



Agir pour votre santé et votre mieux-être

Rapport d'activité 2011

Sommaire /



>>> www.expanscience.com

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 02 | Entretien avec le président : sur quels atouts capitaliser pour continuer à nous développer ? | 23 | Rhumatologie : comment renforcer notre leadership ? |
| 04 | Faits marquants : de quoi pouvons-nous être fiers en 2011 ? | 26 | Dermo-cosmétique : comment préserver notre capital confiance ? |
| 8 | International : comment élargir notre zone d'action ? | 29 | Dermatologie : quels arguments pour rester une référence ? |
| 12 | Innovation, recherche et développement : comment proposer des produits à forte valeur ajoutée ? | 30 | Dentaire : quels atouts faire valoir sur un marché perturbé ? |
| 15 | Site industriel d'Épernon : en quoi notre production est-elle plus responsable ? | 31 | Actifs cosmétiques : comment valoriser nos avantages concurrentiels ? |
| 16 | Fondation Mustela : comment accompagner l'enfance ? | 32 | 2011 en chiffres |
| 17 | Responsabilité sociétale d'entreprise : pourquoi en faire le pivot de notre stratégie ? | | |

Profil /

Depuis plus de 60 ans, les Laboratoires Expanscience sont reconnus pour leur expertise sur les marchés de la santé et du mieux-être. L'entreprise diffuse à travers le monde ses marques leaders en dermo-cosmétique (Mustela) et en rhumatologie (Piasclédine 300). Son savoir-faire est également reconnu dans les domaines de la dermatologie, du dentaire et de la commercialisation d'actifs cosmétiques.

Son rayonnement à l'international est assuré dans 78 pays distributeurs et via huit filiales. Partout, les Laboratoires Expanscience travaillent aux côtés des professionnels de santé. Ces relations de confiance bâties sur le long terme contribuent chaque jour au mieux-être des patients et des consommateurs.

Au quotidien, ses équipes Recherche et Développement mobilisent leurs compétences en matière d'extraction végétale et leur connaissance des mécanismes de développement et de remodelage des tissus conjonctifs.

Engagé depuis 2004 dans une démarche volontaire de responsabilité sociétale d'entreprise, Expanscience a choisi d'aller plus loin. En 2010, pour renforcer cette démarche et la corrélérer à sa stratégie, l'entreprise a construit un socle d'engagements ambitieux à atteindre à horizon 2015.

Parce que demain est déjà là, nos actions n'attendent pas.

1 950

année de création

885

collaborateurs

56

millions de produits fabriqués

233

millions d'euros de chiffre d'affaires

Jean-Paul Berthomé
Président des Laboratoires
Expanscience

Sur quels atouts capitaliser pour continuer à nous développer ?

En 2011, quels sont les événements marquants pour Expanscience sur les marchés de la santé et du mieux-être ?

Nous observons une croissance sur le marché des cosmétiques et un ralentissement sur le marché des médicaments à l'échelle mondiale. En France, la tendance est, notamment, alimentée par la mise en œuvre d'une politique de santé impactée par la réduction des dépenses publiques.

Dans ce contexte, certaines de nos activités améliorent leurs positions. En rhumatologie, Piasclédine 300 renforce ainsi son leadership dans le traitement

de l'arthrose malgré l'abaissement de son taux de remboursement en 2010 ; il effectue par ailleurs une belle percée à l'international.

Dans le domaine dentaire, Prexidine, également concerné par la mesure prise en 2010, maintient sa position. Le pansement de bouche Hyalugel enregistre, pour sa part, une croissance significative. En dermo-cosmétique, Mustela renforce sa part de marché - avec des résultats particulièrement remarquables en France - en dépit d'un fort ralentissement de la consommation en Europe. Quant à Noviderm, la marque résiste bien à l'export et progresse en Espagne.

Sur quels atouts s'appuie Expanscience pour se développer ?

Nous disposons d'une part de deux marques fortes, portées par leur excellente réputation auprès des professionnels de santé : Piasclédine 300, en rhumatologie, et Mustela, en dermo-cosmétique. Grâce à notre stratégie fondée sur les ingrédients d'origine naturelle, nous répondons d'autre part à l'intérêt croissant des consommateurs pour la naturalité des produits. Un troisième atout réside dans notre capacité d'innovation, qui s'est traduite en 2011 par des lancements réussis : Baume Relipidant Stelatopia



“Nous disposons de deux marques fortes, portées par leur excellente réputation”



et Gel lavant surgras Stelaprotect de Mustela Dermo-Pédiatrie, sans oublier le relancement de la marque Noviderm au Portugal et en Belgique. Il faut enfin mentionner le dynamisme de nos filiales et de nos distributeurs, dont témoigne l'augmentation de la part de l'international dans le chiffre d'affaires (de 37 % à 40 %).

Quelles sont les avancées en matière de développement durable ?

Sur ce thème, qui fait l'objet d'un très fort engagement de la part d'Expanscience, nous avons défini, en 2010, des objectifs à réaliser à l'horizon 2015. Je citerai, à titre d'exemple,

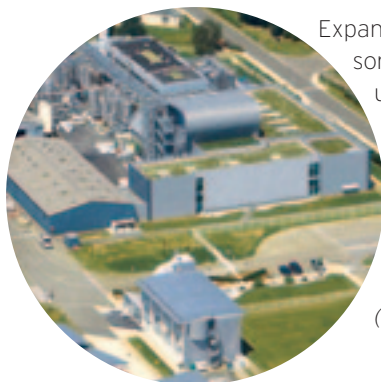
l'éco-conception de nos produits dermo-cosmétiques et l'approvisionnement de nos filières végétales dans le respect de l'Homme et de l'environnement. En 2011, nous avons passé un cap majeur sur ce dernier point en adhérant à l'UEBT (*Union for Ethical BioTrade*). Dans un tout autre domaine, nous avons appliqué une démarche HQE (Haute Qualité Environnementale) au bâtiment abritant notre nouvelle unité de production dédiée aux principes actifs d'origine naturelle. En matière sociale, la première édition du baromètre d'opinion interne va donner lieu à un plan d'action pour améliorer nos fonctionnements et notre environnement de travail.

Quelles sont vos ambitions pour 2012 ?

J'ai toute confiance en la poursuite du développement de nos activités. Et cela tant en France qu'à l'international, levier de croissance essentiel pour l'entreprise. Outre la performance économique, l'innovation et la montée en puissance de notre démarche RSE (responsabilité sociétale d'entreprise), restent les priorités. Nous y parviendrons en renforçant l'évaluation de l'efficacité de nos actions et en veillant à préserver les grands équilibres financiers, autant de gages de pérennité pour Expanscience.

De quoi pouvons-nous être fiers en 2011 ?

INAUGURATION D'UNE NOUVELLE UNITÉ DE PRODUCTION



Expanscience a inauguré sur son site d'Épernon, en 2011, un nouveau bâtiment conçu selon une démarche de Haute Qualité Environnementale (HQE). Cette unité de production est dédiée aux principes actifs d'origine naturelle (lire p. 15). ■

Expanscience témoigne sur l'innovation participative

Comment inciter les salariés à devenir des producteurs d'idées au service de l'entreprise ? En présentant sa démarche d'innovation participative, Expanscience livre, ainsi que d'autres entreprises, des éléments de réponse dans l'ouvrage *Innovation participative - Remettre l'humain au cœur de l'entreprise* - collection « Les carnets de l'info », édition Scrineo (lire p. 16). ■



SOLIDARITÉ AVEC LE JAPON

En signe de solidarité avec le Japon, à la suite du séisme du 11 mars 2011, la Fondation Mustela a versé une aide de 40 000 euros au Japan Emergency Network (JEN). ■

Mustela Dermo-Pédiatrie enrichit sa gamme



Deux nouveaux produits ont investi les linéaires des pharmacies. Développé pour lutter contre la sécheresse extrême des peaux à tendance atopique, le Baume Relipidant Stelatopia apaise et hydrate en profondeur grâce à l'oléodistillat de tournesol associé à la cire de carnauba. Quant au Gel lavant surgras Stelaprotect, il a été spécifiquement développé pour l'hygiène quotidienne du visage, des cheveux et du corps des nourrissons, bébés et enfants à la peau intolérante et réactive. ■

APRÈS-MIDI SOLIDAIRE

Les collaborateurs d'Expanscience se sont mobilisés lors d'un événement solidaire pour améliorer les conditions de vie de personnes en difficulté sociale, économique ou de santé. Autour d'actions concrètes, ils ont apporté leur aide aux résidents de la pension Saint-Joseph, à Versailles, gérée par l'association Habitat et Humanisme. ■

Lancement d'Auxinol

L'efficacité de cette nouvelle gamme dentaire repose sur une molécule inédite jamais commercialisée en France : le delmopinol. En fragilisant la plaque dentaire tout en maintenant l'équilibre de la flore, celle-ci contribue à prévenir l'apparition de pathologies telles que les gingivites et les parodontites (*lire p. 30*). ■



Premier baromètre d'opinion interne

Les collaborateurs d'Expanscience ont été invités à répondre à un questionnaire qui a permis d'établir le premier baromètre d'opinion interne. Ce dispositif doit contribuer à améliorer le fonctionnement de l'entreprise et l'environnement de travail (*lire p. 19*). ■

SERVICES INNOVANTS

PETITE ENFANCE

La Fondation Mustela ouvre un espace communautaire

Sa vocation est d'aider les professionnels de santé spécialisés dans l'enfance à partager leurs connaissances en matière de psychologie, sociologie, sciences humaines cliniques, psychiatrie et pédiatrie. Cet espace permet également d'accéder à différents travaux, notamment ceux produits par les lauréats de la Fondation Mustela (résumés de thèses, publications, etc.).



