



Politique de développement durable des Laboratoires Pierre Fabre

Prendre soin et innover
en respectant les enjeux
du développement durable

MAI 2013



Pierre Fabre

10 000 collaborateurs

Chiffre d'affaires 2012
1978 M€
+ 3,1 % par rapport à 2011

Dépenses R&D 2012
210 M€

En savoir +
sur www.pierre-fabre.com



AFAQ 26000 :
624 points sur 1000

Le groupe atteint ainsi le troisième niveau « confirmé » De nombreux mois de travail pour rendre lisible notre démarche et 14 jours d'audit externe

Sommaire	
ÉTHIQUE	page 3
HOMMES ET TERRITOIRES	page 3
CYCLE DE VIE	page 6
INNOVATION DURABLE	page 8
SOLIDARITÉ	page 14
EVALUATION AFAQ	page 15
INDICATEURS	page 16

LA RSE AU CŒUR DU MODÈLE PIERRE FABRE

Inspiré de valeurs humanistes universelles, le développement des Laboratoires Pierre Fabre repose sur une vision globale de la santé structurée en trois activités complémentaires : médicament, santé familiale, dermo-cosmétique. Nous investissons de façon soutenue en R&D pour répondre aux enjeux de santé publique et proposer des solutions novatrices, du traitement anti-cancéreux à la dermo-cosmétique en passant par le médicament dermatologique ou l'hygiène bucco-dentaire. Nos activités se développent en collaboration étroite et constante avec les professionnels de santé, en particulier médecins et pharmaciens, dont les attentes nous guident.

Forts de marques telles qu'Avène, A-Derma, Ducray, Galénic, Klorane, René Furterer, Pierre Fabre Dermatologie ou Pierre Fabre Oral Care, Pierre Fabre est leader du marché des produits dermo-cosmétiques, capillaires, dermatologiques et bucco-dentaires distribués dans le circuit pharmaceutique français. Commercialisée dans plus de 100 pays, Avène est la marque leader des soins dermo-cosmétiques en Europe, au Japon et en Chine. Dans le domaine du médicament, Pierre Fabre réalise 85% de son chiffre d'affaires en oncologie à l'international.

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

Pierre Fabre, Président des Laboratoires Pierre Fabre

LES 5 ENJEUX DE NOTRE POLITIQUE RSE

Continuer à innover pour développer des solutions dans le domaine de la santé et de la beauté, tout en participant, à hauteur de nos responsabilités, aux progrès sociaux, environnementaux et économiques, tels sont les engagements des Laboratoires Pierre Fabre en matière de développement durable.

Pour donner plus de lisibilité à ces engagements qui nous animent depuis la création de l'entreprise, nous avons formalisé notre politique en matière de développement durable. Elle se décline autour de 5 grands enjeux : **éthique, hommes et territoires, cycle de vie, innovation, solidarité.**

L'ÉVALUATION VOLONTAIRE DE NOTRE POLITIQUE RSE

En parallèle, les équipes et la direction générale ont souhaité mesurer la réalité et la maturité de leurs pratiques en initiant une démarche volontaire d'évaluation, AFAQ 26000 développée par AFNOR CERTIFICATION et basée sur la norme internationale ISO 26000, première et unique norme internationale existante en matière de Responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

En 2012, les Laboratoires Pierre Fabre sont audités en matière de responsabilité sociale et environnementale et obtiennent le niveau « confirmé », niveau 3 sur les 4 que compte l'évaluation. A travers cette démarche, l'entreprise espère donner envie à d'autres de se lancer dans ce type d'évaluation.

1^{er} laboratoire pharmaceutique et dermo-cosmétique évalué AFAQ 26000 en France et 1^{re} entreprise de plus de 10 000 salariés à obtenir un « niveau confirmé », dès sa première évaluation.



« AFNOR Certification l'écrit : « Un groupe international à taille humaine qui cultive sa spécificité depuis plus de 50 ans : ancrage territorial, expertise botanique, culture de l'excellence, innovation et développements humains, sont les facteurs clés d'un succès durable unanimement salué par l'ensemble des parties prenantes ! ».

