largement répandues dans les pays du Sud et mal prises en charge* », complète Béatrice Garrette, Directrice Générale de la Fondation. Les actions portent sur les pathologies courantes mais aussi sur celles plus rares, mais dévastatrices, tel le noma, qui frappe les enfants atteints de malnutrition ou la prise en charge des cancers de la peau chez les personnes vivant avec l'albinisme.

© Laboratoires Pierre Fabre

LE FIGARO partner avec Pierre Fabre

La mission officinale
à l'échelle industrielle

Bertrand Parmentier

© Laboratoires Pierre Fabre

Pharmacien d'officine, Pierre Fabre a toujours eu la volonté d'apporter une réponse globale aux besoins thérapeutiques et de bien-être de tous. En créant son entreprise, il a transposé cette mission officinale à l'échelle industrielle en développant un portefeuille d'activités complémentaires qui vont du médicament éthique aux soins dermo-cosmétiques en passant par la médication officinale et la santé naturelle. Aujourd'hui, les produits Pierre Fabre couvrent aussi bien des pathologies à forte prévalence (comme les cancers ou la dermatite atopique), des maladies rares (comme l'hémangiome infantile), les maux et l'hygiène du quotidien, ou le soin et la beauté de tous les types de peau ou de cheveux. En décembre 2014, lors de l'annonce du plan stratégique « Trajectoire 2018 », Bertrand Parmentier réaffirmait haut et fort cette philosophie, de nombreuses fois questionnée mais jamais abandonnée : « *Notre plan stratégique s'inscrit dans une vision renouvelée du continuum de la santé à la beauté* ». Et le directeur général d'enfoncer le clou : « *Cette stratégie centrée sur le patient et le consommateur et construite en partenariat avec les professionnels de santé est plus que jamais le moteur de notre différenciation compétitive.* ». Un an et quelques mois plus tard, force est de constater que les premiers résultats sont au rendez-vous. Fort de ses positions de leader en France – où Pierre Fabre est n°1 des marchés dermo-cosmétique et bucco-dentaire en pharmacie et parapharmacie – et de ses compétences reconnues en oncologie, dermatologie et médecine générale, le groupe accélère son développement à l'international. Sa croissance globale y a flirté avec les 11% en 2015 !

© Syda Productions

Avène : une success story à la française

En 25 ans, Eau Thermale Avène est devenue une marque mondialement reconnue, leader des soins dermo-cosmétiques en Europe, au Japon et en Chine. Produit phare, le célèbre spray d'eau thermale d'Avène s'est déjà écoulé à plus de 100 millions d'exemplaires dans le monde.

Lancée en 1990, Eau Thermale Avène est devenue en 25 ans une marque internationale commercialisée dans plus de 100 pays. Le point commun entre les 150 soins du catalogue destinés aux peaux sensibles, intolérantes ou allergiques ? Un actif transversal, gage de leur efficacité, de leur bonne tolérance et de leur confort d'utilisation : l'eau thermale d'Avène, reconnue pour ses vertus dermatologiques depuis plus de 2 siècles et demi.

DEUX SIÈCLES D'HISTOIRE

L'histoire d'Avène prend sa source en 1736, avec la découverte de ses propriétés apaisantes et anti-irritantes. Le premier établissement thermal est édifié près de la Source Sainte-Odile dans l'Hérault, établissement resté fidèle à sa vocation jusqu'à aujourd'hui : une station entièrement dédiée à la dermatologie. Recommandée par les « grands maîtres de la discipline » dès 1826, la source est reconnue d'intérêt public depuis 1874.

En 1974, Pierre Fabre reprend l'établissement thermal, alors déclinant, et engage de nombreuses études sur l'eau thermale d'Avène pour mieux en comprendre la composition et les mécanismes d'action. Les équipes de recherche des Laboratoires Pierre Fabre entreprennent des programmes pluridisciplinaires. C'est ainsi qu'ils parviennent à percer le secret d'une composition minérale unique : un trajet souterrain de plus de 50 ans qui amène l'eau thermale jusqu'à 1500 mètres de profondeur, pendant lequel elle se charge en divers minéraux et oligoéléments. Au tournant des années 2000, les scientifiques franchissent une nouvelle étape en mettant à jour la présence d'une microflore unique et spécifique de l'eau thermale d'Avène baptisée Aqua Dolomiae. Après une douzaine d'années de recherche, le premier actif biotechnologique issu de cette microflore est développé. C'est I-Modulia, l'actif apaisant et anti-irritant de la gamme Xéracalm AD qui permet la prise en charge des peaux les plus sèches sujettes aux démangeaisons.