NOUVELLES TECHNOLOGIES

Du QR code au site mobile, il n'y a qu'un flash

Pour permettre aux consommateurs d'accéder aux informations concernant ses marques et ses produits en tous lieux, Expanscience recourt aux QR codes. En utilisant son smartphone pour « flasher » les supports de communication ou les packagings, il est désormais possible d'accéder aux sites mobiles de Mustela et de Noviderm (Portugal et Belgique).



TRAÇABILITÉ

L'expédition des commandes en toute transparence

Expanscience propose à ses clients pharmaciens un service de *track and trace* : dès que la commande est expédiée, un avis d'expédition est envoyé via un e-mail sur lequel figure le nombre de colis, la date de livraison prévue et le nom du transporteur. Un lien Internet permet de suivre le transport en temps réel.



Expanscience adhère à l'Union pour le BioCommerce Éthique (UEBT)



**SOURCING
WITH RESPECT®**

La démarche « Filières végétales responsables » d'Expanscience a été reconnue en décembre 2011 par l'Union for Ethical BioTrade (UEBT), Union pour le BioCommerce Éthique (*lire l'interview de Rik Kutsch Lojenga, Directeur exécutif de l'UEBT, p. 31*). ■

EFFIPULP OUVRE LA VOIE À UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'ANTI-ÂGE

En stimulant la production d'acide hyaluronique, l'actif de peptides d'avocat regonfle l'épiderme par piégeage des molécules d'eau. Un mécanisme au cœur de l'action repulpante d'Effipulp, le nouvel actif anti-âge développé par Expanscience. Ce dernier affiche également une capacité à détoxifier, c'est-à-dire à restaurer les systèmes de défense de la peau et permettre aux cellules de retrouver leur capacité de synthèse de molécules majeures, comme l'acide hyaluronique. Deux atouts qui laissent augurer d'un beau succès pour ce lancement mondial (*lire pp. 13 et 31*). ■



Noviderm, pour une dermatologie responsable

La marque Noviderm a été relancée en Belgique et au Portugal avec un positionnement fort et novateur : « Une nouvelle efficacité prouvée, issue de la nature, plus respectueuse de l'Homme et de l'environnement ». Le développement de cette gamme repose sur les savoir-faire d'Expanscience (maîtrise du végétal et physiologie de la peau) et intègre la démarche de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) d'Expanscience. ■





UN PARTENARIAT AU BÉNÉFICE DES PATIENTS ARTHROSQUES

Expanscience et l'Association Française de Lutte Anti-Rhumatismale (Aflar) ont choisi de s'associer dans la durée. Objectif: définir et mener des actions concrètes en vue d'améliorer le quotidien des patients arthrosiques et de mieux faire comprendre cette pathologie (*lire pp. 23-25*). ■



LA RECHERCHE À L'HONNEUR

En vue de participer au développement de la recherche clinique et fondamentale, comme chaque année, Expanscience a soutenu des travaux de recherche dans ses domaines d'activité en remettant le Prix Arthrose, le Prix Expanscience en dermatologie et le Prix ParoActiv'. ■

SERVICES INNOVANTS

FACEBOOK

Mustela en pleine lumière sur les réseaux sociaux

Après Youtube et Wikipedia, Mustela dispose désormais d'une page Facebook France. Plus de 60 000 fans bénéficient ainsi d'informations et de réponses personnalisées via un dialogue en temps réel animé par un *community manager*. La marque est aussi présente sur Facebook États-Unis, Italie, Taiwan et Russie.



OUTIL

Un e-aide de visite pour les dermatologues

Dans le cadre du relancement de la marque, Noviderm a mis au point un aide de visite électronique. Grâce à cet outil, les dermatologues belges et portugais bénéficient d'une visite interactive adaptée à leurs attentes. Ils accèdent également à une riche base documentaire qu'ils peuvent instantanément recevoir par e-mail.



SERVICE

Aide à la création de sites web pour les rhumatologues

En partenariat avec une agence web, le projet Canal Médecine permet à Expanscience d'offrir aux associations de rhumatologues la possibilité de créer gratuitement leur site Internet. Grâce à l'accès à un service spécifique et à la présence d'un expert web lors des réunions d'information, ce projet peut être mené à bien en seulement deux à trois heures.



Qu'il s'agisse de son offre pharmaceutique ou dermo-cosmétique, Expanscience ne cesse d'amplifier son développement à l'international, notamment dans les pays émergents à fort potentiel. L'offensive commerciale s'est poursuivie, en 2011, avec le lancement de nouveaux produits et l'ouverture de nouveaux marchés. L'activité globale à l'export a progressé pour s'établir à 40 % du chiffre d'affaires consolidé.

Comment élargir notre zone d'action ?



Belgique

- **Création de la filiale:** 1963 • **Basée à:** Bruxelles (Zellik)
- **Marques commercialisées:** Mustela et Noviderm
- **Temps forts:** le relancement de la marque Noviderm a été l'événement phare de l'année, avec un très bon accueil de la part des pharmaciens, des médecins et des consommateurs. Malgré la crise qui a durement frappé le marché de la pharmacie, Mustela a su résister grâce à la gamme Dermo-Pédiatrie et à Stelaprotect, notamment.

Espagne

- **Création de la filiale:** 1971 • **Basée à:** Madrid
- **Marques commercialisées:** Mustela et Noviderm
- **Temps forts:** dans un pays très affecté par la crise et où beaucoup de pharmaciens traversent des difficultés, les marques d'Expanscience font preuve d'une bonne résistance en raison, notamment, d'une nette augmentation des ventes dans les parapharmacies. À noter également, la bonne performance de Noviderm, qui fait l'objet d'un soutien marqué de la part des dermatologues.

Suisse

- **Création de la filiale:** 1971 • **Basée à:** Genève
- **Marque commercialisée:** Mustela
- **Temps forts:** forte d'une belle année 2011, Mustela 9 Mois s'installe comme une gamme de référence dans l'accompagnement de la peau des futures et jeunes mamans. Les résultats sont en progression dans la partie alémanique du pays, qui devrait constituer le relais de croissance de la marque dans les prochaines années.

Portugal

- **Création de la filiale:** 1977 • **Basée à:** Lisbonne
- **Marques commercialisées:** Mustela et Noviderm
- **Temps forts:** comme en Belgique, le relancement de la marque Noviderm est l'événement clé de 2011, avec des premiers résultats très encourageants malgré la crise. Par ailleurs, la mise en place d'une nouvelle stratégie marketing et commerciale a permis d'améliorer l'efficacité de la gestion de la relation client.



8
filiales

78
pays distributeurs

35
pays dans le monde
où Piasclédine 300
est distribué

États-Unis / Canada

- **Création de la filiale:** 1988 • **Basée à:** New York
- **Marque commercialisée:** Mustela
- **Temps forts:** après avoir renoué avec la croissance en 2010, la filiale nord-américaine réalise une très bonne performance. C'est la conséquence d'une politique de distribution renouvelée qui a conduit au référencement de Mustela dans les enseignes d'importantes chaînes de pharmacies, aux États-Unis et plus particulièrement au Canada.

Italie

- **Création de la filiale:** 1993 • **Basée à:** Milan
- **Marque commercialisée:** Mustela
- **Temps forts:** quatrième acteur du marché dermo-cosmétique, en passe de devenir le troisième, Expanscience est le seul laboratoire dont les marques progressent, en partie grâce à l'augmentation du nombre de points de vente en pharmacie. Les gammes Mustela Bébé et Dermo-Pédiatrie s'illustrent particulièrement. Stelatopia est aujourd'hui une référence dans le traitement de la dermatite atopique en Italie.

Mexique

- **Création de la filiale:** 2002 • **Basée à:** Mexico
- **Marques commercialisées:** Mustela, Piasclédine 300 et Orangel
- **Temps forts:** malgré la crise économique qui frappe le pays et la forte concurrence d'un nouvel acteur, les résultats sont très satisfaisants. Les meilleurs sont à mettre au crédit de Mustela Bébé et de Mustela Dermo-Pédiatrie. Une organisation de la distribution optimisée et un réseau de points de vente densifié ont permis de dépasser le seuil du million d'unités vendues pour la marque Mustela.

Pologne

- **Création de la filiale:** 2009 • **Basée à:** Varsovie
- **Marque commercialisée:** Mustela
- **Temps forts:** la filiale continue à gagner des parts de marché. En termes d'unités vendues, les gammes Mustela Bébé et Mustela 9 Mois – historiquement la plus importante – enregistrent une croissance bien supérieure à celle du marché. Un nombre important de nouveaux points de vente et une stratégie commerciale renforcée sont les deux principaux facteurs qui contribuent à l'essor de la gamme Mustela Bébé.



Stelatopia

Campagne Baume
Relipidant Stelatopia.



