

CONFORT

SÉCURITÉ

ÉCONOMIE D'ÉNERGIE

Building Motion

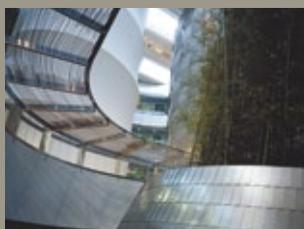


SOMMAIRE

EDITORIAL 01
PROFIL ET CARTE D'IDENTITÉ 02

BUILDING IN MOTION

04



EXPERTISES

CONFORT 06
SÉCURITÉ 08
ÉCONOMIE D'ÉNERGIE 10
PORTFOLIO 2010 12

TENDANCES

LES PRINCIPAUX PHÉNOMÈNES QUI FONT ÉVOLUER LE BÂTIMENT 14

BUILD MOTION

18



DISTRIBUTION

ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT DANS LES PAYS ÉMERGENTS 20
INNOVER POUR DYNAMISER L'ACTIVITÉ DES TERRITOIRES MATURES 22

ORGANISATION

MOBILISER TOUT LE POTENTIEL DE CROISSANCE DE NOS 3 ACTIVITÉS 24

ACTIVITÉS

STORES ET VOLETS ROULANTS 26
SOLUTIONS TERTIAIRES ET STORES D'INTÉRIEUR 28
PORTES ET PORTAILS 30

NOS RESPONSABILITÉS 32

RESPONSABILITÉ ÉCONOMIQUE 34
RESPONSABILITÉ SOCIALE 35
RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE 37
RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE 39

RESULTATS & INDICATEURS GROUPE 2010 40

Conception et réalisation : W | W&CIE

Crédits photos: photothèque Somfy, Getty Images, Masterfile, Graphic Obsession, Emporio (J. Beck, M. Merola, J. Smith, C. do Valle), M. Bonnet, A. Childéric, F. Ferville, P. Gorostarzu, E. Lamy, G. Piel, P. Ruault. Illustration: F. Avril-misterBrown

Ce document est imprimé par un imprimeur labellisé « Imprim'Vert ». Cette brochure est réalisée sur un papier composé de 60% de pâte recyclée et 40% de pâte dont les fibres proviennent de forêts gérées de manière durable et équitable dans une usine certifiée ISO 14001.



éditorial

Par **Jean-Philippe Demaël**
Directeur Général de Somfy Activités



“NOUS AVONS ENCORE BEAUCOUP DE NOUVEAUX HORIZONS À CONQUÉRIR. NOTRE AMBITION AFFIRMÉE EN CHINE ET SUR LE MARCHÉ DE LA DOMOTIQUE TRADUIT CE NOUVEL ÉLAN DE CROISSANCE QUI VA ANIMER NOTRE STRATÉGIE DANS LES PROCHAINES ANNÉES.”

Notre croissance supérieure à celle de nos marchés ces deux dernières années et le retour en 2010 à notre niveau d'activité d'avant la crise valident notre stratégie fondée sur l'innovation produit et la poursuite de notre déploiement géographique. Grâce aux efforts consentis en matière de développement et de marketing, Somfy est un groupe toujours plus mondial et une marque internationale.

En Europe comme dans nos territoires moins matures, nous avons encore beaucoup d'horizons à conquérir. C'est pourquoi Somfy Activités va continuer à investir pour se renforcer comme acteur de référence et nourrir nos futurs leviers de croissance. Avec l'avènement des nouveaux défis sociétaux, la domotique est un marché en développement où nous avons un rôle légitime à jouer grâce à nos solutions de confort, de sécurité et d'économies d'énergie. Pour cette raison, nous avons lancé en 2010 un plan d'actions ambitieux basé sur l'innovation et le renforcement de notre reconnaissance en tant que marque leader dans ce secteur. Nous souhaitons également faire des pays émergents, qui contribuent déjà à notre croissance, une place forte de nos activités. L'accélération de notre implantation en Chine, avec la prise de participation majoritaire dans la société Dooya, à la fois leader sur son marché domestique et premier exportateur chinois, traduit notre volonté de faire de ces territoires une base solide de nos activités. Enfin, les enjeux de développement durable et la mise en application des nouvelles normes thermiques nous ouvrent une marge de progression importante sur le marché du tertiaire où les partenariats avec d'autres fabricants vont venir consolider notre présence. Nos trois Activités sont d'ores et déjà en marche pour soutenir ce nouvel élan de croissance.

**SOMFY ACTIVITÉS
AU 31/12/2010**

6 000

COLLABORATEURS

54

PAYS

7

SITES DE PRODUCTION

270 MILLIONS

D'UTILISATEURS

32 000

CLIENTS PROFESSIONNELS

747,4 M€

CHIFFRE D'AFFAIRES

+8,5%

DE CROISSANCE
À DONNÉES COMPARABLES

128,1 M€

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL
COURANT

somfy
une présence mondiale,

PROFIL

Leader mondial du secteur de la motorisation tubulaire, Somfy Activités place l'automatisation au service de l'amélioration des cadres de vie. Ses solutions de confort, de sécurité et d'économies d'énergie sont aujourd'hui présentes dans la maison, les bureaux et les espaces publics, et trouvent sans cesse de nouvelles applications dans la vie quotidienne.

Animé par une forte culture de l'innovation et du résultat, Somfy Activités porte à terme l'ambition de servir tous les marchés et tous les besoins d'automatisation dans le bâtiment afin de devenir un acteur de référence mondial.

Pour réaliser cette stratégie, Somfy Activités accélère son développement à l'international, au travers d'un réseau de distribution à l'écoute de ses clients professionnels, et diversifie ses business models pour adresser à chaque marché et territoire une offre et un dispositif commercial différenciés. Dans l'objectif d'atteindre une position de leadership sur l'ensemble de ses marchés, Somfy Activités déploie un portefeuille de marques complémentaires emmené par la marque Somfy.

+ DE

50

LANCEMENTS DE PRODUITS

42

BREVETS DÉPOSÉS

activités

une marque internationale

CARTE D'IDENTITÉ

Un métier

la motorisation et l'automatisation des ouvertures et fermetures de la maison et du bâtiment.

3 Activités organisées par application

Stores et volets roulants

Moteurs filaires, radio (sans fil) et domotiques pour volets (roulant, battant) et protections solaires d'extérieur (store banne, brise-soleil orientable). Automatismes associés : télécommandes, interface Web, capteurs (soleil, vent, thermique), horloges, variateur de lumière et récepteur de chauffage (pour les terrasses).

Solutions tertiaires et stores d'intérieur

Pour le résidentiel : moteurs filaires, radio (sans fil), domotiques et automatismes pour stores intérieurs (vénitien, à lames, rouleau, plissé...), rideaux, voilages, écrans de projection, screens extérieurs. Pour le tertiaire : logiciels de pilotage des façades vitrées, gestion conjointe de la lumière naturelle/artificielle et actionneur de fenêtre.

Portes et portails

Pour le résidentiel : alarmes, moteurs filaires, radio (sans fil), domotiques et automatismes pour portails (battant, coulissant) et portes de garage (basculante, enroulable, sectionnelle...). Automatismes pour l'accès commercial, industriel et urbain (barrière de parking, bollard, systèmes de contrôle).

+ 8,6 %

DE CHIFFRE
D'AFFAIRES EN 2010*

+ 6,5 %

DE CHIFFRE
D'AFFAIRES EN 2010*

+ 14,8 %

DE CHIFFRE
D'AFFAIRES EN 2010*

* À données comparables

7 marques commerciales

Somfy

sur les trois Activités, Somfy porte la valeur ajoutée de l'entreprise auprès des clients installateurs et conduit l'innovation sur l'ensemble des applications.

BFT

complémentaire de la marque Somfy sur l'Activité Portes et Portails, BFT propose des solutions d'accès pour le résidentiel, les commerces et l'industrie.

Simu

présente sur le segment milieu de gamme des Activités Stores et volets roulants et Portes et portails, Simu répond aux besoins des clients assembleurs et fabricants.