Le respect de l'éthique des affaires dans les codes de bonnes pratiques

Depuis 2007, notre réseau de visite médicale est certifié par l'organisme AFNOR Certification, selon les référentiels mis en place par la Haute Autorité de Santé française

Charte d'une communication responsable en cours

Chaque année, entre 800 et 1000 études cliniques sont réalisées pour 150 formules dermo-cosmétique officialisées

67 % des collaborateurs sont basés en France dont 4400 dans le Grand Sud-Ouest

76 % des effectifs de la R&D du groupe sont en Midi-Pyrénées

1^{er} employeur du Tarn

Un des 5 plus importants employeurs de Midi-Pyrénées

190 M€ ont été investis dont plus de la moitié dans le Grand Sud-Ouest entre 2010 et 2012

75 % de nos achats ont été réalisés en France, dont 25 % dans nos régions d'origine

En savoir +
sur www.pierre-fabre.com

ÉTHIQUE

L'éthique est l'un des cinq enjeux de notre démarche RSE. Notre entreprise s'engage ainsi à respecter les principes éthiques majeurs dans la conduite des affaires et à travailler avec des partenaires qui poursuivent cette même ambition. Les codes de déontologie et de bonnes pratiques commerciales sont mis en oeuvre dans les réseaux de vente en France et dans les filiales étrangères par la direction générale qui veille à ce qu'ils soient respectés. Au-delà des engagements, l'éthique est pour nous une façon de concevoir au quotidien la conduite des affaires.

« AFNOR Certification le souligne comme un point fort : « Une culture d'entreprise forte et la mise au premier plan des valeurs humaines au sein et autour de l'entreprise ».

COMMUNICATION RESPONSABLE

Nos marques appliquent les principes majeurs de la communication responsable. Concernant les allégations environnementales, les principales communications sont validées par les services réglementaires et le service développement durable. Par ailleurs, une charte de communication sur le bon usage de ces allégations est en cours de finalisation. De plus, chaque allégation d'efficacité revendiquée sur les packagings sont soutenues par un programme clinique approprié et défini en amont du développement du produit cosmétique. Enfin, nous nous efforçons de dynamiser notre communication autour de notre démarche RSE.

« AFNOR Certification le dit : « La pratique d'un marketing responsable et l'encadrement des allégations produits est un point fort ».

HOMMES ET TERRITOIRES

CONSTRUIRE ENSEMBLE

A l'écoute de nos collaborateurs et de nos partenaires économiques et professionnels, nous souhaitons inscrire ces échanges dans un processus de co-construction et co-responsabilité. Collaborateurs et partenaires participent au rayonnement et à la performance de l'entreprise. En retour, l'entreprise accompagne le développement professionnel de ses collaborateurs et contribue dans la mesure de ses moyens au dynamisme économique, social et culturel des régions où elle est implantée.

« La volonté de mutualiser le développement de l'entreprise avec celui de notre région d'origine est une caractéristique majeure de notre groupe. Nous avons, par exemple, participé au développement de plus de 1000 emplois dans le Tarn avec l'association d'aide à la création de nouvelles entreprises : Tarn Entreprendre ».

Eric Ducournau, Directeur Général de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique

DYNAMISME DE NOTRE RÉGION

La volonté d'inscrire le développement de l'entreprise dans notre région d'origine est un principe fondateur du groupe. Cette volonté s'étend à l'ensemble des régions où nous sommes implantés.

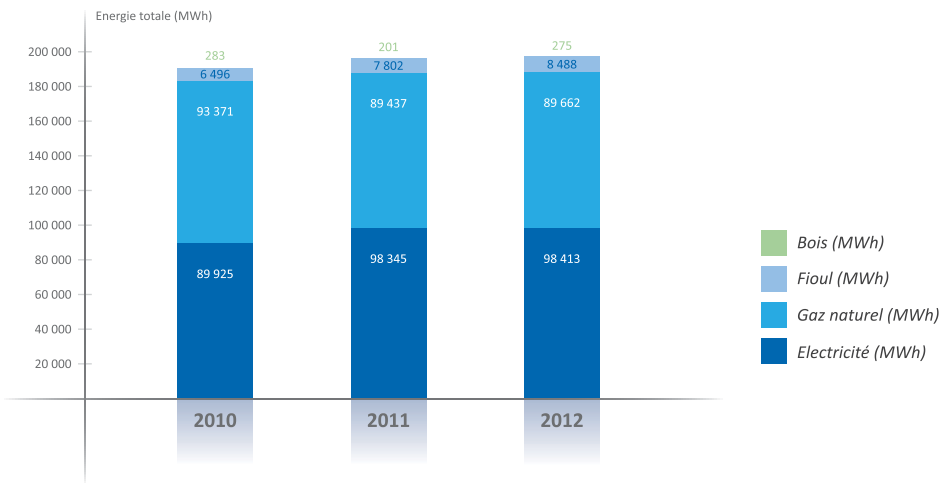


Le site de direction de l'activité dermo-cosmétique, Les Cauquillous - Lavaur (Tarn)

INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

CONSUMMATION D'ÉNERGIE

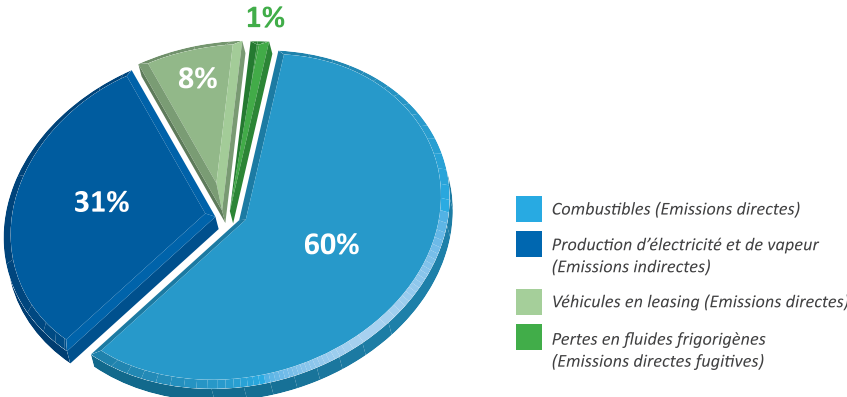
Consommation totale d'énergie en 2012 : près de 197 000 MWh



Total des émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1 et 2 de l'année 2011 : 38 000 Teq CO₂

Le taux de CO₂ moyen des véhicules en leasing en France est passé de 125 g CO₂/km en 2010 à 110 g CO₂/km en 2012 soit une diminution de 12 % en 3 ans.

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE SUR LES SCOPES 1 ET 2 DE L'ANNÉE 2011

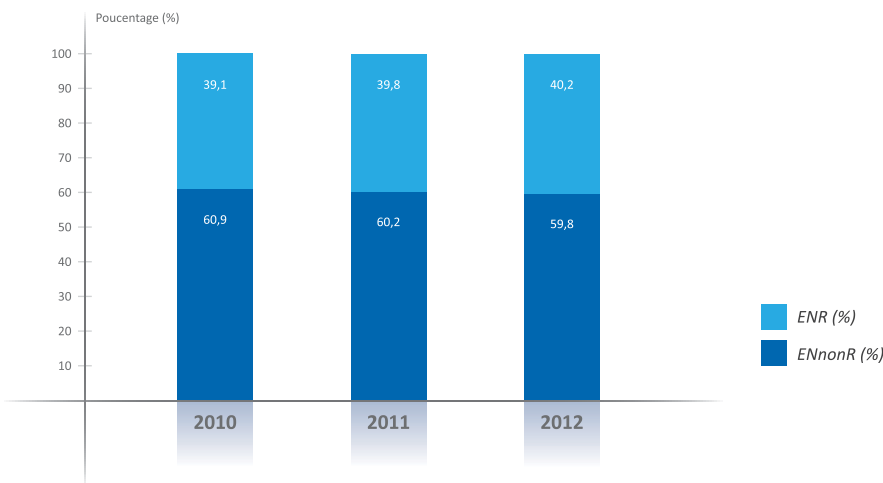


Scope 1 : Somme des émissions directes induites par la combustion d'énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon, tourbe).
Scope 2 : Somme des émissions indirectes induites par l'achat ou la production d'électricité.

Périmètre : France - sites industriels, sites de chimie, sites de recherche et développement, la quasi-totalité des sites administratifs et déplacements des collaborateurs des réseaux de Pierre Fabre Médicament Information.

Part des énergies renouvelables dans la consommation énergétique en 2012 : 40%

PART DES ÉNERGIES RENOUVELABLES DANS LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE



EnR = électricité d'origine hydroélectrique et utilisation de biomasse

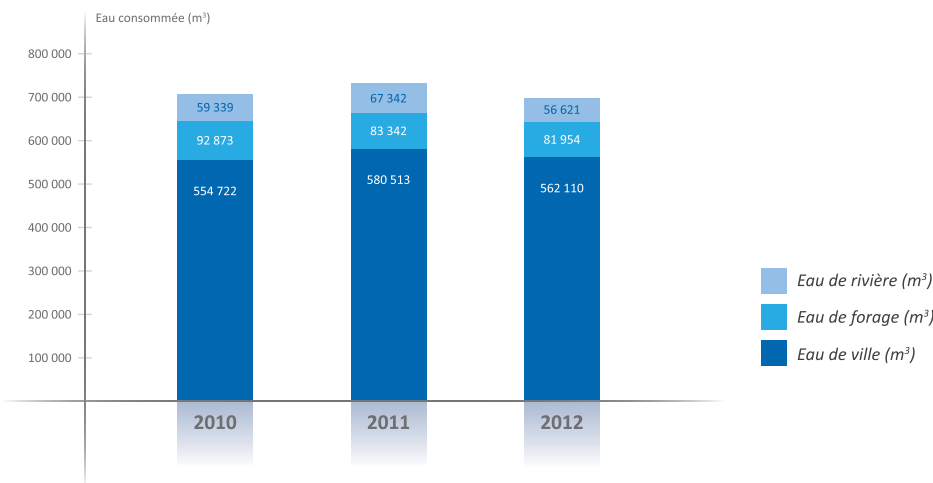
PRODUCTION ET VALORISATION DES DÉCHETS



Déchets valorisés : valorisation matière ou utilisé comme substitut de combustible ou incinéré en co-génération.

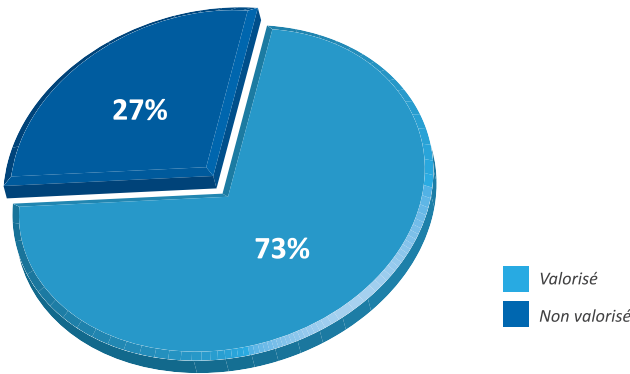
Evolution de la consommation d'eau : - 4% entre 2011 et 2012

CONSUMMATION D'EAU



En 2012, 73% des déchets ont été valorisés.

VALORISATION DES DÉCHETS SUR 2012



Note : Les consommations énergétiques, les consommations d'eau et la valorisation des déchets sont consolidés sur le périmètre France des sites industriels, de chimie, et de recherche et développement.