**Résumé des
deux principales
études** d'efficacité
sur Piasclédine 300.



Afin d'assurer son développement à l'international, Expanscience collabore étroitement avec les distributeurs partenaires sélectionnés dans chaque pays. Le soutien qui leur est apporté passe notamment par des formations aux pathologies et aux produits.

En matière d'accompagnement des professionnels de santé, les filiales ne sont pas en reste, à l'image des sessions de formation organisées en Belgique en 2011. Après un exposé sur les allergies chez l'enfant, 450 pharmaciens ont assisté à une présentation de la gamme Stelaprotect de Mustela Dermo-Pédiatrie : l'occasion de mettre en avant l'expertise d'Expanscience sur un segment de marché à fort potentiel.

Dans les pays concernés par un ralentissement, voire une contraction de la demande, il s'agit également d'aider les professionnels de santé à se repositionner. D'où, par exemple, l'organisation de deux symposiums à Lisbonne et à Porto sur le thème « Comment croître dans une conjoncture difficile ». Ces rencontres ont permis de présenter les dernières évolutions de la distribution, les piliers de la bonne gestion d'une officine et les services proposés par Expanscience.

Piasclédine 300 gagne du terrain

Piasclédine 300 a gagné des parts de marché sur l'ensemble de ses zones d'influence :

Proche et Moyen-Orient, Europe de l'Est, Asie et Amérique latine. Dans cette dernière région, le produit a fait son entrée au Guatemala et au Costa Rica. Il a également obtenu une Autorisation de Mise sur le Marché aux Philippines. Fort de cette belle année à l'export, Piasclédine 300 est désormais présent dans 35 pays.

Un déploiement de la glucosamine en bonne voie

Avec la glucosamine, principe actif dont l'efficacité est reconnue pour soulager les douleurs liées à l'arthrose légère à modérée du genou, Expanscience a enrichi son panel de spécialités dans le domaine de la rhumatologie. La glucosamine d'Expanscience se



Claudia Aigner
Responsable du marketing
des produits éthiques,
CSC Pharmaceuticals CEE*

Pour CSC Pharmaceuticals Central and Eastern Europe, le segment thérapeutique de la douleur et de l'inflammation est stratégique. Notre partenariat avec les Laboratoires Expanscience a débuté en 2003, en Pologne. Il s'est poursuivi en Roumanie, en Bulgarie, en Russie, en Slovaquie, en Lituanie et en République tchèque puis, en 2011, en Serbie (en association avec

notre partenaire local Bonifar). Malgré un environnement économique très concurrentiel et des dépenses de santé par habitant inférieures à la moyenne européenne, les ventes de Piasclédine 300 en Europe de l'Est ont continué à croître en 2011. Nous entretenons d'excellentes relations avec Expanscience, un partenaire stratégique à l'attitude ouverte et focalisée sur les objectifs à atteindre. Nous apprécions particulièrement sa capacité de coopération, notamment sur le développement d'outils communs et l'amélioration conjointe de nos pratiques dans l'optique d'une croissance pérenne. ■

* CSC Pharmaceuticals CEE, filiale du groupe italien Angelini, est une société pharmaceutique multinationale présente principalement en Europe centrale et de l'Est.

"Un partenaire
stratégique
à l'attitude ouverte"



fait une place malgré une concurrence très agressive dans des pays tels que le Portugal, l'Allemagne, la République tchèque, la Slovaquie et la Pologne.

Rayonnement mondial pour Mustela

Comme l'année précédente, Mustela enregistre une progression à deux chiffres de ses ventes à l'export en 2011. Cette croissance est cinq fois supérieure à celle du marché européen et trois fois supérieure à celle des huit pays où Expanscience compte des filiales. Cinq nouveaux marchés ont été ouverts au cours de l'année. En Europe, beaucoup de pharmacies sont pénalisées par le durcissement des politiques de santé

et la concurrence ne cesse de s'y intensifier. Dans ce contexte, l'aptitude à innover, qui caractérise la marque, s'impose comme un atout déterminant. L'enjeu: continuer à commercialiser de nouveaux produits en tenant compte des attentes du public autour de la naturalité.

Mexique

> Le merchandising au service de la croissance

Pour améliorer la visibilité de la marque Mustela et développer la notoriété de ses gammes, la filiale mexicaine a lancé un programme d'investissements dans les points de vente. La méthode: faire découvrir les produits aux consommatrices en les incitant à renforcer leurs connaissances sur la peau des bébés. Indicateur de succès: Mustela a déjà enregistré une progression à deux chiffres dans l'une des plus importantes chaînes de pharmacies de Mexico, Farmacia San Pablo. À terme, l'ambition est de faire de la marque le leader sur le marché des soins du bébé et de la femme enceinte.



Comment proposer des prod à forte valeur ajoutée ?

Dans les domaines de la santé et du mieux-être, les prescripteurs et consommateurs attendent des produits porteurs d'excellence au plan technique, mais aussi scientifique et déontologique. C'est tout le sens de l'engagement de l'innovation, recherche et développement d'Expanscience. Sous son impulsion, l'entreprise conforte son leadership commercial tout en investissant dans les connaissances scientifiques et la recherche fondamentale ou appliquée.

Pour nourrir son activité en matière d'innovation, recherche et développement, Expanscience s'appuie sur sa maîtrise du végétal. Cette expertise couvre toute la chaîne de production et se traduit par l'application de technologies d'extraction raisonnée, de dispositifs visant à encadrer la qualité des principes actifs et la sécurité des consommateurs, et de méthodes d'analyse de l'efficacité et de la sécurité des produits.

De l'arthrose aux maladies parodontales en passant par l'acné et la dermatite atopique, les équipes disposent d'une connaissance approfondie des mécanismes biologiques, physiologiques et physiopathologiques à l'œuvre dans les différents champs d'intervention d'Expanscience. Elles contribuent

ainsi à faire avancer la réflexion sur les nouvelles molécules actives.

Sourcing responsable et naturalité

Au cours de l'année écoulée, la R et D s'est efforcée d'accompagner le développement de Plasclédine 300 en France et à l'international, l'enjeu étant à la fois de répondre aux interrogations des autorités réglementaires et de soutenir les ventes. Aboutissement de plusieurs années d'études, une nouvelle source d'approvisionnement végétal a été identifiée et validée. Cette avancée s'inscrit dans une démarche de mise en place des filières responsables en s'appuyant sur la norme de responsabilité sociétale ISO 26000. Depuis 2010, et sous l'impulsion d'un « sourceur »

8

brevets déposés en France
pour la seule année 2011

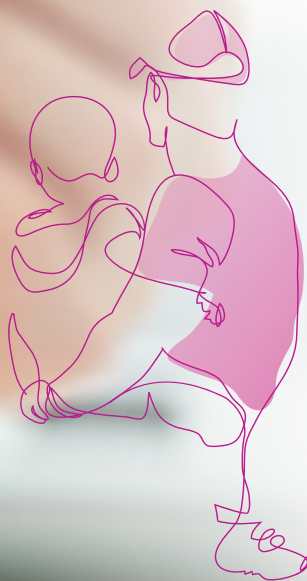
46

publications scientifiques
depuis 1997, dont trois en 2011

4,6%

du CA investi en R et D

uits



situé à Mexico, l'entreprise déploie ainsi des actions de terrain dans les pays fournisseurs d'Amérique latine et d'Afrique.

En 2011, l'accent a également été mis sur la naturalité, comme en témoigne la mise au point d'un nouvel actif à base de peptides d'avocat, Effipulp. Du *sourcing* à l'actif lui-même (sans conservateur ni antioxydant) en passant par la fabrication selon un procédé « vert » garanti sans solvant, la démarche de responsabilité sociétale d'entreprise irrigue l'ensemble de la production.

Une crédibilité scientifique bien établie

Avec 71 brevets déposés depuis 1997, dont huit pour la seule année 2011, Expanscience manifeste une forte dynamique d'investis-

sement et d'innovation. L'extraction « verte », les nouveaux principes actifs et les nouvelles formulations sont au cœur de cette activité, qui a déjà donné lieu à 547 extensions internationales depuis 1997. Signe de reconnaissance de la part de la communauté scientifique, plusieurs publications de renom ont ouvert leurs colonnes aux travaux d'Expanscience. Les spécificités de la peau du bébé, qui font l'objet d'un projet de recherche fondamentale sur plusieurs années, ont été particulièrement mises à l'honneur.

En 2011, les collaborateurs d'Expanscience ont présenté 74 posters et donné sept conférences – dont trois lors du Congrès mondial de dermatologie à Séoul. Cette dernière manifestation a été l'occasion de

Graine d'ID

> Un riche millésime

Lancée en 2007, Graine d'ID est une démarche permettant à tous les collaborateurs de s'exprimer afin de rendre l'entreprise plus performante, mais aussi plus responsable et plus solidaire. Six idées ont été distinguées en 2011, à l'issue de la cinquième édition dédiée à la RSE et au mécénat. Le premier prix a récompensé une méthode d'émulsion à froid grâce à laquelle le temps de fabrication est divisé par quatre et les consommations d'eau et d'énergie réduites. Deux autres idées dédiées au bien-être des enfants ont été primées par la Fondation Mustela. Tous les projets retenus donneront lieu à des réalisations concrètes courant 2012.