Mingardi

au sein de l'Activité Solutions tertiaires et stores d'intérieur, Mingardi est spécialisée dans la motorisation des actionneurs de fenêtres à des fins de ventilation naturelle.

Asa et LianDa

sur l'entrée de gamme, ces marques tactiques soutiennent la compétitivité de Somfy Activités dans un objectif de croissance rentable.

Dooya

intégrée en 2010 suite à l'acquisition de 70 % de la société chinoise Dooya, la marque Ningbo Dooya sert le marché domestique chinois avec des motorisations pour volets roulants et rideaux.



PARCE QUE
L'AMÉLIORATION DES
CADRES DE VIE EST UNE
ATTENTE ESSENTIELLE,
SOMFY ACTIVITÉS
FAIT ÉVOLUER SES
AUTOMATISMES VERS
DES SOLUTIONS DE
CONFORT, DE SÉCURITÉ
ET D'ÉCONOMIE
D'ÉNERGIE EN PHASE
AVEC LES ENJEUX
SOCIÉTAUX ET LES
TENDANCES DE
CONSOMMATION.

Building in Motion

METTRE LES
BÂTIMENTS EN
MOUVEMENT

confort

avec l'automatisation,
les ouvrants sont toujours
à la bonne position

Le confort des personnes constitue le cœur de métier des trois Activités de Somfy et de leurs marques. À la maison et au sein des bâtiments, Somfy concrétise cet engagement par des automatismes toujours plus simples à utiliser et par le développement de fonctionnalités qui apportent de nouvelles applications pour faciliter la vie quotidienne.

La Radio Technology Somfy®

Référence du confort par automatisation dans la maison, la Radio Technology Somfy® (RTS) est utilisée par plus de 10 millions d'installations dans le monde. Avec ce système de communication sans fil, les points de commande et les automatismes (capteurs, horloges) pilotent automatiquement les moteurs pour monter, descendre ou orienter les ouvrants et occultants de la maison. À tout moment, l'utilisateur peut choisir de revenir en mode de pilotage manuel.

Pour accompagner l'évolution des besoins de confort, Somfy continue à conduire l'évolution des solutions de Home Motion. Désormais, les moteurs sont silencieux ou fonctionnent à l'énergie solaire. La terrasse devient une pièce à vivre grâce à la rampe de chauffage et au récepteur d'éclairage qui réagissent aux variations de chaleur et de luminosité.

Créer des scénarios de vie

Grâce aux automatismes, les fermetures et ouvertures se plient au rythme de vie de chacun. Les volets roulants s'animent à des heures prédéfinies et se ferment automatiquement à la tombée de la nuit. Sous l'impulsion du capteur solaire, les stores sont toujours à la bonne position pour préserver le confort visuel et thermique des occupants.

Les solutions domotiques communicantes

Avec la technologie domotique io-homecontrol® depuis 2007, tous les équipements de la maison entrent en communication. L'association io-homecontrol® met les solutions Somfy en interopérabilité avec les équipements automatisés d'autres industriels tels que les fenêtres de toit, le chauffage, l'éclairage ou la pompe à chaleur. Avec io-homecontrol®, l'utilisateur est en permanence tenu informé des mouvements des équipements de sa maison et de leur bon fonctionnement. ●





HOME MOTION

INVENTÉE PAR SOMFY, LA HOME MOTION EST L'ANIMATION ET LA MISE EN MOUVEMENT DES OUVERTURES DE LA MAISON GRÂCE AUX MOTEURS, COMMANDES ET AUTOMATISMES (CAPTEUR SOLAIRE, THERMIQUE, DE VENT, ET HORLOGE) QUI OFFRENT AU QUOTIDIEN PLUS DE FACILITÉ, DE SÉCURITÉ, D'ÉCONOMIES D'ÉNERGIE ET DE CONFORT. PILOTÉES PAR LA RADIO TECHNOLOGY SOMFY® OU PAR LE SYSTÈME DOMOTIQUE IO-HOMECONTROL®, LES SOLUTIONS DE HOME MOTION NE NÉCESSITENT AUCUN CÂBLAGE ÉLECTRIQUE ET S'ADAPTENT AUSSI BIEN À LA RÉNOVATION QU'À L'HABITAT NEUF. FIABLE ET FLEXIBLE, LA HOME MOTION BY SOMFY EST AUSSI LA SOLUTION LA PLUS ÉVOLUTIVE DU MARCHÉ GRÂCE AUX PARTENARIATS CONCLUS AVEC LES FABRICANTS DES AUTRES ÉQUIPEMENTS AUTOMATISÉS DE LA MAISON.

sécurité

la maison se pilote à distance

Leader de la mise en mouvement des ouvertures de la maison, Somfy crée des solutions de sécurité qui s'intègrent dans son dispositif global de Home Motion. La sécurité des personnes et des biens est aujourd'hui une préoccupation majeure qui recouvre une grande diversité de besoins. C'est pourquoi Somfy déploie deux expertises conjointes : les alarmes, et une offre de sécurité et de confort basée sur les fonctionnalités d'autogestion et d'automatisation de la gestion des accès (portail, garage, porte d'entrée, protection des fenêtres et baies vitrées...).

Point de commande unique et pilotage à distance

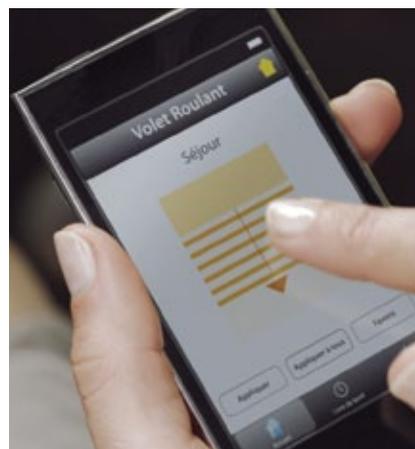
Pour répondre aux attentes de sécurité des consommateurs, Somfy combine toutes les potentialités de la Home Motion à celles d'Internet. Grâce à la Radio Technology Somfy® (RTS), l'alarme et toutes les fermetures de la maison sont pilotées par un point de commande unique. Les occupants peuvent dès lors quitter leur domicile en toute tranquillité : grâce à la fonction horloge, les volets roulants et l'éclairage s'activent à l'heure souhaitée à distance. Succès des années 2009 et 2010, la gamme Protexiom permet de sécuriser sa maison et de superviser son alarme et ses volets roulants à distance également.

Un nouvel univers de fonctionnalités et de services avec la domotique

Par rapport à un système de communication classique, la technologie bi-directionnelle io-homecontrol® offre un retour d'information. Cette fonctionnalité est un argument essentiel en matière de sécurité : même loin de chez soi, on peut vérifier que ses volets sont correctement fermés ou être prévenu du déclenchement de l'alarme anti-intrusion.

Avec l'interface TaHoma®, la sécurité de confort gagne encore en souplesse et se glisse désormais dans un sac ou une poche. Compatible avec tous les équipements de communication mobile dotés d'un écran digital, TaHoma® permet de parer à tous les imprévus : à distance, on peut désormais ouvrir sa porte à un visiteur ou vérifier qu'on a bien fermé ses volets derrière soi. ●





TAHOMA®

EN 2010, SOMFY A LANCÉ LA COMMERCIALISATION DE TAHOMA®, UNE INTERFACE WEB SIMPLE ET INTUITIVE QUI PERMET DE PILOTER SA MAISON DE CHEZ SOI OU À DISTANCE, DEPUIS UN ORDINATEUR OU UN SMARTPHONE.