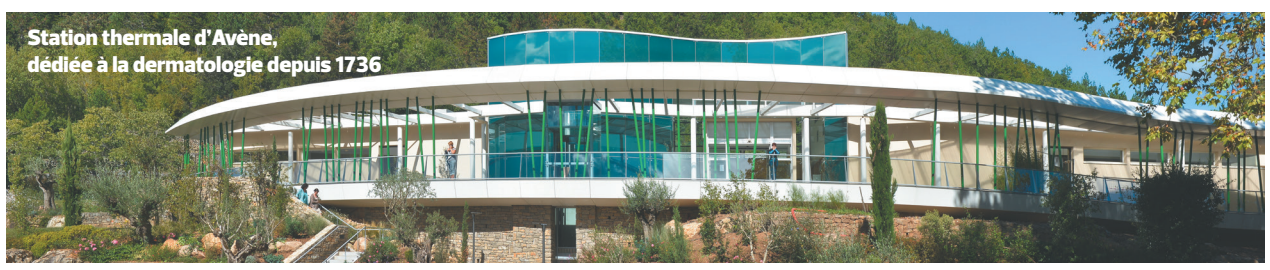
PIONNIER DE LA COSMÉTIQUE STÉRILE

Les produits de la marque sont fabriqués sur le site de production situé à proximité immédiate de la source. Pour faire face à l'augmentation constante de la production (plus de 110 millions d'unités écoulées en 2015) des aménagements sont réalisés chaque année depuis la création du site en 1990. Il est aujourd'hui doté de 10 plates-formes de fabrication pour les émulsions et les formes liquides et de 12 lignes de conditionnement. Dernière réalisation majeure : une extension de 4 000 m² pour installer les équipements dédiés à la production en blocs stériles. Avec le lancement de sa gamme Tolérance Extrême, Eau Thermale Avène est devenue la première marque de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique à lancer des soins bénéficiant d'une technologie baptisée Cosmétique Stérile : des ingrédients rigoureusement sélectionnés, une fabrication et un conditionnement en milieu stérile, et une stérilité préservée pendant toute la durée du soin. Avec la Cosmétique Stérile, pas de conservateurs, pas de parfum, la peau ne reçoit que l'essentiel !

> **Un produit Avène vendu en Chine toutes les 5 secondes**

SUCCESS STORY

Cette success story à la française ne semble pas prête de s'arrêter. Les chiffres parlent d'eux-mêmes. Les ventes mondiales de la marque ont encore augmenté de 10% en 2015, avec plus de 70% réalisé à l'international. Eau Thermale Avène est devenue le leader des soins dermo-cosmétiques en Europe, au Japon – où la marque est partenaire de Shiseido, le géant nippon de la beauté – et en Chine où il se vend plus d'un produit Avène toutes les 5 secondes. « *L'exceptionnelle réussite d'Avène au Japon et en Chine illustre le très fort potentiel de la dermo-cosmétique en Asie pour laquelle nous avons ouvert un centre d'innovation dédié à Tokyo* », explique Eric Ducournau, le directeur général de la branche dermo-cosmétique. « *Le premier produit sorti de ce centre en 2015, un Water Gel Avène conçu spécialement pour les peaux asiatiques, est déjà un succès au Japon* ». Pour l'heure, la première référence mondiale de la marque héraultaise reste le célèbre spray 300 ml : plus de 100 millions d'unités ont été vendues depuis 1990 !