Innovation R et D /



**Olivier
Dubigeon**

**Expert international
responsabilité sociétale**

et fondateur de Sustainway*

Mener à bien une politique de filières végétales responsables suppose de valoriser la *supply chain* au plan économique et sociétal. L'enjeu est double : réduire la pression exercée sur les acteurs (des fournisseurs aux consommateurs) et favoriser localement un développement soutenable. Dans cette perspective, le recours au référentiel international ISO 26000 permet de déployer des actions de terrain conformes aux attentes des parties prenantes et de partager avec elles les avantages tirés de l'exploitation des ressources végétales.

À la transaction commerciale s'ajoute une transaction sociétale qui permet de renforcer progressivement la confiance dans le cercle des partenaires et parties prenantes : plus collaborative, la résolution des questions posées devient plus innovante et plus pertinente. Tel est l'objectif qui a conduit Expanscience à adosser son référentiel « Filières responsables » à l'ISO 26000. En le déclinant au cœur de ses pratiques de *sourcing*, l'entreprise s'est donné toutes les chances d'honorer ses engagements de manière intègre. ■

présenter 42 e-posters. L'objectif : valoriser l'activité IR et D de l'entreprise au cours des quatre années précédentes (travaux de recherche sur de nouveaux modèles, études cliniques, développement d'actifs, etc.).

L'innovation participative en action

Loin de limiter l'innovation aux travaux de recherche et au développement des produits, Expanscience s'efforce d'encourager l'expression de l'ensemble de ses collaborateurs en vue d'optimiser les performances dans tous les domaines. C'est

notamment la vocation de Graine d'ID (*lire encadré p. 13*). En 2010, l'entreprise avait été primée dans le cadre des trophées de l'Innovation participative organisés par l'association professionnelle Innov'Acteurs. En 2011, Philippe Msika, Directeur Innovation, Recherche et Développement, s'est vu proposer de présider le jury. Expanscience a également ouvert son site d'Épernon pendant une journée afin d'exposer les spécificités de sa démarche à des sociétés adhérentes d'Innov'Acteurs. Les visiteurs ont notamment découvert différentes réalisations concrètes issues de la créativité des collaborateurs.

* Société de conseil en intégration stratégique et pilotage opérationnel de démarches RSE. Olivier Dubigeon conseille Expanscience pour définir et mettre en place sa politique de filières végétales responsables.

> Flashez ce code pour découvrir le film sur le savoir-faire végétal d'Expanscience



Site industriel d'Épernon /

70 %

des volumes totaux
d'Expanscience sont produits
par le site d'Épernon

150

capteurs sont disposés sur le site
pour suivre les consommations
d'électricité, gaz, air comprimé,
vapeur et eau

En quoi notre production est-elle plus responsable ?

94 %

des besoins en chauffage pour la
nouvelle unité sont récupérés
sur le process industriel

En 2011, une nouvelle unité dédiée aux principes actifs d'origine naturelle a été inaugurée sur le site d'Épernon. Ce bâtiment permet de produire des insaponifiables d'avocat et de soja* – savoir-faire historique d'Expanscience – à travers la mise en œuvre d'un procédé exclusif de distillation moléculaire et d'extraction végétale. Cet investissement de 23 millions d'euros répond à plusieurs objectifs : l'augmentation de la capacité de production, la réduction de l'impact environnemental de l'entreprise, conformément à ses engagements (*lire p. 22 du rapport*), et la mise aux normes réglementaires.

Une empreinte écologique améliorée

Conçu selon une démarche Haute Qualité Environnementale (HQE), ce bâtiment

de 3 800 m² réduira de 50 % les consommations d'eau et de 18 % les dépenses d'énergie sur la ligne de production. Il contribuera par ailleurs à l'obtention de la certification ISO 14001, visée en 2012 par Expanscience pour son site de production.

Une capacité de production augmentée

Ce projet industriel à forte dimension technique et technologique permet à Expanscience d'augmenter ses capacités de production d'insaponifiables d'avocat et de soja de 30 % en réduisant de deux jours par semaine le temps de production. À terme, l'entreprise pourra installer une deuxième ligne de production démultipliant ainsi les unités de vente produites.

Une réponse aux exigences réglementaires internationales

Enfin, cette nouvelle unité de production contribue à la mise en conformité avec les normes les plus récentes : réglementation (Afssaps, EU) pour un standard de qualité du site de production pharmaceutique, Reach pour la maîtrise des risques liés aux filières de fabrication et d'approvisionnement des substances chimiques et Dreal pour une limitation des rejets atmosphériques de composés organiques volatils (COV).

* Les insaponifiables contiennent les principes actifs entrant dans la composition de Plasclédine 300.

Fondation Mustela /

Comment accompagner l'enfance ?



Anne de Truchis

Pédiatre à l'hôpital du Vésinet

Le service de soin en périnatalité s'adresse à des femmes enceintes ou à des mères hospitalisées avec leur nouveau-né pour des pathologies obstétricales, médicales, psychiatriques, ou encore pour des pathologies du nourrisson, généralement liées à une fragilité psychosociale. Ces patientes doivent pouvoir exprimer les sentiments liés à l'arrivée du bébé. Grâce au soutien de la Fondation Mustela, nous avons pu confier à deux artistes la construction d'un atelier qui permet aux mères de se faire prendre en photo, de laisser une trace en peinture de leur passage, de repartir avec un album d'images fabriqué de leurs mains. Pour beaucoup, il s'agit d'une véritable expérience de réparation. ■

Placée sous l'égide de la Fondation de France, la Fondation Mustela agit depuis trente ans en faveur du bien-être du jeune enfant.

Encourager la recherche

La Fondation Mustela soutient la recherche, depuis 1982, par l'octroi de bourses universitaires à des doctorants ou chercheurs confirmés. En 2011, deux bourses de recherche ont été attribuées pour une valeur totale de 18 000 euros. Doctorante en histoire, Céline Dubois s'intéresse aux pratiques rituelles et aux gestes funéraires concernant le fœtus et l'enfant dans le monde grec archaïque et classique. Julie Salla, doctorante en psychologie clinique, travaille sur l'articulation entre les enjeux de réussite, la parentalité et la santé de l'enfant. Le Prix de Recherche-Action (8 000 euros) a été attribué à Sandrine Vatageot, psychologue clinicienne, pour son projet sur la prise en charge précoce et intensive des familles confrontées à de graves difficultés parentales.

Favoriser la prévention

L'actualisation des supports d'information s'est poursuivie à travers la réédition de deux posters : « Prendre le temps d'être parents » et « L'enfant se construit par le jeu ». En outre, trois dossiers thématiques sur la grossesse et les addictions, les troubles du sommeil et l'enfant dans la maison (au format jeu) ont été déclinés en version interactive sur le site de la Fondation Mustela. L'année écoulée a également vu la publication du livre *Mille et une façons de bien s'occuper des bébés*, de Marie-Rose Moro. Clinicienne et universitaire, l'auteure présente les principales difficultés liées à la maternité en situation transculturelle : mères migrantes, couples mixtes, adoptions internationales, etc., et plaide pour une prévention et une clinique adaptées.

S'engager sur le terrain

Depuis 2006, la Fondation Mustela remet un Prix de Pédiatrie Sociale (10 000 euros), en partenariat avec la Société Française de

Pédiatrie. Objectif : promouvoir la « bientraitance » de l'enfant. En 2011, c'est le docteur Houria Ghoti qui a été distingué pour un projet d'amélioration de la gestion des temps d'attente aux urgences pédiatriques du centre hospitalier de Saint-Denis. Également soutenu (10 000 euros), un projet d'arts plastiques en faveur du lien mère-enfant à l'hôpital du Vésinet (*lire témoignage ci-contre*).

À l'international, la Fondation Mustela a réitéré son appui à Asmae-Sœur Emmanuelle (20 000 euros) en soutien à deux projets aux Philippines et à Madagascar. Enfin, la Fondation Mustela a versé une aide de 40 000 euros au Japan Emergency Network à la suite du séisme du 11 mars 2011.

>>> www.fondationmustela.com

Responsabilité sociétale d'entreprise /



Pourquoi en faire
le pivot de notre stratégie ?

Responsabilité sociétale d'entreprise /

Formalisée en 2007, la politique de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) d'Expanscience l'engage aujourd'hui à tous les niveaux. Cette démarche est née de la volonté de mesurer et de réduire l'impact environnemental et social des activités de l'entreprise. Dans un contexte de renchérissement des matières premières et d'épuisement des ressources naturelles, elle répond également à un enjeu économique.



Nos produits pour nos patients et consommateurs

Expanscience veille à l'innocuité de ses ingrédients et produits pour l'Homme et pour l'environnement. Une préoccupation qui se traduit par l'application de la démarche de RSE à toutes les étapes du cycle de vie de ses produits. Les nouvelles références de soins Noviderm, lancées en 2011 en Belgique et au Portugal, en sont un exemple majeur (*lire p. 28*).

En 2011, Expanscience a poursuivi sa politique en matière de packaging en allégeant le poids de certains flacons de la marque Mustela et en intégrant du plastique recyclé, pour les nouvelles gammes Noviderm notamment. Pour progresser dans l'éco-conception de ses futures gammes dermo-cosmétiques, l'entreprise a par ailleurs réalisé deux analyses de cycle de vie sur des produits Mustela et Noviderm.