TAHOMA® EST UNE VÉRITABLE CENTRALE DE SUPERVISION DOMOTIQUE POUR TOUTE LA MAISON. AUJOURD'HUI, ON PEUT PILOTER LES APPLICATIONS SUIVANTES: VOLETS ROULANTS OU BATTANTS, FENÊTRES DE TOIT, PORTAIL, PORTE DE GARAGE, STORES INTÉRIEURS ET EXTÉRIEURS, SERRURE DE PORTE D'ENTRÉE, ÉCLAIRAGES, ÉQUIPEMENTS ÉLECTRIQUES. ET DEMAIN, L'ALARME, LE CHAUFFAGE, LA CLIMATISATION... AVEC CETTE SOLUTION COMPATIBLE AVEC LA TECHNOLOGIE RADIO IO-HOMECONTROL® ET CERTAINS ÉQUIPEMENTS RTS® (RADIO TECHNOLOGY SOMFY), SOMFY POURSUIT UN OBJECTIF: INVENTER UNE DOMOTIQUE SIMPLE, ÉVOLUTIVE ET ACCESSIBLE AU PLUS GRAND NOMBRE.

TAHOMA® & SOPHIE
DEPUIS SON MOBILE, SOPHIE REMONTE SON STORE DE TERRASSE EN DEUX TEMPS TROIS MOUVEMENTS, ELLE FAIT FACE AUX IMPRÉVUS.

économie d'énergie

faire entrer le meilleur
du climat à l'intérieur

Lieux d'échanges thermiques, la façade et les ouvertures vitrées des bâtiments conditionnent de manière importante le confort des occupants et les besoins en consommation d'énergie. Parce que l'automatisation des protections solaires et des autres occultants a un rôle reconnu dans la régulation des échanges entre l'extérieur et l'intérieur, Somfy Activités développe depuis plusieurs années cette activité pionnière au travers de trois expertises : la gestion de la lumière naturelle, des apports thermiques, et la ventilation naturelle.

Prendre en compte la diversité des besoins

Pour être efficace, l'optimisation de la performance énergétique d'un bâtiment doit tenir compte de paramètres tels que le climat, l'orientation de l'édifice, l'activité des occupants... Pour servir chaque attente, Somfy a développé des expertises propres à chaque zone géographique. Grâce à des logiciels, on peut calculer en amont les bénéfices pour chaque bâtiment sur la base de ces différents critères.

L'homme au cœur de la démarche

L'automatisation déshumanisée est susceptible de produire des effets contraires aux économies d'énergie recherchées. C'est pourquoi les commandes et capteurs gèrent les équipements pièce par pièce et agissent aussi la nuit, en l'absence des occupants, pour renouveler l'air. Avec la fonction manuelle, l'occupant peut à tout moment reprendre la main sur la protection solaire.

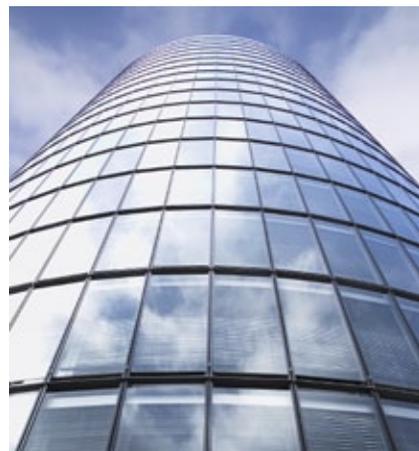
Dans la maison, l'Isolation Dynamique™

Pour les logements neufs et la rénovation, Somfy a créé des solutions simples à installer qui associent la motorisation à des capteurs et horloges. Les protections solaires et les volets roulants sont toujours à la bonne position pour maintenir la fraîcheur intérieure l'été, et profiter l'hiver de la chaleur des rayons solaires ou renforcer l'isolation des baies vitrées dès la nuit tombée.

Dans le tertiaire, la façade bioclimatique

Pour les grands bâtiments (bureaux, hôpitaux, hôtels), Somfy conçoit des solutions de pilotage numérique sur mesure. Pour un investissement qui représente 1 à 2 % de celui du coût total du bâtiment, l'automatisation des protections solaires extérieures permet de réaliser de 20 % à 40 % d'économies d'énergie sur les postes d'éclairage, de chauffage et de climatisation. Grâce aux partenariats tissés avec d'autres fabricants, Somfy développe des solutions intégrées pour une efficacité sans cesse optimisée. ●





SOMFY FOR BIOCLIMATIC FAÇADES

DEPUIS 2008, CE PROGRAMME ACCOMPAGNE LE DÉVELOPPEMENT DE L'AUTOMATISATION DES FAÇADES (PROTECTIONS SOLAIRES, BAIES VITRÉES) POUR LE CONFORT ET LES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE DANS LE BÂTIMENT. LE RÔLE DE "SOMFY FOR BIOCLIMATIC FAÇADES" EST DE VALORISER CETTE EXPERTISE EN AMONT DES PROJETS AU TRAVERS DE LA FORMATION DES PRESCRIPTEURS (ARCHITECTES, BUREAUX D'ÉTUDE, INVESTISSEURS) ET DE PARTICIPER AUX GROUPES DE TRAVAIL CHARGÉS DE DÉFINIR LES FUTURES NORMES THERMIQUES ET ENVIRONNEMENTALES DANS LES BÂTIMENTS. LE PROGRAMME "SOMFY FOR BIOCLIMATIC FAÇADES" REPOSE SUR TROIS BÉNÉFICES. L'ÉTÉ, ET DANS LES RÉGIONS DU MONDE LES PLUS CHAUDES, LA RÉGULATION DES RAYONS SOLAIRES PERMET DE LIMITER LES BESOINS EN CLIMATISATION. L'HIVER, ET DANS LES RÉGIONS TEMPÉRÉES, LA GESTION OPTIMISÉE DE L'APPORT SOLAIRE PERMET DE CHAUFFER NATURELLEMENT LES BÂTIMENTS ET DE RÉDUIRE LE RECOURS À L'ÉCLAIRAGE ARTIFICIEL. ENFIN, LA VENTILATION NATURELLE, AU TRAVERS DE L'AUTOMATISATION DES FAÇADES VITRÉES, PERMET UN RENOUVELLEMENT DE L'AIR INTÉRIEUR DES BÂTIMENTS.

PORTFOLIO

01. Taj Hotel Mumbai, Mumbai, Inde

Solutions Somfy:
– Glystro®

02. Aerocenter, Toronto, Canada

Solutions Somfy:
– SDN (Somfy Digital Network)
– Moteur LT50 ILT2 (Somfy Intelligent Motor)

03. Hôpital Jean Bernard, Valenciennes, France

Solutions Somfy:
– animeo Premium
– Moteur LW25 E83 sur la partie neuve
– Moteur J101 sur la partie renovée

04. Ritz Carlton Hotel, Hong Kong, Chine

Solutions Somfy:
– Moteur LT50

05. City Office Leyweg, La Haye, Pays-Bas

Solutions Somfy:
– Motor Controller Contact Sec

06. e-Tower, São Paulo, Brésil

Solutions Somfy:
– Moteur Mingardi Micro M
– animeo IB+

07. Sede da Fraunhofer, Porto, Portugal

Solutions Somfy:
– Moteur Ariane et Altus
– 4 AC Motor Controller (MoCo)
– animeo Building Controller (BuCo)

08. Cassovar Business Center, Košice, Slovaquie

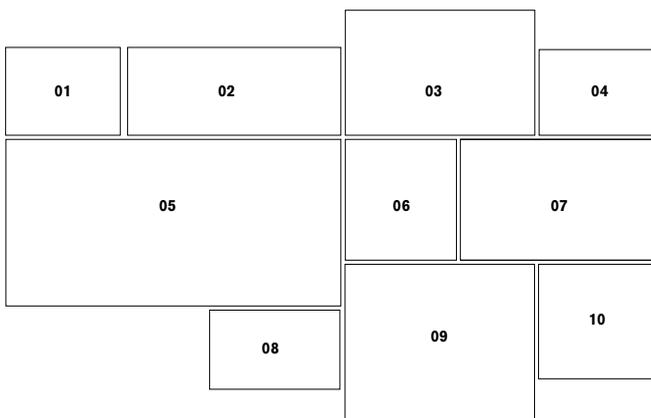
Solutions Somfy:
– Moteur Orienta
– animeo Premium avec MoCo IB+

