

# PIERRE FABRE S'INVITE AU CINÉMA

Comme à Bâle, les pharmaciennes et pharmaciens de Pierre Fabre se sont laissé dorloter dans divers cinémas suisses. Pas seulement par un film divertissant, mais aussi par l'expérience émotionnelle et la transmission de savoir offerte par la marque et ses produits.



Sergio Laverde, directeur de Pierre Fabre Suisse (2<sup>e</sup> de g. à dr.) et son équipe ont eu le plaisir d'accueillir personnellement leurs invités. Giuseppe Mele, Regional Director Pierre Fabre dermo-cosmétique Europe (3<sup>e</sup> de g. à dr.), et Eric Ducournau, CEO mondial Pierre Fabre dermo-cosmétique (5<sup>e</sup> de g. à dr.) étaient venus de France pour l'occasion.

Le dernier événement cinématographique 2016 de Pierre Fabre était promis à un beau succès. Les pharmaciennes invitées ont été accueillies au foyer du Pathé Küchlin à Bâle dans une ambiance festive. Après un apéritif copieux, ils ont pu tester leurs connaissances des marques Pierre Fabre sur différents stands. Ceux qui ont su répondre aux quatre questions d'un jeu-concours ont participé au tirage au sort pour gagner un sac Longchamp exclusif.

## Valeurs, savoirs et émotions

Durant une discussion animée avec peps par Susanne Hueber, entre Sergio Laverde (CEO de la filiale suisse) et Jean-Pierre Gerber (responsable promotion des ventes), les invités ont appris que Pierre Fabre, pharmacien fondateur, avait veillé à ce que les valeurs originelles: le respect de la nature, des clients et des collaborateurs perdurent même avec le passage du statut d'entreprise à celui de fondation. Tous les participants

n'en avaient probablement pas conscience: «Fabre est une entreprise pharmaceutique qui injecte 20 pour cent de ses recettes directement dans la recherche et réalise entre 800 et 1000 études scientifiques chaque année. Les marques cosmétiques profitent aussi de ces exigences strictes de qualité.» Ainsi, il a par exemple été prouvé que la protection solaire SPF50+ d'Eau Thermale Avène permettait de réduire les dommages de l'ADN de presque 100 pour cent au dosage recommandé.

Un autre projet – Ocean Respect – vise à réduire la pollution de l'eau au minimum grâce à l'utilisation d'ingrédients parfaitement adaptés. Depuis 2016, les laboratoires Eau Thermale Avène ont réussi à satisfaire pleinement les critères stricts nécessaires pour atteindre cet objectif. La protection solaire extrêmement élevée qui caractérise la gamme n'a toutefois pas changé.

Tout a commencé il y a exactement 50 ans avec la marque Klorane, qui fête son demi-siècle cette année.

L'autre gamme de soins du cheveu a été créée en 1957 par le coiffeur René Furterer: «Les produits René Furterer contiennent des huiles essentielles qui ouvrent vers un nouveau monde de sensations.» La marque est toujours commercialisée dans les salons et est présente lors de nombreuses «Fashion weeks» à New York, Milan, Paris, Londres...

Eric Ducournau, CEO de Pierre Fabre dermo-cosmétique, et Giuseppe Mele, European Director de Pierre Fabre dermo-cosmétique, étaient également présents à la soirée. Tous deux avaient rendu visite à plusieurs pharmacies avant l'événement et ont profité de l'occasion pour faire connaissance personnellement avec les clients dans cette ambiance festive. Ces deux invités célèbres venus de France ont été très impressionnés par l'attention et l'engagement des pharmaciennes et pharmaciens suisses.

Après la remise du sac Longchamp à une participante ravie, les invités ont pu assister à la projection du film «Célibataire, mode d'emploi», une comédie légère sur la vie des célibataires. //

## PRIX

- Pierre Fabre a récemment reçu la récompense «Exemplary» par l'Institut de contrôle AFAQ pour sa politique commerciale durable et éthique et est ainsi la seule société de cette taille à la posséder.
- La filiale suisse de Pierre Fabre s'est vu décerner le Prix de développement durable 2016 par la Chambre de commerce Franco-Suisse.
- L'Institut Klorane a reçu de l'Unesco le «Green Citizens Award» pour son projet «La Grande muraille verte» en Afrique.
- Eau Thermale Avène est depuis longtemps partenaire de l'European Skin Cancer Foundation.