Dans le domaine pharmaceutique, l'année a été marquée par la signature d'un partenariat avec l'Association Française de Lutte Anti-Rhumatismale (Aflar). L'objectif: mieux faire comprendre l'arthrose et améliorer sa prise en charge (*lire pp. 23-25*).



Nos achats, nos approvisionnements

Afin d'améliorer la soutenabilité de ses filières d'approvisionnement en matières premières végétales, Expanscience les soumet à son référentiel de *sourcing* responsable, adossé à la norme ISO 26 000. Un nouveau cap a été franchi en 2011 avec l'adhésion à l'UEBT (*Union for Ethical BioTrade*). Pour pouvoir rejoindre cette organisation inspirée par une initiative des Nations Unies, l'entreprise s'est prêtée à un audit portant sur neuf indicateurs. Parmi eux, le respect de la biodiversité, des droits humains, des savoir-faire traditionnels, du partage équitable des revenus tout au long de la chaîne d'approvisionnement, etc. En plus de faire reconnaître la crédibilité de sa démarche « Filières végétales responsables », Expanscience s'est ainsi doté d'outils nécessaires à l'évaluation et à l'amélioration continue de ses pratiques.

• Dans le cadre de sa démarche d'achats responsables, Expanscience a analysé son portefeuille de fournisseurs suivant des critères économiques mais aussi sociaux et environnementaux. Ceci permettra d'affiner un plan d'action.

• Expanscience devient membre officiel de l'UEBT (*Union for Ethical BioTrade*) et réaffirme ainsi son engagement en faveur de la biodiversité. Depuis décembre 2011, l'entreprise est, le premier laboratoire pharmaceutique français à obtenir cette reconnaissance.

-50%

 d'eau

et -18 % d'énergie, ce sont les économies prévues sur la nouvelle ligne de production dédiée aux principes actifs d'origine naturelle à Épernon

-8%

d'émissions de gaz à effet de serre entre 2008 et 2010 (en valeur globale), d'après les résultats du dernier bilan carbone



Nos pratiques environnementales

Expanscience a engagé des actions pour réduire son impact environnemental tout en améliorant la performance de ses activités. En 2011, la nouvelle unité de production dédiée aux principes actifs d'origine naturelle a été inaugurée à Épernon, au sein d'un bâtiment conçu selon une démarche de Haute Qualité Environnementale (HQE). Au programme: une toiture végétalisée pour favoriser l'isolation, un circuit de réutilisation des eaux de pluie et une pompe à chaleur permettant de récupérer l'énergie du process. Parallèlement, Expanscience a lancé un chantier de réflexion auprès des collaborateurs de son site d'Épernon en vue d'identifier des pistes d'amélioration pour limiter l'impact environnemental de ses activités.

Toujours à Épernon, les Laboratoires Expanscience ont inauguré une installation de prétraitement des eaux usées. Grâce au procédé mis en place, plus de 80 % des sulfates sont éliminés tandis que la charge polluante globale est réduite de près de moitié.



Notre responsabilité sociale

Afin d'honorer ses engagements à l'horizon 2015, Expanscience a réalisé un baromètre d'opinion interne. L'enjeu: mieux connaître l'opinion de ses collaborateurs sur leur travail et leur environnement professionnel puis définir un plan d'action pour répondre aux préoccupations exprimées. L'engagement de l'entreprise en faveur de la qualité de vie au travail a également pris la forme de conférences (sur les postures au travail, la nutrition et la peau de l'enfant par exemple).

Expanscience a par ailleurs mené plusieurs actions en vue de renforcer le dialogue avec ses parties prenantes. Partenaire du collège Michel-Charles d'Épernon (éco-école associée à l'Unesco), l'entreprise a ainsi accueilli les élèves à deux reprises cette année pour leur présenter ses métiers et sa démarche de RSE.

Dans le domaine de la solidarité, vingt collaborateurs ont consacré une après-midi à l'amélioration des conditions de vie de personnes en difficulté, en lien avec l'association Habitat et Humanisme.

Indicateurs clés de responsabilité

Quels enjeux et actions ?

Nos **produits**
pour nos patients
et nos consommateurs

- **Qualité**
des produits
- **Naturalité**
Formulation des produits
- **Emballages**
 - les réduire
 - les réutiliser
 - les recycler

Nos **achats,**
nos **approvisionnements**

- **Supports de communication**
Intégration de critères environnementaux
- **Achats responsables**
 - Soutenabilité de l'approvisionnement en matières premières végétales
 - Intégration des critères RSE dans le choix des prestataires et fournisseurs

Nos **pratiques**
environnementales

- **Déplacements**
Flotte de véhicules de l'entreprise
- **Eau***
Réduction de la consommation d'eau
- **Energie***
Réduction des consommations de gaz et d'électricité
- **Déchets ***
Réduction de la production de déchets
- **Eco-Innovation**
Dépôt de brevets de technologies plus respectueuses de l'homme et de l'environnement

Notre **responsabilité**
sociale

- **Management**
Amélioration de nos pratiques de management
- **Diversité**
 - Veiller à un équilibre hommes/femmes
 - Maintenir un équilibre intergénérationnel entre les collaborateurs
- **Investissement Socialement Responsable (ISR)**
Intégration de produits ISR dans les outils financiers de l'entreprise

Gouvernance

- **Management de la RSE**
Groupe projet interne (équipes transversales) et réunions de comité de direction
- **Dialogue avec les parties prenantes**
Groupe consultatif d'une quinzaine de personnes (ONG, experts...)

sociétale d'entreprise (RSE)

Quels indicateurs de mesure ?

Pour quels résultats ?

	2010	2011	Progression 2010/2011
<ul style="list-style-type: none"> Pourcentage d'effets indésirables de nos produits ramené au nombre d'unités globales vendues (hors pharmaceutique, actifs cosmétiques et objets promotionnels) 	<ul style="list-style-type: none"> 0,0006 % 	<ul style="list-style-type: none"> 0,0006 % 	=
<ul style="list-style-type: none"> Pourcentage moyen de matières premières d'origine naturelle dans les produits dermo-cosmétiques (% naturalité) par marque 	<ul style="list-style-type: none"> Noviderm : 81 % Mustela : 84 % 	<ul style="list-style-type: none"> Noviderm : 91 % Mustela : 84 % 	+ =
<ul style="list-style-type: none"> Economies de matériaux réalisées Quantité de matières consommées provenant de matières recyclées (Mustela, Noviderm) Taux de recyclabilité des flacons cosmétiques (selon critères du marché français) 	<ul style="list-style-type: none"> 9 t. de plastique; 3,9 t. de papier 4 t. de plastique recyclé 89 % 	<ul style="list-style-type: none"> 3,41 t. de plastique; 25,17 t. de viscose; 35,43 t. de polyester; 51,5 t. de carton 6,55 t. de plastique recyclé 90,2 % 	+ + +
<ul style="list-style-type: none"> Part des supports de communication (plaquettes, brochures...) imprimée sur du papier issu de forêts durablement gérées (PEFC, FSC...) 	<ul style="list-style-type: none"> 76 % de dossiers papier PEFC ou FSC 24 % de dossiers imprimés en numérique (non certifiable) 	<ul style="list-style-type: none"> 100 % des impressions réalisées sur papier PEFC ou FSC 	+
<ul style="list-style-type: none"> Pourcentage de filières végétales d'Expanscience ayant été diagnostiquées et ayant mis en place un plan d'action de RSE Pourcentage d'appels d'offres incluant un questionnaire RSE 	<ul style="list-style-type: none"> - - 	<ul style="list-style-type: none"> 35%, Expanscience est devenu membre de l'Union for Ethical Bio Trade (UEBT) 100 % 	
<ul style="list-style-type: none"> Émissions de gaz à effet de serre de la flotte de véhicules de location longue durée (gramme CO₂/km) Litres d'eau /100 unités produites 	<ul style="list-style-type: none"> 131 g 164 l 	<ul style="list-style-type: none"> 126 g 187 l 	+ -
<ul style="list-style-type: none"> Énergie totale consommée (en kWh) / 100 unités produites Gaz (en kWh) /100 unités produites Électricité (en kWh) /100 unités produites 	<ul style="list-style-type: none"> 55,8 kWh 37,5 kWh 18,3 kWh 	<ul style="list-style-type: none"> 57,3 kWh 36,8 kWh 20,5 kWh 	- + -
<ul style="list-style-type: none"> Déchets en kg /100 unités produites, dont : recyclage (selon critères du marché français), valorisation, ultimes Pourcentage de dépôt de ces brevets de technologies «éco-innovantes» sur le total des brevets déposés 	<ul style="list-style-type: none"> 2,31 kg 40 % 	<ul style="list-style-type: none"> 2,48 kg dont : 54 % valorisés; 40 % recyclés; 6 % ultimes 57 % 	- +
<ul style="list-style-type: none"> Pourcentage de salariés bénéficiant d'un entretien d'évaluation annuel Pourcentage hommes/femmes Pourcentage de collaborateurs seniors Part de placement de la trésorerie Expanscience dans un fonds ISR 	<ul style="list-style-type: none"> 92 % 58 % femmes et 42 % hommes, dont cadres: femmes 17 %, hommes: 12 % 8,8 % 40 % 	<ul style="list-style-type: none"> 89 % 58 % femmes et 42 % hommes, dont cadres: femmes 17 %; hommes 11 % 9,8 % 24 % 	- = + -
<ul style="list-style-type: none"> Nombre de réunions dédiées à la RSE/an 	<ul style="list-style-type: none"> 5 réunions groupe Projet et 2 réunions comité de direction 	<ul style="list-style-type: none"> 4 réunions groupe Projet et 3 réunions comité de direction 	=
<ul style="list-style-type: none"> Nombre de réunions dédiées à la RSE/an au niveau corporate 	<ul style="list-style-type: none"> 2 	<ul style="list-style-type: none"> 1 	-