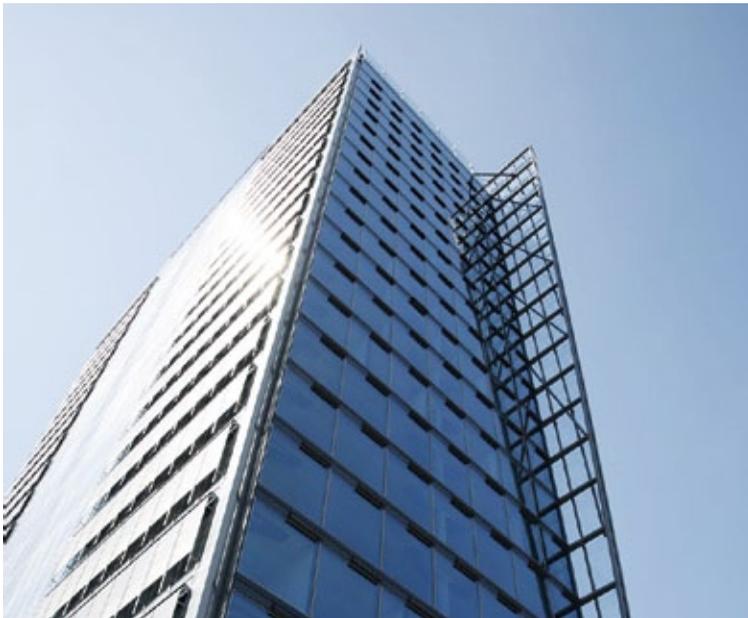
09. Weser Tower, Bremen, Allemagne

Solutions Somfy:
– animeo IB+

10. ACICO JAL Hotel, Dubai, Emirats Arabes Unis

Solutions Somfy:
– Glystro®
– Moteur LT50 ILT Ariane





tendances

elles font évoluer
notre capacité inventive



UN DÉFI MAJEUR : MIEUX HABITER LA PLANÈTE

Confronté à des évolutions démographiques et sociétales majeures, le bâtiment doit relever une double gageure : faire face à la demande croissante de logements, tout en réduisant drastiquement ses contributions aux émissions de gaz à effet de serre.

Green Building

Économies d'énergie, gaz à effet de serre, qualité de l'air... le bâtiment concentre tous les grands enjeux environnementaux de notre planète. Des États-Unis à la Chine en passant par le Moyen-Orient, tous les pays ont pris conscience de ce formidable gisement de progression et appliquent des cadres normatifs de plus en plus exigeants. Pour Somfy, l'enjeu réside dans la reconnaissance par les différentes réglementations nationales de l'efficacité de ses solutions d'économie d'énergie. En France, par exemple, l'automatisation des volets roulants est validée par la Réglementation Thermique 2005 et par la Réglementation Thermique 2012 qui sera progressivement mise en œuvre à partir d'octobre 2011. Ses solutions de protection solaire sont également très bien cotées par le système d'évaluation environnementale LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) qui sert aujourd'hui de référentiel dans de nombreux pays.

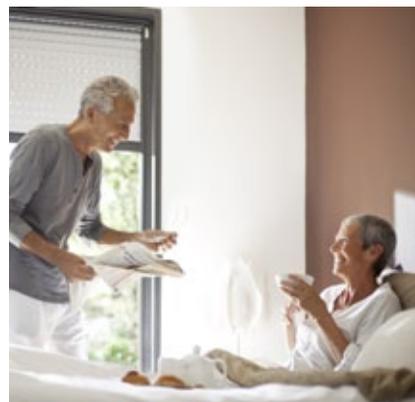
Urbanisation

Il faudra loger 2 milliards de personnes supplémentaires en zone urbaine dans les 20 prochaines années. Confrontés à un double mouvement de croissance démographique et d'explosion de leur urbanisation, c'est dans les pays du Sud que les besoins seront les plus importants. Si la ville « durable » du futur reste à inventer, les pays émergents font le choix de villes verticales et compactes pour optimiser l'espace disponible et minimiser l'empreinte écologique liée à l'étalement urbain. Dans la réalisation de villes plus hautes et plus écologiques, la gestion dynamique des façades a une efficacité reconnue en matière

d'habitat bioclimatique. La concentration urbaine pose aussi nécessairement l'enjeu de la gestion du trafic automobile. Confortée par l'efficacité des initiatives de péages urbains et de transport multimodal, Somfy propose depuis 2009 des solutions d'accès urbain (bollard pour la chaussée, barrière de parking) grâce à l'acquisition de la société O&O.

Viellissement de la population

D'ici à 2050, la population mondiale âgée de plus de 65 ans aura triplé pour atteindre près d'un milliard d'habitants. Le vieillissement de la population et la longévité sont désormais des priorités sociétales en Europe et dans un certain nombre d'autres pays (Japon, Amérique, Caraïbe). Demain, à un horizon de 20 à 30 ans, ce sera au tour de la Chine et de l'Inde d'être confrontés au vieillissement accéléré de leurs populations sous l'effet combiné de l'effondrement du taux de la natalité et de la longévité. Le bâtiment est au premier rang des secteurs impactés par ce bouleversement démographique. Avec une priorité : maintenir les personnes âgées dans leur domicile le plus longtemps possible. Grâce à la complémentarité de ses trois Activités, Somfy est en capacité de répondre aux attentes que la longévité fait émerger : la maîtrise des ouvertures et des accès, la sécurité, et l'amélioration de l'accessibilité à l'intérieur des bâtiments.



EUROPEAN SCHOOL OF MANAGEMENT
AND TECHNOLOGY STAATSRAGEBÄUDE
BERLIN, ALLEMAGNE



LA RÉNOVATION, UN CHANTIER PRIORITAIRE DANS LES PAYS DÉVELOPPÉS

À l'échelle de l'Europe, ce sont au total plus de 100 millions de logements et plus de 1 000 millions de fenêtres qui devront être rénovés et modernisés d'ici à 2020 pour atteindre les objectifs de réduction de rejets de CO₂ et de consommation énergétique.

Pour en finir avec les « épaves » thermiques

En France, près des deux tiers des logements actuels ont été construits avant l'application de la première réglementation thermique (1975). Pour la plupart mal isolés, ces bâtiments représentent un gisement majeur d'économie d'énergie pour atteindre l'engagement de réduction de 75 % des émissions de CO₂ provenant du patrimoine bâti d'ici à 2050. À cette échéance, 40 % des constructions datant d'avant 1975 seront en effet encore utilisées en l'état, du fait du faible taux de renouvellement du parc immobilier (1 à 2 % par an).

L'automatisation : un rôle reconnu pour l'isolation dans l'existant

L'isolation, la pose de doubles vitrages et la ventilation sont les premiers travaux à réaliser pour améliorer la performance énergétique des bâtiments existants. En matière d'isolation, l'automatisation des volets roulants

permet déjà une amélioration notable des économies d'énergie hiver comme été (entre 25 et 50 % selon le type de vitrage).

Efficaces et intégrées dans les nouvelles normes thermiques de nombreux pays, les solutions de communication sans fil développées par Somfy s'adaptent, par ailleurs, parfaitement à l'existant puisqu'elles ne nécessitent pas de travaux lourds de structure et d'électricité. Depuis quelques années, Somfy innove également avec des solutions d'isolation passive pour le logement : l'Isolation Dynamique™.

Le principe est simple : en été, les volets roulants et protections solaires agissent comme un « rafraîchisseur » et réduisent les besoins en climatisation. L'hiver, ils jouent un rôle d'isolant et laissent le soleil opérer comme un chauffage naturel, avec à la clé jusqu'à 10 % d'économies de chauffage réalisées grâce à un positionnement optimal tout au long de la journée.