En savoir +
sur www.pierre-fabre.com

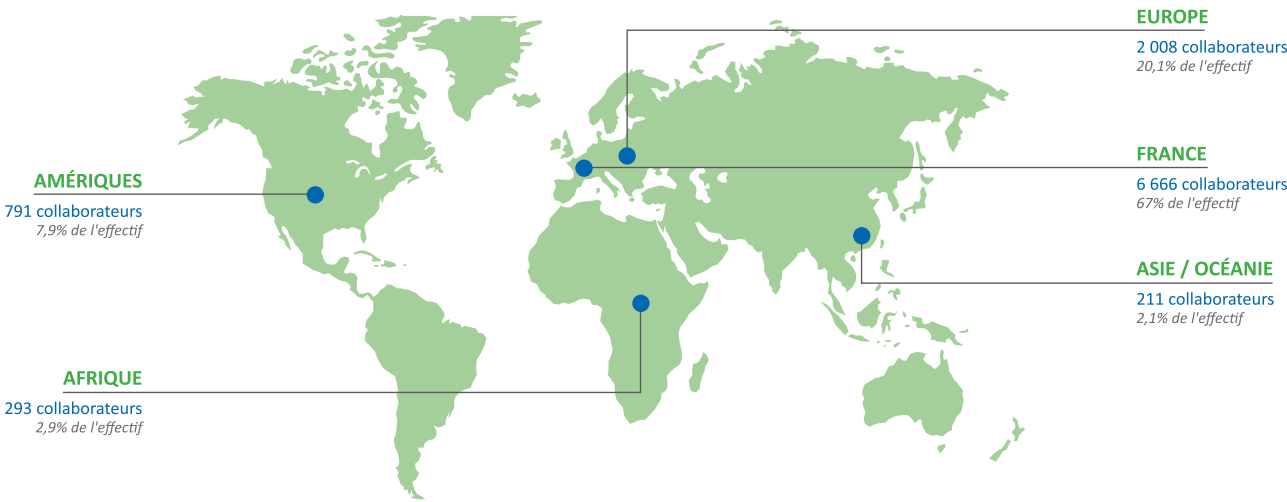
INDICATEURS SOCIAUX

PRINCIPALES DONNÉES SUR LES EFFECTIFS

		Unité de mesure	Périmètre	2010	2011	2012
effectif total	effectifs inscrits au 31 décembre	nombre total de collaborateurs CDD + CDI	Monde dont Périphériques	9865	9991	9969
effectif CDI	collaborateurs du groupe en CDI	nombre total de collaborateurs en CDI		9540	9645	9644
effectif CDD	collaborateurs du groupe en CDD	nombre total de collaborateurs en CDD		325	346	325
% CDI versus CDD				96,7/3,3	96,5/3,5	96,7/3,3
effectif par catégorie	collaborateurs par catégorie professionnelle	% de cadres dans l'effectif total		20	21	21
		% de réseaux dans l'effectif total	34	34	34	
		% d'OETAM dans l'effectif total	46	45	45	
effectif par sexe	effectif du groupe hommes et femmes	nombre de femmes	France Hors Périphériques	3823	3879	3824
		nombre d'hommes		2731	2730	2733
parité	% dans l'effectif total	% de femmes		58,3	58,7	58,3
		% d'hommes		41,7	41,3	41,7
recrutement	recrutement en CDI	nombre de recrutement en CDI	Monde	618	538	436
	recrutement en CDD	nombre de recrutement en CDD		368	368	395
age moyen	age moyen de l'effectif total		France	41,7	42,1	42,7
ancienneté moyenne	ancienneté moyenne de l'effectif total			11,8	12,1	12,7
formation	heure de formation	nombre d'heures de formation	Monde	100694	124721	109373
	investissement de la masse salariale	%		4,35	4,29	4,52
absentéisme	maladie, maternité, accident du travail et trajet	%	France	5,6	5,3	5,5
épargne salariale	actionnariat salarié	% des collaborateurs actionnaires	France, Espagne, Portugal, Allemagne, Grèce, Italie, Belgique	91	90	91
		% de capital détenu		6,2	6,7	6,9