Responsabilité sociétale d'entreprise /

> Flashez ce code
pour visionner
le film sur notre
démarche RSE



**Dr. Erwan
Saouter**

CEO-fondateur du cabinet
Sciences et Environnement

Spécialiste de l'étude de l'impact sur l'environnement des substances chimiques employées dans l'industrie, j'ai accompagné Expanscience pour les premières analyses de cycle de vie de ses produits. Si la mobilisation de l'entreprise en matière de développement durable m'impressionne, c'est qu'elle va bien au-delà de la simple communication. Expanscience a compris que l'éco-conception relevait d'une question de survie sur le long terme, dans la mesure où la pression due à la raréfaction des ressources et aux contraintes réglementaires ne va pas cesser de s'intensifier. ■

Quels sont nos engagements ?

Pour amplifier sa démarche de responsabilité sociétale d'entreprise et mieux la corréler à sa stratégie d'entreprise, Expanscience a construit, en 2010, un socle d'engagements à atteindre.

D'ici à 2015 :

- > **100 % des nouveaux produits en dermo-cosmétique seront éco-conçus (soit 20 % du chiffre d'affaires de l'activité Dermo-Cosmétique).**
- > **Déployer un plan d'action de RSE sur 100 % de ses filières végétales.**
- > **Assurer une politique de développement des compétences des collaborateurs afin de favoriser l'évolution professionnelle et d'accroître la performance de l'entreprise.**
- > **Mettre en place un plan d'action visant à réduire l'impact environnemental du principal médicament d'Expanscience (Piasclédine 300).**
- > **Réduire de 20 % les émissions de gaz à effet de serre.**
- > **Réaliser 100 % du programme « Qualité de vie au travail ».**
- > **Réduire de 20 % la consommation de gaz, eau, électricité et la production de déchets sur le site d'Épernon.**

Rhumatologie /

Comment renforcer notre leadership ?

Depuis plus de 20 ans, Expanscience développe son expertise en matière de pathologie arthrosique et son engagement à accompagner les professionnels de santé. De cette légitimité, il tire un avantage concurrentiel certain pour ses produits anti-arthrosiques, qui représentent plus d'un tiers du marché.

Grâce à sa forte notoriété auprès des professionnels de santé, Piasclédine 300 a renforcé son leadership malgré la modification de son taux de remboursement de 35 % à 15 % en 2010. Avec 30,5 % de parts de marché* à fin 2011, Piasclédine 300 reste l'anti-arthrosique de référence en France. Il s'illustre de plus en plus à l'international, comme en témoigne sa croissance significative sur les marchés latino-américain et asiatique, et l'extension de son périmètre de commercialisation à la Colombie, au Guatemala et aux Philippines. Médicament à base de glucosamine, indiqué dans le soulagement des symptômes liés à une arthrose légère à modérée du genou,

Flexea a été introduit en France en mai 2010. L'année écoulée confirme le succès de ce lancement puisqu'il représente 40 % de parts de marché dans le segment très concurrentiel des glucosamines remboursées*.

Des positions commerciales confortées

Les autres produits de la gamme Rhumatologie se sont également bien comportés sur leurs marchés respectifs. On peut noter la performance de Hyalgan, acide hyaluronique doté du statut de médicament, qui est devenu le deuxième produit de sa classe en chiffre d'affaires*.





Fiches conseils

à destination des patients, sur l'arthrose du genou et de la hanche. Document d'information sur Piasclédine 300.



La gonarthrose en 10 points clés

Support proposant des conseils pour le patient et des informations sur Flexea. Document réalisé en partenariat avec l'AFLAR.



Imagerie dans l'arthrose

Support sur l'engagement d'Expanscience dans la prise en charge médicale de l'arthrose.



Sur le segment des tramadols purs à libération immédiate, Takadol a enregistré une forte croissance de son chiffre d'affaires. Sa deuxième place sur ce segment en sort confortée.

Quant à la gamme Fixical, elle n'a pas cédé devant une concurrence accrue et reste la troisième marque sur le marché des suppléments vitamino-calciques.

Toujours aux côtés des praticiens

Expanscience a profité du congrès de l'*European League Against Rheumatism* (Eular), en mai 2011, pour annoncer le lancement de

son premier programme international de formation médicale : *Safety First* (*lire encadré*). En France, une initiative originale a été lancée sous le nom de Geops avec pour objectif d'apporter aux médecins généralistes les clés pour optimiser le parcours de soins des patients. Ce programme a été décliné sur l'ensemble du territoire et a donné lieu à plusieurs dizaines de réunions qui ont rassemblé autour de spécialistes des médecins généralistes.

Depuis 1998, Expanscience attribue le prix Arthrose afin d'encourager les progrès de la recherche clinique et fondamentale. Les deux lauréats 2011 se sont vus honorer lors

du congrès annuel de la Société Française de Rhumatologie (SFR).

Enfin, la participation d'Expanscience à de nombreuses manifestations internationales (*OsteoArthritis Research Society International* - Oarsi - à San Diego, *American College of Rheumatology* - ACR - à Chicago, etc.) lui a permis de poursuivre la communication des résultats de l'étude de phase III Eradias. Cette étude a démontré l'efficacité structurale de Piasclédine 300 chez des patients souffrant d'une arthrose de la hanche : réduction significative (versus placebo) du nombre de patients avec progression radiologique après trois ans de traitement.



Laurence Carton

Vice-Présidente de l'Association Française de Lutte Anti-Rhumatismale (Aflar)

L'arthrose est une maladie terrible au plan personnel car elle inflige à la fois une douleur, un handicap et une perte d'autonomie. Tous ces maux ont longtemps été considérés comme les fléaux inévitables du vieillissement. Mais parmi les neuf à dix millions de malades souffrant d'arthrose, on trouve

également des jeunes. Ce sont autant de personnes que l'on n'a pas le droit de laisser souffrir et de tenir à l'écart de la société. L'enjeu est d'autant plus pressant que l'arthrose peut être prise en charge et ses symptômes soulagés. Expanscience est un acteur reconnu, fortement impliqué dans le domaine qui nous concerne et avec lequel nous partageons la même ambition : faire émerger la cause de l'arthrose. Notre partenariat nous a donc paru naturel. Toutes les suggestions que nous avons faites à propos des documents d'information produits par les Laboratoires Expanscience ont été très bien prises en compte. Cette action commune nous incite à regarder l'avenir avec confiance. ■

"Nous partageons la même ambition"



>>> www.arthrolink.com

Un partenariat pour se rapprocher des patients

Mieux connaître les besoins des patients arthrosiques, améliorer leur prise en charge, sensibiliser l'opinion publique à leur pathologie : tels sont les grands axes du partenariat signé entre Expanscience et l'Association Française de Lutte Anti-Rhumatismale (Aflar), principale association de patients dans l'univers de la rhumatologie. La première initiative commune a consisté à recueillir l'avis des patients experts affiliés à l'Aflar sur les brochures d'information produites par Expanscience et destinées aux patients arthrosiques.

* Source GERS sell-in, cumul 2011.

Formation continue



Intégrer la sécurité thérapeutique dans les pratiques médicales

S'agissant de l'arthrose, maladie touchant une population souvent fragile (sujets âgés, en surpoids, etc.) et générant une importante consommation médicamenteuse, la sécurité thérapeutique est un enjeu fondamental. L'objet du programme de formation continue *Safety First* est d'y sensibiliser les médecins.

Il sera déployé dès le printemps 2012 par le biais de réunions animées par des formateurs rhumatologues. L'occasion de discuter entre pairs de la notion de risque iatrogénique individuel, de tester cette approche sur des cas concrets et d'identifier des moyens pour intégrer la sécurité thérapeutique dans la prise en charge des patients.



Comment préserver notre capital confiance ?

Soixante ans d'innovations et d'accompagnement des parents et des professionnels de santé inspirent la confiance. Voilà pourquoi Mustela reste un leader incontesté sur le marché des soins dermo-cosmétiques destinés aux bébés et aux femmes enceintes. Quant à Noviderm, la marque a fait l'objet d'un relancement réussi en Belgique et au Portugal.

Précurseur en 1950, avec le premier lait de toilette, Mustela n'a qu'une priorité : répondre aux exigences d'efficacité, de sécurité et de naturalité adaptées aux soins des bébés et des femmes enceintes. Toute la gamme bénéficie aujourd'hui d'une très haute notoriété qui soutient les résultats commerciaux. En 2011, Mustela a ainsi consolidé son leadership européen, parvenant à conquérir de nouvelles parts de marché dans un contexte délicat sur le plan économique. Les performances ont été particulièrement remarquables en France.