LA GÉNÉRATION MOBILE, DES CONSOMMATEURS PLUS AVISÉS QUI RESTENT CONNECTÉS

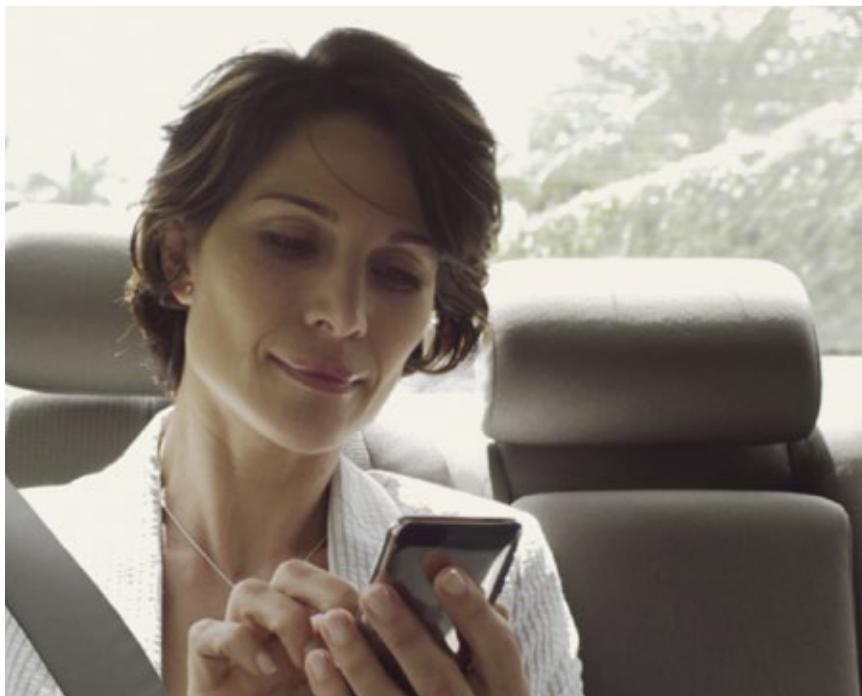
Grâce à Internet et aux outils de communication mobiles, la Home Motion se loge désormais dans la poche.

De nouvelles proximités

Si la télévision a mis 13 ans pour capter 50 millions d'utilisateurs, Facebook aura obtenu la même audience en moins de deux ans ! Et avoisine désormais près de 500 millions de membres dans le monde. Avec les réseaux sociaux, un nombre grandissant de consommateurs partagent en temps réel toutes leurs activités, obligeant les marques à plus de transparence et à mettre en place de nouveaux modes de conversation. Les technologies mobiles de communication ont également modifié les pratiques d'achat des clients professionnels et des consommateurs qui recherchent au travers du Web un service et une information de plus en plus personnalisés. Grâce à Internet, de nouvelles proximités deviennent possibles. Les filiales de Somfy Activités innovent avec des sites Internet marchands ciblés (par application, marché...), des e-services de maintenance et des formats innovants de vente et de conseil. Conformément à son rôle d'apporteur d'affaires auprès de ses clients installateurs, Somfy met ces outils à profit pour consolider son partenariat avec les professionnels. Les sites marchands grand public des filiales permettent ainsi d'identifier des prospects qualifiés que Somfy réoriente vers les professionnels.

Un tremplin pour la domotique

Avec l'explosion des technologies communicantes sans fil, la domotique trouve un second souffle. Là où elle avait échoué à convaincre dans les années 1990, la maison intelligente prend tout son sens grâce au smartphone érigé en télécommande universelle totalement nomade. Cette possibilité inédite de pouvoir rester connecté depuis n'importe où avec ses automatismes offre également un terrain propice au développement de nouveaux services liés à l'efficacité énergétique des bâtiments et à la sécurité, notamment des personnes âgées. ●





EN 2010, SOMFY
ACTIVITÉS S'EST
RÉORGANISÉE POUR
RENFORCER SA
RAPIDITÉ STRATÉGIQUE.
L'INNOVATION PRODUIT
ET L'ADAPTATION DE SES
BUSINESS MODELS AUX
BESOINS DE CHAQUE
TERRITOIRE ONT
PERMIS DE RENOUER
AVEC UN HAUT NIVEAU
DE PERFORMANCE.
L'OBJECTIF ÉTANT
DE SAISIR TOUS LES
AXES DE CROISSANCE
RENTABLES LES
PROCHAINES ANNÉES.

Motion

Build

SE METTRE EN
MOUVEMENT

accélérer

le développement dans les pays émergents

Somfy devient un acteur majeur en Chine

En Chine, Somfy Activités porte l'ambition de devenir le leader de la motorisation des stores d'intérieur et des volets roulants en renforçant sa présence sur l'ensemble des segments.

En 2010, la création d'une entité dédiée à la Chine va accompagner le développement de la force de vente de Somfy China et la présence de la marque Somfy sur le segment haut de gamme du marché intérieur chinois.

Avec l'acquisition de 70 % du capital de la société Dooya, en décembre 2010, Somfy Activités se donne également les moyens d'accélérer son développement sur le segment d'entrée de gamme. Premier fabricant chinois de moteurs pour rideaux et volets roulants, Dooya (1 500 salariés, 35 millions de chiffre d'affaires en 2010) possède un site de production dans la province du Zhejiang et un réseau de distribution qui couvre une grande partie du territoire. Dooya poursuivra indépendamment son activité à l'export. Par ailleurs, détenue en joint-venture depuis 2006, LianDa est aujourd'hui l'un des principaux fabricants chinois de moteurs tubulaires destinés à l'exportation.

Avec trois marques commerciales (Somfy, LianDa, Dooya), deux unités de production et un réseau de distribution élargi, Somfy atteint désormais une taille significative en Chine. Ce dispositif va lui permettre de servir les spécificités locales de manière réactive et adaptée.





CI-CONTRE: CENTRO, BRÉSIL.
CI-DESSOUS: HEFEI, ANHUI, CHINE.



+30,7%

PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2010 À DONNÉES COMPARABLES EN CHINE

POURSUITE DE L'EXPANSION GÉOGRAPHIQUE

Ouverture de nouvelles filiales en Bulgarie et en Colombie. L'Amérique latine (Argentine, Brésil, Colombie, Mexique) dispose dorénavant d'une entité commerciale dédiée.

PLUS DE

2500

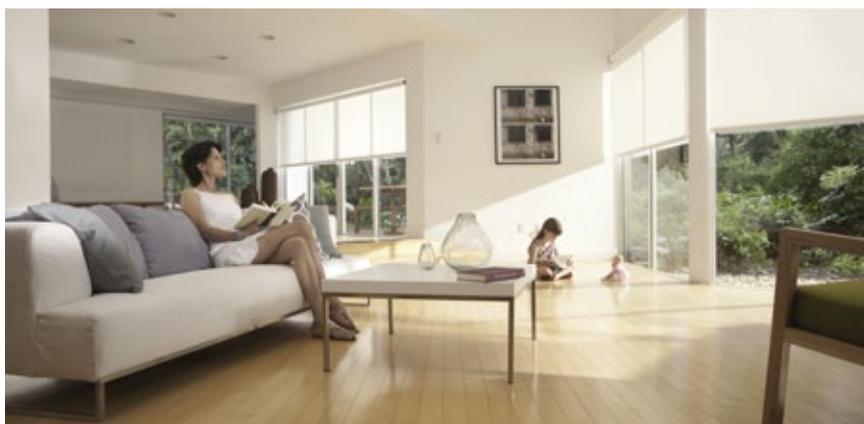
SPOTS TV AU MOYEN-ORIENT

En 2010, Somfy a conduit sa première campagne de publicité pan arabe au travers de la chaîne Al-Arabiya. 52 spots quotidiens ont été diffusés pendant 7 semaines avant et après les bulletins météo.



innover

pour dynamiser l'activité
des territoires matures



PUBLICITÉ

“Somfy, a sense for motion”

Nouvelle signature, nouveaux pays...