Station thermale d'Avène, dédiée à la dermatologie depuis 1736

© Laboratoires Pierre Fabre

Oncologie :
les nouvelles thérapies contre les cancers

Pierre Fabre participe depuis 15 ans à la grande aventure des biothérapies ciblées qui sont en passe de révolutionner la prise en charge des cancers

© Laurent Galaup Vent D'Autan

L'oncologie connait actuellement une révolution sans équivalent depuis l'apparition des premières chimiothérapies dans les années 60. Au cœur de cette révolution : les biothérapies ciblées et l'immuno-oncologie qui permettent de traiter des cancers face auxquels les oncologues étaient jusqu'ici dépourvus de réelles réponses thérapeutiques.

Voilà 3 décennies que Pierre Fabre fait de la cancérologie un domaine prioritaire de sa R&D pharmaceutique. Navelbine® et Javlor® ont été développés par les Laboratoires Pierre Fabre en collaboration avec les équipes du CNRS. Tous deux sont des chimiothérapies dont le principe actif est extrait de la pervenche tropicale que le groupe cultive à Madagascar. Plus de 90% de leur revenu est généré hors de l'Hexagone par les équipes internationales de Pierre Fabre Oncologie présentes sur les 5 continents.

Tout en poursuivant ses recherches sur les cytotoxiques d'origine naturelle, le groupe Pierre Fabre participe depuis 15 ans à la grande aventure des biothérapies ciblées qui sont en passe de révolutionner la pris en charge des cancers. Son centre de recherche en immunologie, à Saint-Julien-en-Genevois, s'est fait une spécialité des anticorps monoclonaux qui sont capables de cibler les cellules cancéreuses et de les éradiquer sans les effets secondaires des chimiothérapies. En novembre dernier, le groupe Pierre Fabre a franchi un nouveau cap en signant un partenariat avec la biotech américaine Array BioPharma pour développer et commercialiser deux molécules de nouvelle génération dans les cancers de la peau, de l'ovaire et du colon-rectum. « *Ce partenariat est emblématique de la stratégie d'open innovation et de partenariats stratégiques que nous avons renforcés depuis 2 ans pour enrichir notre pipeline de produits en développement* » indique Frédéric Duchesne, le directeur général de la branche Pharmaceutique, qui ajoute que « *l'oncologie et l'onco-dermatologie sont des axes thérapeutiques de première importance pour notre groupe qui peut s'appuyer sur sa double compétence en oncologie et en dermatologie* ».

LE FIGARO partner

avec Pierre Fabre

LES VALEURS DU RUGBY

Solidarité, esprit de conquête, sens de l'anticipation, résilience... Autant de valeurs du rugby partagées par l'entreprise. Passionné de rugby, Pierre Fabre a toujours soutenu le club du Castres Olympique. Les Laboratoires Pierre Fabre sont encore aujourd'hui le principal partenaire du club tarnais capable de tenir la dragée haute aux meilleures équipes du Top 14. Champion de France 1993 et 2013, le « CO » est devenu l'un des symboles forts de la politique d'ancrage régional du groupe et de sa volonté de faire rayonner le nom de la cité dans laquelle il reste principalement implanté.

© Laurent Frezouls

65 ans d'innovation au service de la pharmacie

© Thierry Nou

En 1951, à l'aide d'un emprunt contracté auprès d'une agence bancaire locale, Pierre Fabre rachète une pharmacie située place Jean Jaurès à Castres. Avec trois employés, il réalisera cette année-là un chiffre d'affaires équivalent à 94 000 euros !

65 ans plus tard, l'officine tarnaise est devenue un groupe international qui pèse 2,2 milliards d'euros, emploie près de 11 000 collaborateurs et poursuit sa quête d'innovation à destination des pharmaciens du monde entier. Une innovation responsable comme le démontre l'évaluation AFAQ 26 000 menée en 2015 par AFNOR Certification selon la norme ISO 26 000 portant sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises. Evaluée au niveau « Exemplaire », la politique RSE du groupe Pierre Fabre a été ainsi commentée par les évaluateurs d'AFNOR Certification en conclusion de leur rapport : « *Le niveau de maturité atteint par Pierre Fabre est le fruit des valeurs impulsées par son fondateur et de la démarche qu'il a initiée depuis la création de la société. Une politique poursuivie par les nouveaux dirigeants qui repose sur la conviction d'un développement nécessairement durable, conciliant vision à long terme et réponse aux exigences économiques immédiates, inhérentes à toute entreprise. Salués par leurs parties prenantes, les Laboratoires Pierre Fabre, entreprise internationale à taille humaine, continuent ainsi à cultiver leur spécificité : ancrage territorial, expertise botanique, culture de l'excellence, innovation et développement humain, des facteurs clés de succès.* »