L'offre Mustela Dermo-Pédiatrie s'est enrichie du Baume Relipidant Stelatopia (qui agit contre la sécheresse extrême des peaux à tendance atopique) et du Gel lavant surgras Stelaprotect (qui contribue à l'hygiène des peaux intolé-

rantes et réactives). Mustela 9 Mois complète son offre destinée aux femmes enceintes avec le lancement de Vergetures Double Action sans parfum. L'année écoulée a également été marquée par le relancement de la marque Noviderm en Belgique et au Portugal, prélude à un développement à l'international – notamment en Europe – dès 2012. L'offre de cette nouvelle gamme se distingue par une démarche volontaire d'intégration de la responsabilité sociétale d'entreprise dès la conception des produits (lire p. 28).

Une expertise promue activement

Outre cette politique d'innovation, Mustela construit son succès en faisant valoir son



Marcelo Lewin

Fondateur et directeur de la société TodoPapás, Espagne

À travers un magazine et un site Internet, TodoPapás offre aux femmes enceintes et aux parents de jeunes enfants des informations, un espace d'échanges, un dispositif d'achats en ligne, etc. Nous décernons aussi les prix TodoPapás, qui distinguent les meilleurs produits de puériculture,

d'hygiène et d'alimentation infantile ainsi que les meilleurs jouets disponibles en Espagne. Dans chaque catégorie, les candidats sont choisis par un jury de professionnels puis soumis au vote des utilisateurs de notre site. Cette double sélection est un gage de crédibilité. À l'issue de la dernière édition, Mustela a remporté la plus haute récompense dans quatre catégories où la marque était confrontée à six concurrents ! En tenant compte des différents canaux d'information, les prix TodoPapás ont bénéficié d'une audience cumulée de plus de 14 millions de personnes. ■

"La plus haute récompense pour Mustela"



expertise de la peau auprès de la communauté scientifique et du grand public. En 2011, la marque a ainsi animé un symposium sur la dermatite atopique et présenté plusieurs posters lors du congrès annuel de l'Académie Européenne de Dermatologie et de Vénéréologie (EADV), à Lisbonne. L'accompagnement des professionnels de santé et des parents se poursuit avec la mise en place d'outils pédagogiques destinés à faciliter la prise en charge des enfants atopiques et celle de guides sur la prévention solaire. En 2012, Mustela continuera son accompagnement des professionnels de santé : pharmaciens, personnels de maternités, pédiatres.



Lingettes dermo-apaisantes

sans parfum. Lancement international, septembre 2011.



> Flashez ce code pour découvrir le site mobile Mustela



Vergetures Double Action

sans parfum. Lancement européen, septembre 2011.



> Flashez ce code pour découvrir le site mobile Noviderm

Noviderm

Présentation succincte de l'offre produits Noviderm.



Mustela à l'heure des réseaux sociaux et du web 2.0

Déjà présente sur Youtube, Twitter et Wikipedia, Mustela a encore davantage investi les réseaux sociaux en vue de renforcer sa proximité avec les consommateurs. Mise en ligne en février 2011, la page Facebook Mustela compte déjà plus de 60 000 fans.

Dans cet esprit d'accompagnement, Mustela recourt également au procédé innovant des QR codes afin d'offrir un accès rapide aux informations et services liés à ses produits. Via leur smartphone, les consommateurs peuvent « flasher » les supports de communication ou les packagings et être ainsi renvoyés vers les sites mobiles de la marque.

>>> www.mustela.com



Noviderm



Pour une dermatologie responsable

Allier efficacité et tolérance avec les attentes grandissantes de naturalité et de responsabilité, tel est le défi que relève Noviderm, marque de soins dermatologiques dédiée aux problèmes de peau de l'adolescent et de l'adulte.

Cette nouvelle vision de la dermatologie se traduit par des engagements forts autour de trois mots-clés : efficacité, naturalité et responsabilité.

Une efficacité prouvée, en ligne avec les dernières avancées scientifiques grâce à un actif exclusif et breveté, les peptides de quinoa.

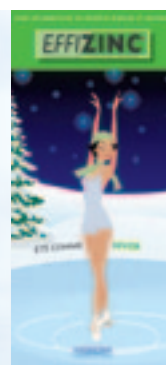
Une naturalité raisonnée et maximale, allant jusqu'à 96 % d'ingrédients d'origine naturelle, et des formules plus pures sans ingrédients questionnés.

Une démarche plus respectueuse de l'Homme et de l'environnement : formules et packagings écoconçus, biodégradabilité (pour les lavants), *sourcing* d'actifs éthique et responsable (filière bio-équitable pour le quinoa), communication transparente, etc.

Dermatologie /



Quels arguments pour rester une référence ?



Fiche posologique
Effizinc.



Naïma Midoun Mouaci

Dermatologue au Centre médical Europe à Paris

Spécialiste de l'acné, j'ai débuté ma collaboration avec Expanscience en dispensant des formations aux visiteurs médicaux selon un cadre scientifique de grande qualité. J'ai alors constaté que l'entreprise s'efforçait de diffuser les recommandations de bonnes pratiques de l'Afssaps relatives à l'isotrétinoïne aussitôt après leur publication afin d'informer les praticiens sans délai. Cette réactivité m'a convaincue de les accompagner dans leur démarche. Actuellement, je travaille sur une ambitieuse collection de brochures à destination des professionnels de santé autour de l'utilisation de l'isotrétinoïne : je ne peux que saluer l'exigence et la rigueur manifestées par Expanscience dans ce projet. ■

Leader⁽¹⁾ sur le marché du traitement de l'acné par voie orale, servi par sa très bonne réputation auprès des dermatologues, Expanscience résiste bien au recul du marché, tant en volume qu'en valeur. Doxylis Gé, antibiotique recommandé en première intention par l'Afssaps dans les cas d'acné inflammatoire moyenne, a enregistré la meilleure croissance⁽²⁾ sur un marché en léger déclin.

Indiqué pour l'acné inflammatoire de sévérité légère et moyenne et les traitements d'entretien, Effizinc est également crédité d'un taux de croissance supérieur à son segment⁽³⁾. Il atteint près de 46,7 % de parts de marché chez les dermatologues⁽³⁾.

À la suite d'une réévaluation de leur rapport bénéfice-risque par la commission d'Autorisation de Mise sur le Marché, la prescription des minocyclines sera bientôt restreinte au milieu hospitalier avec une indication également revue. Minolis Gé (minocycline) étant presque exclusivement porté par les médecins de ville, Expanscience a décidé son retrait commercial.

Entretenir l'échange avec la profession

Pour valoriser ses molécules de référence, Expanscience s'appuie sur des Délégués Médicaux Spécialistes. L'accompagnement des dermatologues se manifeste également via la mise à disposition de supports pédagogiques, à l'image de celui déployé

en 2011 pour la prescription de l'isotrétinoïne (*lire témoignage ci-dessus*).

Présent aux Journées Dermatologiques de Paris et aux Journées Nationales Provinciales de Dermatologie de La Rochelle, Expanscience y a animé deux symposiums portant sur le conseil en fiscalité pour les dermatologues.

Soucieux de participer au développement de la recherche en dermatologie, Expanscience a décerné son Prix Expanscience en dermatologie en partenariat avec la Société Française de Dermatologie.

(1) Source GERS Marché Médicaments Acné per os en cumul mobile annuel (CMA) à décembre 2011, en unités et CA.

(2) Source GERS en CMA à décembre 2011, en unités.

(3) Source GERS VISIOSTRAT ventes **sell-out** sur prescription des dermatologues en CMA à décembre 2011.



**L'expertise des
Laboratoires Expanscience**
dans le traitement, la
restauration et la protection
du parodonte.



Hélène Rangé

**Assistante
hospitalo-universitaire
en parodontologie,**
AP-HP Hôpital Rothschild -
UFR d'Odontologie, Université
Denis-Diderot-Paris 7

En tant que jeune praticienne, j'ai connu Expanscience à travers ses produits, notamment Prexidine et Hyalugel, qui bénéficient d'une forte réputation d'efficacité. Dans un autre domaine, la démarche ParoActiv' me semble très convaincante. Je pense au prix de soutien à la recherche, dont j'ai eu la chance d'être l'un des lauréats en 2011 pour un article sur le risque parodontal chez le patient obèse, mais aussi à l'information accessible sur le site Internet. Pédagogie, rigueur scientifique, interactivité, variété et fréquence de renouvellement des dossiers : les contenus sont hautement recommandables! ■

Quels atouts faire valoir sur un marché perturbé ?

Impacté notamment par la baisse du taux de remboursement de certains médicaments de 35 % à 15 % en 2010, le marché de la prévention et du soin des maladies parodontales a continué à se contracter en 2011. Bien que concernés par cette mesure, Piascléidine 300, indiqué pour le traitement d'appoint des parodontopathies, et le bain de bouche Prexidine sont parvenus à maintenir leur position sur leur segment respectif grâce à leur bonne implantation auprès des dentistes.

Le pansement de bouche Hyalugel a réalisé une performance remarquable avec une croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires. Il se situe désormais au second

rang sur le marché des applications locales. L'année 2011 a également été favorable pour les produits utilisés au fauteuil – substituts osseux synthétiques SBS 40/60 et membranes de collagène résorbables EZ Cure3 –, dont les résultats ont bénéficié d'une politique commerciale volontariste.