En 2010, Somfy a renforcé ses investissements publicitaires en télévision, gages de la reconnaissance de la marque par l'utilisateur final. Plus de 30 adaptations différentes d'une nouvelle saga mettant en valeur la Home Motion ont ainsi été diffusées dans 20 pays. En cinq ans, la présence télévisuelle de la marque a permis à sa notoriété de progresser de 40 points en France et de 20 points en Allemagne.

PRESCRIPTION

Pays-Bas : la Home Motion s'expose au grand public

Pour accompagner le développement des solutions Home Motion (Radio Technology Somfy® et domotique), Somfy Hollande a ouvert sa première « Home Motion House » destinée au grand public. Installée dans un centre commercial, elle permet au consommateur de tester les produits et de les acheter via un partenariat avec un revendeur agréé. Afin de montrer le potentiel évolutif de la Home Motion, le showroom est élargi aux produits de tous les fabricants partenaires du protocole de communication io-homecontrol® (éclairage, ventilation, chauffage...).

Le concept de « Home Motion House » est destiné à être dupliqué dans les magasins des installateurs Experts Somfy.





PRESCRIPTION

La technologie digitale pour expliquer la domotique

En Allemagne, 110 installateurs ont adopté la nouvelle interface Web Somfy io InfoCenter qui leur permet d'expliquer simplement à leurs clients les bénéfices et le fonctionnement des solutions domotiques. Associé à un écran digital, ce nouvel outil de vente permet de tester TaHoma® en situation réelle.

SERVICES

Une couverture nationale pour Somfy Assistance

Un an après son lancement par Somfy France, le service après-vente Somfy Assistance rassemble à fin 2010 un réseau de 118 artisans répartis sur tout le territoire. Initiative pionnière de services de maintenance à destination des utilisateurs, Somfy Assistance a permis aux installateurs partenaires de réaliser une moyenne de 180 interventions/mois. À travers un numéro d'appel unique qui renvoie vers les équipes techniques de Somfy, le consommateur bénéficie d'une prise en charge rapide et d'un prédiagnostic gratuit.

FORMAT DE VENTES

Les installateurs associés aux ventes en ligne

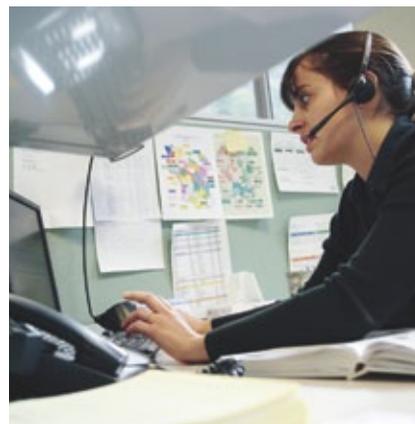
Les installateurs professionnels restent le canal de commercialisation privilégié de Somfy. Afin de consolider son rôle d'apporteur d'affaires, Somfy France a lancé il y a un an un service points-relais de retrait (le e-comptoir) lié à sa boutique en ligne qui permet au consommateur de venir récupérer son produit directement chez un installateur du réseau Experts Somfy. En 2010, 13 % des achats effectués en ligne ont donné lieu à un retrait auprès d'un e-comptoir.

Créée il y a deux ans, la boutique en ligne de Somfy France a de son côté accueilli près d'un million de visiteurs uniques et réalisé un chiffre d'affaires de 727 000 euros.

HOME MOTION HOUSE
VILLA ARENA, AMSTERDAM, PAYS-BAS

25%

DES CLIENTS PROFESSIONNELS EXPERTS SOMFY EN ALLEMAGNE ONT PASSÉ COMMANDE VIA LA PLATEFORME D'ACHAT EN LIGNE LANCÉE EN 2009.



mobiliser

tous les potentiels de croissance
de nos trois Activités

Nos Activités

3 Activités

Stores et volets roulants
Solutions tertiaires et stores d'intérieur
Portes et portails

7 sites de production

Cluses et Gray (France)
Bologne et Schio (Italie)
Sitem (Tunisie)
LianDa et Dooya (Chine)

7 marques commerciales complémentaires

Nos marchés

Le résidentiel



Le tertiaire

Éducation
Santé
Hôtellerie
Bureaux



Les bâtiments commerciaux et industriels



DE NOUVEAUX LEVIERS OPÉRATIONNELS

Désormais, les Activités sont responsables des opérations industrielles pour les applications qui entrent dans leur périmètre. La nouvelle organisation donne aux trois Activités les leviers opérationnels pour piloter leur développement, leur production et une partie de leur commercialisation.

L'Activité Solutions tertiaires et stores d'intérieur intègre le pilotage de la distribution des Business Areas à fort enjeu de développement pour ses offres : l'Asie & Pacifique, la Chine, l'Amérique du Nord et l'Amérique Latine. Les territoires matures sont chapeautés par un nouvel organe de pilotage : la Business Marketing Area Europe – Moyen-Orient – Afrique. Tout en réaffirmant l'autonomie commerciale des Business Areas, ce dispositif de coopération renforcée consolide leur rapidité à déployer des business models adaptés à chacun de leurs marchés et territoires.

EN 2010, SOMFY ACTIVITÉS A FAIT ÉVOLUER SON ORGANISATION POUR OPTIMISER SA RAPIDITÉ STRATÉGIQUE À SERVIR SES CLIENTS ET SE METTRE EN POSITION DE S'OUVRIRE DE NOUVEAUX MARCHÉS.

Notre réseau de distribution

Des équipes commerciales dans 54 pays
réparties dans 68 filiales
et 51 agences et bureaux de représentation

10 Business Areas

France, Europe Centrale,
Europe de l'Est, Europe du Nord,
Europe du Sud, Moyen-Orient & Afrique
Asie & Pacifique, Chine,
Amérique du Nord, Amérique Latine

Nos clients

Le résidentiel

Installateurs
Intégrateurs
Assembleurs/Fabricants
Grandes Surfaces de Bricolage

Le tertiaire

Prescripteurs :
Architectes, Décorateurs d'intérieur,
Bureaux d'étude, Investisseurs

Clients :
Électriciens, Intégrateurs
Assembleurs/Fabricants

Les bâtiments commerciaux et industriels

Intégrateurs
Assembleurs

stores et volets roulants

conduire le développement de la domotique

Plus de 40 ans après la création du marché de la motorisation des stores et volets roulants en Europe, Somfy continue à conduire son innovation grâce à des fonctionnalités qui renouvellent les bénéfices pour l'utilisateur. La croissance externe et le développement à l'international contribuent de leurs côtés à élargir le périmètre d'intervention de l'Activité.

Élargir le champ d'application de la Home Motion

Le concept de Home Motion ouvre des perspectives de développement considérables en réponse à des besoins de « bien-être » et de « mieux vivre » dans la maison. C'est pourquoi Somfy continue à améliorer les fonctionnalités, la convivialité et le design des produits liés à ses deux systèmes de communication sans fil (Radio Technology Somfy® et io-homecontrol®). En 2010, le lancement en France d'un moteur pour volets battants (Yslo) complète le périmètre d'application de sa gamme RTS. Sa commercialisation sera étendue à l'Italie, l'Allemagne et l'Espagne, où cette application est également très répandue. L'offre io pour terrasse (moteurs pour stores, capteur solaire et de vent, commandes) élargit de son côté



TAHOMA* ET PIERRE
DEPUIS SON MOBILE, PIERRE VÉRIFIE
QUE TOUT EST BIEN FERMÉ. EN UN CLIN
D'ŒIL, LA MAISON EST SÉCURISÉE.

la gamme d'équipements compatibles avec la solution domotique io-homecontrol®. Cette technologie commune à plusieurs fabricants du secteur de la maison (CIAT, Niko, Velux...) accueille un nouveau partenaire : le Groupe Atlantic, acteur de référence du génie climatique.

