

## Les Laboratoires Pierre Fabre et Microsoft lancent le premier « IA Santé Challenge » en France

\*Après l'UroTech challenge organisé en 2016, Pierre Fabre confirme son dynamisme avec ce nouvel événement organisé pendant le Festival de la Communication Santé à Deauville

- \* La start-up gagnante du Challenge se verra remettre un prix de 5000€ ainsi qu'un accompagnement de deux mois au sein de l'AI Factory de Microsoft à Station F pour incuber son projet et développer un « use case »
- \* Le challenge sera également accessible « en ligne » et récompensera une 2<sup>ème</sup> équipe (Prix 2000 € + accompagnement à la station F)

Cliquer pour plus d'infos : <http://urlz.fr/68r9>

Castres, Paris, Deauville le 17 novembre 2017 : Lors de la 28<sup>ème</sup> édition du Festival de la Communication Santé, qui aura lieu à Deauville les 24 et 25 novembre prochains, les Laboratoires Pierre Fabre et Microsoft organisent le premier challenge français sur l'intelligence artificielle dans le domaine de la santé. Il s'adresse à tous les entrepreneurs de la santé et de l'IA : start-ups e-santé maîtrisant l'intelligence artificielle, SSII, data scientists, grandes écoles, unités de recherche et étudiants passionnés par ces thématiques !

### **Un format inédit : deux équipes primées, un challenge ouvert « online » et un accompagnement au sein de l'AI Factory de Microsoft à la clé**

Pour identifier des acteurs pertinents et trouver les partenaires des nouveaux projets data et intelligence artificielle de la branche Médicament et Santé du laboratoire français, rien de mieux que de les faire concourir dans un challenge. Le challenge consiste à reconnaître un mélanome à partir de clichés dermatoscopiques d'un grain de beauté. Pour cela, des milliers d'images ainsi que la plateforme Microsoft Azure seront mises à la disposition des participants.

L'IA la plus performante sera dotée d'un prix (5000€) et sera accompagnée pour incuber son projet au sein de l'AI Factory de Microsoft pendant deux mois afin d'aboutir à un cas d'usage (« use case »). Au programme : hébergement à Station F et mentoring par les équipes Microsoft, les équipes Pierre Fabre ainsi que les start-ups de [l'AI Factory](#).

Un deuxième prix (dit « online ») de 2000€ sera attribué à la meilleure équipe ayant participé au challenge non pas depuis le Festival de la Communication à Deauville mais en ligne. Cette équipe bénéficiera aussi de l'accompagnement projet au sein de l'AI Factory de Microsoft.

*« L'objectif est de mesurer la puissance des IA que l'on va faire concourir et de mesurer cette performance en calculant des scores que l'on a appelé QI pour faire une analogie avec notre cerveau humain. Un score sera obtenu pour apprécier la capacité d'entraînement et de classification sur le data set fourni et ainsi parvenir à un classement. Le challenge sera aussi ouvert en ligne et en anglais pour s'affranchir des frontières »* précise Thierry Picard, Chief Digital Officer chez Pierre Fabre Médicament et Santé.

### **Construire l'avenir de l'IA en santé en lançant le premier baromètre IA santé**

Ce premier challenge sera aussi l'occasion de lancer le premier baromètre IA santé.

« *Nous souhaitons réussir à mobiliser l'écosystème de l'intelligence artificielle appliquée à la santé afin de fonder le premier observatoire de l'IA en santé et publier chaque trimestre un baromètre des compétences de ce domaine sur des aires thérapeutiques à chaque fois renouvelées* » déclare Thierry Picard.

Les équipes, start-ups et sociétés qui composeront ce baromètre seront ensuite amenées à travailler sur de nouveaux data sets pour explorer de nouvelles thématiques de santé et de nouvelles pathologies dans une démarche de long terme.