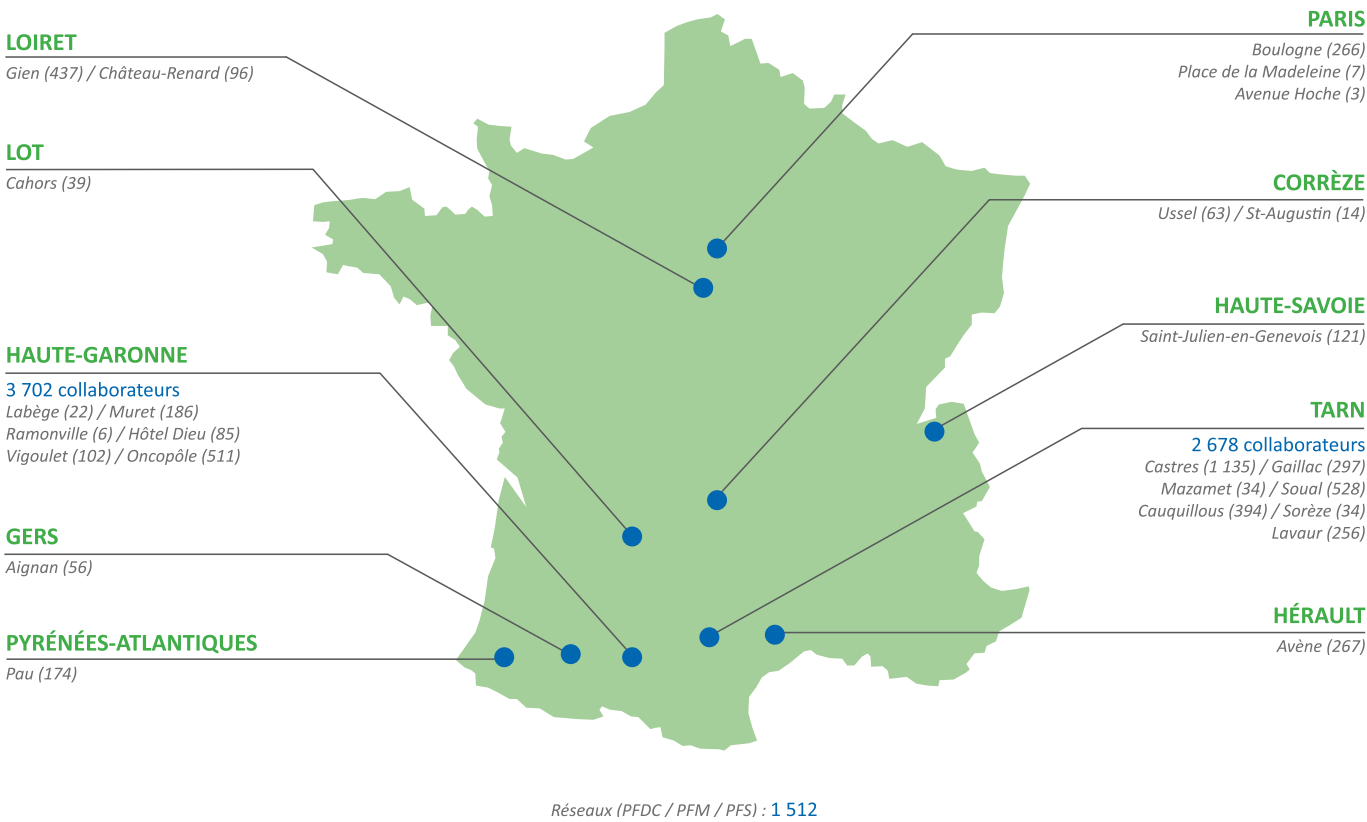
RÉPARTITION DES EFFECTIFS AU 31/12/2012 DANS LE MONDE

Effectifs par zone au 31/12/2012

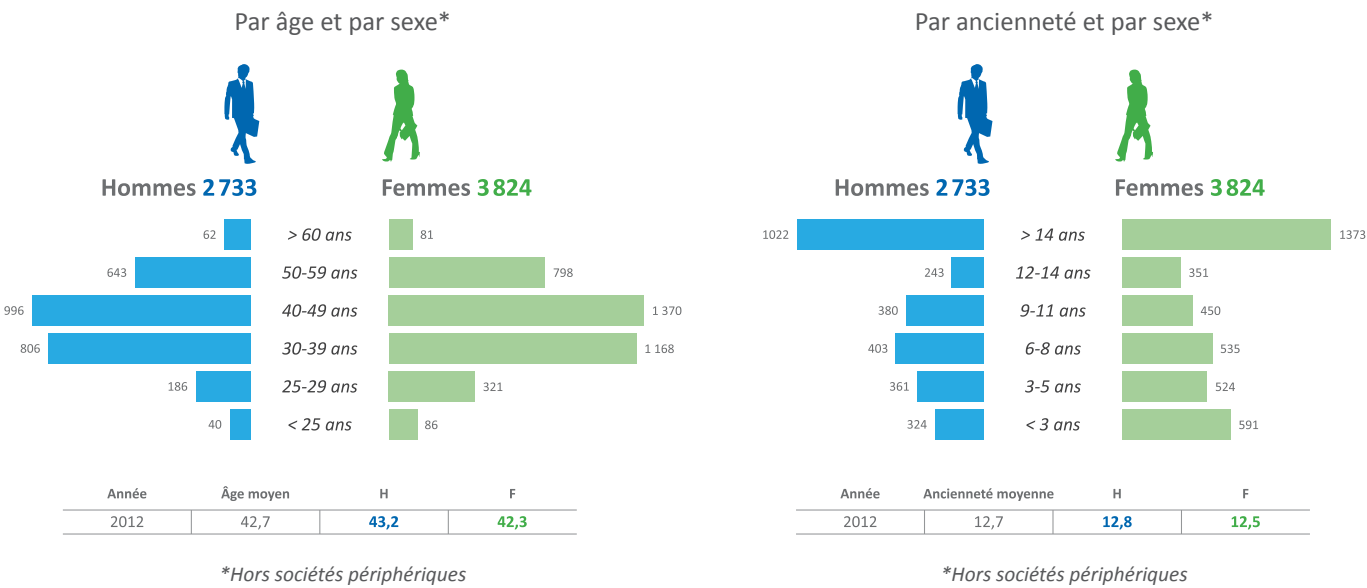


RÉPARTITION DES EFFECTIFS AU 31/12/2012 EN FRANCE

Effectifs par département au 31/12/2012



STRUCTURE DES EFFECTIFS AU 31/12/2012 EN FRANCE



En savoir +
sur www.pierre-fabre.com



Pierre Fabre



LABORATOIRES PIERRE FABRE / BVM COMMUNICATION

www.pierre-fabre.com