TaHoma®, la nouvelle domotique

Innovation majeure lancée fin 2010 en France, l'interface Web TaHoma® accélère le positionnement de Somfy dans l'univers de la domotique. Compatible avec les smartphones et autres équipements à écran digital, cette application nomade de supervision des automatismes révèle en effet toutes les potentialités de services rendus possibles par la domotique (gestion à distance des

**“AVEC TAHOMA®,
SOMFY INVENTE
UNE DOMOTIQUE
SIMPLE, ACCESSIBLE
ET ÉVOLUTIVE ”**

équipements, de la sécurité des accès et des personnes). Commercialisée sur abonnement, TaHoma® sera progressivement enrichie de nouvelles applications et fonctionnalités.

À fin 2010, 200 installateurs Experts Somfy étaient formés à sa commercialisation. Au travers de cette solution qui simplifie la vie quotidienne, Somfy entend faire de io-homecontrol® une référence sur le marché du résidentiel.

S'ouvrir de nouveaux horizons

Leader de son secteur en Europe de l'Ouest, l'Activité poursuit son implantation dans les territoires à fort potentiel pour les applications stores et volets roulants que sont l'Europe de l'Est, l'Amérique latine et le Moyen-Orient. Sa stratégie de croissance passe également par le développement de nouveaux canaux de distribution, notamment les constructeurs de maisons individuelles. ●

ZOOM SUR... LA NOUVELLE ORGANISATION

Interview de **Franck Schädlich**, Directeur général délégué en charge de l'Activité Stores & volets roulants

L'Activité récupère le pilotage des sites industriels qui entrent dans son périmètre d'application. Avec quels bénéfices ?

Cette autonomie consolide tout d'abord notre leadership européen en nous permettant de gagner en rapidité et en fluidité dans la production en série d'offres qui servent l'innovation et la création de valeur. Ensuite, elle permet une plus grande réactivité dans la gestion de notre plateforme multimarque. Ceci, dans un double objectif : contenir la concurrence sur l'entrée de gamme pour maintenir nos parts de marché ; et accélérer notre développement dans les pays émergents grâce à une prise de position sur la totalité des segments (entrée de gamme, milieu et haut de gamme) au travers de nos quatre marques (Somfy, Simu, Asa, LianDa).

L'Activité a aussi restructuré son organisation interne, pourquoi ?

Pour renforcer notre capacité à développer de nouveaux marchés et à nous ouvrir de nouveaux axes de croissance.



En réorganisant chaque axe de croissance autour d'équipes dédiées et d'objectifs qui leur sont propres, nous démultiplions nos leviers de croissance. En 2010, la Business Unit Stores a pu se focaliser sur le lancement de notre offre domotique pour terrasse. La Business Unit Volets roulants a conduit avec succès la commercialisation de notre premier moteur pour volets battants. Ce qui n'empêche pas les différentes entités de travailler main dans la main. Par exemple, la Business Unit Home Automation a piloté le lancement de l'interface Web TaHoma® qui a également associé l'entité chargée de développer notre offre de contrôles de manière transversale au sein de l'Activité. ●

Nos marchés & nos clients

Cœur de métier d'origine de Somfy, l'Activité Stores et volets roulants sert les besoins du marché résidentiel au travers de quatre marques qui permettent d'adresser un grand nombre de clients professionnels. Somfy est la marque de référence auprès des consommateurs, des installateurs, constitués en réseaux d'Experts, ainsi qu'auprès des industriels qui intègrent les moteurs dans les produits porteurs. Sur le segment milieu de gamme, Simu proposent aux clients assembleurs et fabricants des solutions efficaces et de qualité. Enfin, les marques tactiques Asa et LianDa répondent au besoin de compétitivité des marques distributeurs.

solutions tertiaires et stores d'intérieur

concilier confort,
et économies d'énergie

WESER TOWER, BREMEN, ALLEMAGNE.
SOLUTIONS SOMFY : ANIMEO IB+

La gestion dynamique des façades et l'automatisation des protections solaires intérieures constituent aujourd'hui l'Activité la plus internationale de Somfy. La mise en application prochaine des nouvelles normes thermiques et la recherche d'esthétique dans les bâtiments continuent à dynamiser le développement de ces nouveaux marchés où Somfy s'emploie à placer l'homme au cœur de ses solutions d'automatismes.

Une nouvelle organisation pour la croissance

Depuis 2010, l'Activité Solutions tertiaires et stores d'intérieur intègre le pilotage des entités commerciales de Somfy en Asie-pacifique et sur le continent américain, des territoires à fort enjeu de développement pour ses offres. En Amérique du Nord, le très faible taux de motorisation des protections solaires d'intérieur (stores, vénitiens...) ouvre en effet un potentiel de croissance intrinsèque. Dans les pays émergents où elle réalise déjà 30 % de son chiffre d'affaires, les préoccupations environnementales grandissantes, la recherche de confort et la décoration d'intérieur sont autant de facteurs qui favorisent le développement de l'Activité dans ces économies dynamiques.

Accompagner les grands chantiers des clients

Dans le tertiaire, près de 80 % des projets internationaux sont conçus par des agences d'architecture et des bureaux d'études basés à l'extérieur des pays où les chantiers se



réalisent. Pour répondre à cet enjeu, l'Activité s'est dotée d'une équipe de prescription internationale capable d'accompagner les projets de construction partout dans le monde, de la phase d'étude à la réalisation. Installée dans les grands centres de décision (Pékin, Londres, Paris, New York), cette nouvelle cellule a déjà permis de remporter de très grands chantiers au Moyen-Orient.

Des solutions intégrées pour un résultat optimisé

Chaque année, Somfy améliore l'efficacité de son offre. Au-delà des investissements en Recherche & Développement, cette démarche se traduit par l'intégration progressive des équipements de production énergétique (éclairage, HVAC*) dans ses solutions de gestion dynamique des façades. Depuis 2010, Somfy et Philips Lighting commercialisent des solutions conjointes de gestion de la lumière naturelle et artificielle à destination des bâtiments du tertiaire. Une trentaine de projets communs sont en cours de réalisation. Dans le résidentiel haut de gamme, cette stratégie passe par une mise en compatibilité des solutions Somfy avec la plupart des systèmes domotiques existants sur le marché grâce au développement d'interfaces. Amorcée en 2010, la redynamisation de la marque Mingardi permettra à terme de saisir le potentiel de croissance de son offre de ventilation naturelle passive (automatisation de l'ouverture des fenêtres) dans la conception des bâtiments bioclimatiques mais aussi dans le secteur de l'industrie. ●

“LE DÉVELOPPEMENT PASSE DE PLUS EN PLUS PAR LES PARTENARIATS ET L'ACCOMPAGNEMENT DES DIFFÉRENTS ACTEURS DE LA CONSTRUCTION ”

ZOOM SUR... L'ADAPTATION DES BUSINESS MODELS

Interview de **Hervé Trellu**, Directeur général délégué en charge de l'Activité Solutions tertiaires et stores d'intérieur

Votre Activité se caractérise par des approches et des solutions segmentées. Pourquoi ?

Sur cette activité pionnière et très internationale, tout l'enjeu réside dans notre capacité à servir des segments de marchés mais aussi des territoires extrêmement variés. La gestion dynamique des façades et l'automatisation des protections solaires d'intérieur sont des marchés nouveaux dont les chaînes de distribution sont très diffuses. Pour les développer, il faut composer avec un très grand nombre d'acteurs qui sont parfois des installateurs et des intégrateurs spécialistes de la domotique mais aussi souvent des prescripteurs, c'est-à-dire des investisseurs, des architectes, des décorateurs d'intérieur, des bureaux d'études...

Comment répondez-vous à cette complexité ?