### **Un partenariat technique de choix avec Microsoft**

Ce premier challenge d'intelligence artificielle français dans le domaine de la santé reçoit un appui de poids avec le soutien de Microsoft, acteur majeur de l'intelligence artificielle appliquée dans le monde. La firme de Redmond mettra à disposition des participants sa solution Azure et la puissance de calcul de son cloud. Une infrastructure technique de premier choix pour héberger et accompagner les IA des participants.

« *A travers l'AI Factory, nous souhaitons stimuler la création d'une communauté IA au sein de Station F et accélérer ainsi le déploiement d'un véritable écosystème français de l'Intelligence Artificielle portant l'innovation au-delà des frontières. L'accompagnement de la start-up gagnante du challenge IA Santé avec Pierre Fabre s'inscrit dans cette démarche* » précise Benjamin Talmard, Program Manager Microsoft @ Station F.

### **Un support sur la démarche Data et Datascience avec Velvet Consulting,**

Velvet mobilisera son Directeur Data et l'un de ses Datascientists pour aider dans le coaching des équipes et apporter un soutien aux Laboratoires Pierre Fabre.

### **L'intelligence artificielle pour mettre en avant des concepteurs et développeurs bien humains**

L'intelligence artificielle est avant tout le fruit de l'intelligence humaine qui crée et éduque ces machines qui apprennent. Le but de ce challenge est de valoriser le travail de ces professionnels de l'intelligence artificielle car comme le rappelle Thierry Picard : « *Pour nous, la dimension humaine dans la mesure de la performance est aussi importante que l'outil informatique lui-même. Les hypothèses sont prises par les hommes, et c'est plus l'agilité de l'équipe qui est évaluée que la performance de la plateforme technique utilisée* ».

Le choix du Festival de la Communication Santé de Deauville pour héberger cette grande première n'est d'ailleurs pas anodin, car « *c'est un écrin et une caisse de résonance propice à ce type d'événement car il réunit tous les interlocuteurs du domaine : labos, professionnels de santé, patients, médias, etc...* ». Un lieu d'échange et de networking reconnu qui réunira les 24 et 25 novembre les meilleurs experts et vulgarisateurs de l'innovation santé sous l'impulsion de sa présidente Dominique Noel qui tient chaque année à mettre en avant "ceux qui font" plutôt que "ceux qui disent".

Une philosophie qui colle bien au concept de ce challenge unique en son genre qui sera amené à évoluer vers un baromètre le plus pertinent possible des pépites françaises en matière d'intelligence artificielle en santé.

## **A propos des Laboratoires Pierre Fabre**

Présent sur un continuum d'activités allant des médicaments éthiques aux soins dermo-cosmétiques en passant par la santé grand public, le groupe Pierre Fabre est le 2ème laboratoire dermo-cosmétique mondial, le 2ème groupe pharmaceutique privé français et le leader en France des produits vendus sans ordonnance en pharmacie. Son portefeuille compte plusieurs marques ou franchises internationales dont Eau Thermale Avène - leader mondial du marché dermo-cosmétique - Klorane, Ducray, René Furterer, A-Derma, Galénic, Elancyl, Naturactive, Pierre Fabre Health Care, Pierre Fabre Oral Care, Pierre Fabre Dermatologie et Pierre Fabre Oncologie.

En 2016, Pierre Fabre a réalisé 2 282 millions d'euros de revenus, dont 60% à l'international et 59% via sa branche dermo-cosmétique. Implanté depuis toujours en région Occitanie, dirigé à partir de Castres dans le Tarn, fort de 13 000 collaborateurs dans le monde, le groupe détient des filiales ou bureaux dans 47 pays et distribue ses produits dans plus de 130 pays. En 2016, Pierre Fabre a consacré près de 195 millions d'euros à ses efforts de R&D, répartis entre oncologie, système nerveux central, santé grand public, dermatologie et dermo-cosmétique. Pierre Fabre est détenu à 86% par la Fondation Pierre Fabre, une fondation reconnue d'utilité publique depuis 1999, et secondairement par ses collaborateurs à travers un plan international d'actionnariat salarié.