Actif sur tous les fronts

Depuis dix ans, l'activité dentaire développe une gamme complète pour la prise en charge des maladies parodontales. En 2011, elle a lancé le bain de bouche et le dentifrice Auxinol. Élaborés à partir d'une molécule inédite en France, le delmopinol, ces produits s'attaquent directement à la plaque

dentaire. Ils font l'objet d'une activité promotionnelle soutenue auprès des dentistes et des pharmaciens.

La marque ombrelle ParoActiv', créée en 2009, fait écho à l'expertise dentaire d'Expanscience. Elle apporte aux chirurgiens-dentistes des outils, services et produits pour améliorer la prise en charge des maladies parodontales. Le Prix ParoActiv' constitue l'un des axes de cette démarche : pour sa deuxième édition, il a été remis à deux praticiens auteurs de travaux scientifiques en parodontologie-implantologie.

>>> www.paroactiv.com

Actifs Cosmétiques /

Comment valoriser nos avantages concurrentiels ?



**Rik Kutch
Lojenga**

Directeur exécutif de l'UEBT

L'UEBT est une association internationale composée d'entreprises issues de l'industrie cosmétique, pharmaceutique, alimentaire et d'ONG. Son but : promouvoir l'approvisionnement éthique d'ingrédients issus de la biodiversité et sa conservation. Les critères minimums d'adhésion impliquent ni violation des droits de l'Homme, ni déforestation, ni utilisation de pesticides interdits par des accords internationaux. En devenant membre en 2011, Expanscience s'est engagé à mettre en place des pratiques éthiques d'approvisionnement sur le long terme. L'entreprise avait déjà réalisé un énorme travail avant de nous rejoindre et a une approche intégrée très intéressante. ■

Sur les quatre dernières années, les ventes d'actifs cosmétiques ont enregistré une croissance annuelle moyenne à deux chiffres, en dépit d'un fléchissement en 2011. Une performance qui s'explique par la capacité des Laboratoires Expanscience à apporter des réponses adaptées aux attentes de l'industrie cosmétique internationale. Fort d'une expertise reconnue dans le développement et la production d'actifs d'origine végétale, Expanscience s'attache à sélectionner ses ingrédients dans une logique de préservation de la biodiversité et à mettre en place des filières d'approvisionnement respectueuses de l'Homme et de l'environnement. Ces atouts ont été valorisés en 2011 via

des conférences, la publication d'articles scientifiques et une présence forte aux principaux salons internationaux comme In-Cosmetics à Milan, ou encore le Supplier's Day aux États-Unis.

Un portefeuille en développement

Outre le renouvellement de plusieurs certifications Ecocert – pour Soline Bio, un concentré d'insaponifiables d'huile de tournesol, Skinergium Bio, un hydrolysate de racines de Maca et Sésaline Bio, riche en insaponifiables d'huile de sésame –, l'année écoulée a été marquée par le développement d'un actif à base de concentré de pep-

tides d'avocat baptisé Effipulp. Dernier-né de la gamme des anti-âge d'Expanscience, il se distingue par un mécanisme d'action innovant ainsi que par des propriétés repulpanantes et détoxifiantes cliniquement démontrées. Avec Effipulp, Expanscience continue d'enrichir son catalogue d'actifs végétaux écoconçus, à l'efficacité prouvée, tournés vers des marchés prometteurs, en France et à l'international.

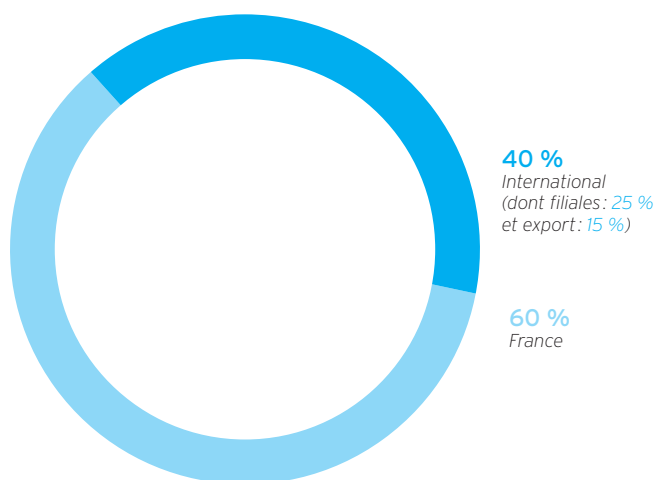
>>> www.expanscience-ingredients.fr

2011 en chiffres.

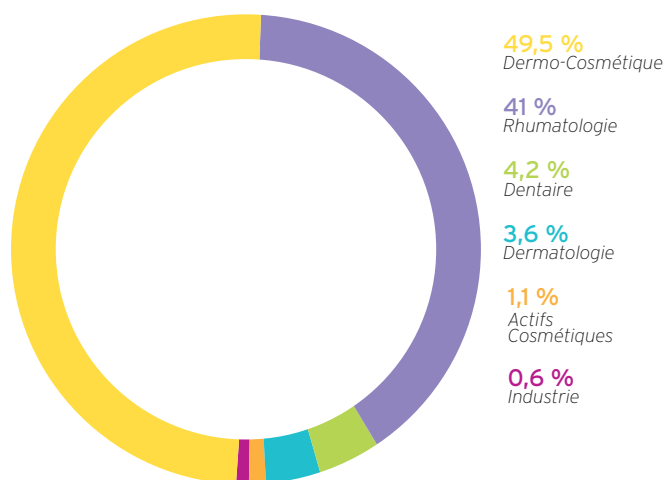
Chiffre d'affaires /

233 M€

par zones géographiques

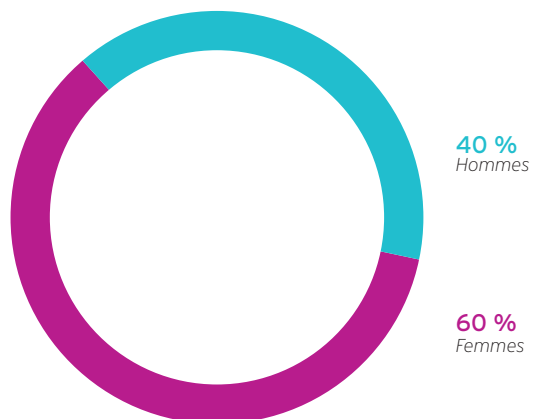


par activités

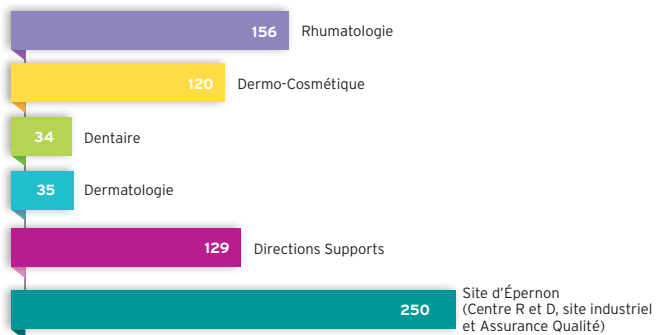


Effectifs /

Groupe (France et filiales)



par activités en France



FRANCE

10, avenue de l'Arche
92419 COURBEVOIE CEDEX

BELGIQUE

Brusselsesteenweg, 800
2^e étage
1731 ZELLIK

ESPAÑA

C/Marie Curie, n° 7
Edificio β
1a planta – oficina 1.6
28521 rivas-vaciamadrid - MADRID

ITALIA

Via Moncucco 20/22
20142 MILANO

MÉXICO

Amsterdam N° 229, Piso 1
Col Hipodromo Condesa
CP 06100 Mexico DF

POLSKA

Ul. Zelazna 67/78
00-871 WARSZAWA

PORTUGAL

Rua Pinheiro Chagas, N° 17
5º andar
1050-174 LISBOA

SUISSE

Rue Jacques Grosselin, 8
CP 1035
1211 GENÈVE 26

USA

60 East 56th Street, 6th floor
New York, NY 10022



Ce rapport d'activité est édité par les Laboratoires Expanscience. **Directeur de la publication** : Jean-Paul Berthomé - **Rédactrice en chef** : Chantal Larcade - **Responsable éditoriale** : Emmanuelle Dumas - **Assistante éditoriale** : Nolwenn Sassier - **Conception et réalisation** : PUBLICORP 11067 - 0155761111 - **Crédits photo** : couverture : Gettyimages® / Altrendo images, intérieur : Laboratoires Expanscience, Alain Goulard, Barbara Vignaux, Image Sol'Air, Tristan Paviot, Corbis / Bloomimage, Paul Burns, Sam Edwards, Troels Graugaard, Michael Haegele, Gettyimages® / Adam Gault, Ashley Gill, Hisao Osono / Amanaimages RF, Momentimages, Steve West, Roberto Westbrook, Westend 61.



Ce document participe à la protection de l'environnement.
Il est imprimé par CARACTERE, certifié ISO 14001, sur du papier FSC recyclé.

Consultez la version interactive du rapport d'activité :
www.expanscience.com/rapports-activite