1951 Pierre Fabre achète une pharmacie place Jean Jaurès à Castres (Tarn)

1959 Lancement du Cyclo 3, issu du petit houx (Ruscus aculeatus) ; il s'en vend encore plus de 30 millions d'unités dans le monde chaque année

1962 Assemblée générale constitutive des Laboratoires Pierre Fabre

1966 Lancement du premier shampoing Klorane à la camomille

1969 Acquisition de la marque Ducray, créée en 1931 par Albert Ducray, qui va permettre à Pierre Fabre d'élaborer le concept de la dermo-cosmétique

1970 Ouverture de la 1re filiale internationale, en Espagne.

1971 Création de la phytofilière qui deviendra Botanical Expertise Pierre Fabre et lancement de la marque Elancyl

1974 Rachat de la station thermale d'Avène-les-Bains dans l'Hérault

1978 Lancement de Galénic, première marque de cosmétique premium vendue en pharmacie

1979 Acquisition de la marque de soins capillaires de René Furterer

1982 Lancement d'A-Derma, marque pionnière de la dermatologie naturelle

1986 Création d'une joint-venture au Japon avec Shiseido

1988 Lancement de la marque « Plantes et Médecines » devenue depuis Naturactive, spécialiste de la santé naturelle

1989 Création de Pierre Fabre Oncologie avec le lancement de Navelbine®, premier anticancéreux enregistré par un laboratoire français aux USA

1990 Lancement de la marque « Eau Thermale Avène »

1991 Ouverture de l'usine de Pau (spécialités en oncologie)

1992 Lancement de Nicopatch® ; rachat de l'usine de Gien (médicaments) dans le Loiret

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

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

2001 Ouverture du Conservatoire Botanique Pierre Fabre

2005 Ouverture du capital de l'entreprise aux salariés

2006 Rachat de la marque dermo-cosmétique brésilienne Darrow (après Glytone aux USA en 2002)

2008 Une molécule découverte par Pierre Fabre est enregistrée aux USA dans le traitement des troubles dépressifs majeurs. Une autre molécule suivra en 2013

2010 Ouverture du Centre de Recherche Pierre Fabre sur le campus de l'Oncopole à Toulouse

2012 Construction d'une unité de fabrication des anticorps monoclonaux à Saint-Julien-en-Genevois

2013 Décès de Pierre Fabre en juillet ; son légataire universel, la Fondation Pierre Fabre, détient désormais 86% des parts de l'entreprise

2016 Pierre Fabre est évalué au niveau « Exemplaire » pour sa politique de RSE (évalutation AFAQ 26 000 réalisé par AFNOR certification selon la norme ISO 26 000 du développement durable)

De la santé à la beauté

Avec près de 11 000 collaborateurs dans le monde, nous imaginons et développons des solutions novatrices contribuant au mieux être de tous, de la santé à la beauté. Nous le faisons avec les professionnels de santé, nos partenaires de confiance depuis toujours ; en puisant dans la nature une source perpétuelle d'inspiration ; en plaçant l'éthique pharmaceutique au coeur de notre action. Nous concentrons nos activités de recherche et de fabrication dans le Sud-Ouest de la France où sont nos racines. Nous sommes fiers d'appartenir à une fondation d'utilité publique, la Fondation Pierre Fabre, qui se consacre à l'amélioration de l'accès aux soins et aux médicaments de qualité dans les pays les moins favorisés.

Pierre Fabre Médicament · naturactive · DUCRAY · ELANCYL
Pierre Fabre HEALTHCARE · Pierre Fabre DERMATOLOGIE · A-DERMA · GALÉNIC
Pierre Fabre ORAL CARE · Eau Thermale Avène · Klorane · René Furterer

Pierre Fabre

www.pierre-fabre.com