AFNOR Certification a évalué la démarche de responsabilité sociale et environnementale du groupe Pierre Fabre au niveau « exemplaire » (référentiel AFAQ 26000 basé sur la norme ISO 26000 pour la RSE). En savoir plus sur Pierre Fabre : [www.pierre-fabre.com](http://www.pierre-fabre.com)

## **A propos de l'UroTech Challenge 2016 :**

En 2016 Pierre Fabre Médicament innovait en conviant des professionnels du digital et des spécialistes de l'urologie dans un hackathon (UroTech Challenge) qui avait tenu toutes ses promesses. Au-delà de la médiatisation et du dynamisme insufflé par le hackathon au sein du Festival comme dans les équipes Pierre Fabre, un beau projet est né de ces deux jours de compétition. Un concept qui va se concrétiser avec des enjeux business forts pour les porteurs du projet et pour Pierre Fabre Médicament.

## **À propos de Microsoft**

Leader des plateformes et des services de productivité, Microsoft donne à chaque individu et chaque organisation les moyens de réaliser ses ambitions, dans un monde fondé sur le Cloud et la mobilité.

Au cœur de l'écosystème numérique français depuis plus de 30 ans, Microsoft France, présidée par Carlo Purassanta depuis septembre 2017, rassemble plus de 1 600 collaborateurs au sein de son Campus d'Issy-les-Moulineaux, sous le signe de l'ouverture, de la créativité et de la collaboration.

Avec un tissu de plus de 10 500 partenaires business, technologiques, acteurs du secteur public, chercheurs ou start-ups, acteur responsable, Microsoft France s'engage en faveur de l'égalité des chances et de l'éducation au numérique aux côtés des associations sur l'ensemble du territoire.

**Plus d'informations sur l'AI Factory de Microsoft : <https://news.microsoft.com/fr-fr/2017/09/13/microsoft-ai-factory-7-start-ups-construire-communaute-de-lia-coeur-de-station-f/>**

## **A propos de Velvet**

Depuis plus de 14 ans, avec près de 150 collaborateurs passionnés de Marketing, Velvet accompagne l'accélération Customer Centric des entreprises et génère des résultats opérationnels autour de la croissance, la rentabilité et la préférence de marque.

Avec nos équipes Smart Technology, Business Consulting, Digital Factory et Data Science, nous intervenons tout au long de la transformation marketing, de la définition stratégique à sa mise en œuvre opérationnelle et technologique. Grâce au levier de la Data, nous proposons des interventions agiles et innovantes adaptées à chaque contexte et problématique sectorielle.

## **A propos du Festival de la Communication Santé**

Le Festival de la Communication Santé, récompense les meilleures campagnes de communication santé de l'année. Deux journées, les 24 et 25 novembre 2017 à Deauville, vous conduisent au cœur de la communication du secteur de santé, de ses nouveautés, de ses innovations et de ses évolutions. Ne manquez pas ce rendez-vous incontournable ! Vous réalisez une campagne de communication santé, vous développez un produit ou service innovant dans la santé : venez présenter votre projet à nos jurys d'experts. Vous êtes curieux de découvrir le Festival de la Communication Santé, les conférences sur les thèmes d'actualité santé vous intéressent, les rencontres et la convivialité de cet événement vous attirent : inscrivez-vous vite en tant que participant. Vous souhaitez soutenir le Festival et bénéficier de sa visibilité @festicomsante, @noeldominique, #FCSANTE ? Devenez sponsor, partenaire, ou exposant !

« Le Festival est un lieu d'échange et de partage. Notre ambition est de montrer combien il y a d'innovation dans le domaine de la Communication Santé, combien le réseau et la collaboration sont source d'intelligence collective » ; Dominique NOEL, Présidente du Festival @festicomsante, @noeldominique, #FCSANTE

Contact presse: Valérie ROUCOULES - [valerie.roucoules@pierre-fabre.com](mailto:valerie.roucoules@pierre-fabre.com) - 01 49 10 83 84