En élaborant des business models adaptés à chacun de nos segments de marchés. Par exemple, dans le tertiaire où c'est la taille du bâtiment qui détermine



l'interlocuteur direct que Somfy doit convaincre, nous déployons plusieurs business models selon qu'il s'agisse d'un storiste, du propriétaire du bâtiment lui-même ou d'un bureau d'étude. Au sein de notre Activité, cette stratégie est portée par une organisation différenciée pour le résidentiel et les bâtiments du tertiaire. Sur le terrain, nous investissons fortement dans des équipes chargées d'accompagner les différents acteurs de la prescription de nos solutions. En amont, cette démarche implique également un important travail de spécification de notre offre qui est pilotée par une équipe dédiée en lien avec nos centres de développement. ●

Nos marchés & nos clients

Au travers de cette Activité, Somfy sert une grande diversité de marchés grâce à trois expertises : la gestion de la lumière naturelle, des apports thermiques, et la ventilation naturelle. Pour les bâtiments de bureaux, les hôpitaux et les écoles, l'Activité développe une offre de plus en plus élaborée de gestion dynamique de la façade à des fins d'économie d'énergie et de confort thermique et visuel. Dans le segment résidentiel haut de gamme et l'hôtellerie, la demande est portée avant tout par des exigences de décoration d'intérieur. En 2010, l'Activité a réalisé 75 % de son chiffre d'affaires dans le secteur des bâtiments tertiaires et 25 % dans l'habitat résidentiel.

* Heating, ventilating and air conditioning : chauffage, ventilateur et climatisation

portes et portails

fournir des solutions pour tous les accès

Grâce à sa stratégie multimarque, Somfy Activités a atteint une taille significative sur les marchés de la motorisation des accès. Pour réaliser son ambition de devenir le leader européen du secteur, l'Activité exploite tous ses gisements de croissance structurelle et poursuit sa croissance externe pour prendre pied dans de nouveaux secteurs et élargir son implantation internationale.

Somfy, pour animer la Home Motion

Dans le résidentiel, le développement de l'Activité Portes et portails répond aux besoins grandissants de sécurité et de confort. Depuis plusieurs années, la marque Somfy continue ainsi à élargir sa gamme d'automatismes qui s'intègrent dans les solutions de Home Motion grâce à leur compatibilité avec la Radio Technology Somfy®, et dès 2011, avec le système domotique io-homecontrol®. En complément, Somfy commercialise la nouvelle gamme d'alarmes Protexiom dont les ventes ont progressé en 2010 de 42% dans les Grandes Surfaces de Bricolage françaises.

BFT, une marque complémentaire et internationale

Rachetée par Somfy en 2004, BFT est un fabricant spécialiste de la motorisation des accès pour le résidentiel, les commerces et l'industrie. Dans ses marchés matures (France, Italie) où BFT possède son propre réseau de distribution, la société poursuit la consolidation de son dispositif commercial. BFT qui est déjà présente dans plus de 120 pays continue son expansion géographique sur des nouveaux marchés en Europe, en Amérique et en Asie-Pacifique. En 2010, BFT a ouvert une nouvelle filiale en Turquie et continué à se déployer dans les pays émergents.

Simu, un levier de développement dans les pays émergents

Le segment de l'accès commercial (motorisation pour grilles et rideaux métalliques) représente un potentiel important de croissance dans les pays d'Europe de l'Est et du Moyen-Orient. L'Activité continue à y implanter la marque Simu dont la qualité et la robustesse des produits sont un point de différenciation déterminant pour contrer la concurrence sur le segment moyen de gamme.

“AU TRAVERS DE SA PLATEFORME MULTIMARQUE, L'ACTIVITÉ PORTES ET PORTAILS SERT LES SECTEURS RÉSIDENTIEL, COMMERCIAL ET INDUSTRIEL.”

Pujol, pour consolider les positions en Europe

Racheté par Somfy en 2009, le fabricant et distributeur Pujol est le leader espagnol de la motorisation des fermetures. Confrontée à la crise de l'immobilier sur son marché domestique, l'entreprise connaît un début d'activité prometteur à l'étranger où la marque est déjà présente dans 25 pays. ●



ZOOM SUR... LE MARCHÉ DES ALARMES

Interview d'**Olivier Senée**, Directeur général délégué en charge de l'Activité Portes et portails

En 2010, le chiffre d'affaires des alarmes a progressé de 42% en Grandes Surfaces de Bricolage. Comment expliquer ce succès ?

D'abord, nous profitons d'un marché en plein essor. Ensuite, Protexiom, la nouvelle gamme d'alarme anti-intrusion lancée en 2009, a permis à Somfy de gagner des parts de marché. Outre sa qualité esthétique, ce produit offre le grand avantage de pouvoir être piloté à distance via Internet. Depuis son ordinateur, l'utilisateur peut mettre son alarme sous tension mais aussi programmer l'activation des volets roulants et de l'éclairage.

À quelle stratégie répond le produit alarmes ?

L'alarme a été un moyen pour Somfy de pénétrer le canal de distribution des Grandes Surfaces de Bricolage. En termes d'offre, c'est un produit stratégique : la sécurité est en effet l'un des deux points d'entrée des consommateurs dans l'univers de la domotique, avec l'économie d'énergie. Donc l'alarme s'inscrit pleinement



dans la promesse de sécurité portée par notre système d'Home Motion de gestion de la maison. Elle aura à ce titre un rôle clé à jouer dans le développement de l'offre de service TaHoma®.

Quels sont les futurs développements en termes de fonctionnalités ?

Notre objectif est d'améliorer les solutions de détection avant l'infraction. Début 2011, nous lançons un détecteur de mouvement à usage extérieur qui fonctionne en lien avec l'alarme Protexiom. En mode alarme, les sirènes se déclenchent et les volets roulants se ferment automatiquement pour sécuriser la maison. 2012 sera également riche en innovations. ●

Nos marchés & nos clients

Au travers de sa plateforme multimarque, l'Activité Portes et portails sert les secteurs résidentiel, commercial et industriel. Depuis l'acquisition de la société O&O en 2009, Somfy est également présent dans les secteurs du bâtiment public et de l'accès urbain, avec des applications pour ouvertures, barrières de parking et bollards de chaussée.

Les professionnels (installateurs, fabricants, assembleurs) restent le canal de commercialisation privilégié de l'Activité. Afin de répondre à la demande de produits à installer soi-même, la marque Somfy commercialise des offres d'alarmes et de motorisation en Grandes Surfaces de Bricolage dans un certain nombre de pays européens dont la France.



EN 2010, SOMFY
ACTIVITÉS A CRÉÉ
UNE DIRECTION DU
DÉVELOPPEMENT
DURABLE, RESPONSABLE
SUR LA TOTALITÉ DE SON
PÉRIMÈTRE MONDIAL.
ELLE VA ACCOMPAGNER
LA MISE EN ŒUVRE
PROGRESSIVE D'UNE
STRATÉGIE INTÉGRÉE
EN MATIÈRE DE
RESPONSABILITÉ
ÉCONOMIQUE,
SOCIALE, SOCIÉTALE ET
ENVIRONNEMENTALE.

MOTION BUILD

NOS
RESPONSABILITÉS

RESPONSABILITÉ ÉCONOMIQUE

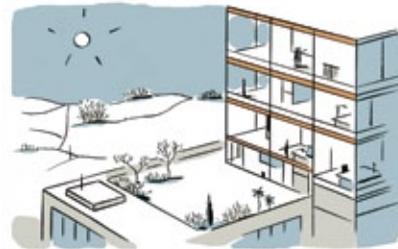
proposer

des produits participant au progrès sociétal et environnemental

Par la création de nouveaux produits et services liés à l'économie d'énergie, Somfy apporte une véritable valeur ajoutée environnementale et sociétale.

Innover et sensibiliser aux bénéfices de l'automatisation

À travers son métier, Somfy est un concepteur de solutions d'économies d'énergie pour la maison et les bâtiments du tertiaire. Pour développer la contribution de ces produits fortement générateurs de valeur à son chiffre d'affaires, Somfy s'emploie depuis plusieurs années à asseoir sa légitimité auprès des acteurs du bâtiment. Cette démarche passe par une politique soutenue d'investissements en faveur de l'innovation produit et commerciale. Ainsi, la prescription, les partenariats et la création de nouveaux business models lui permettent de s'ouvrir de nouveaux marchés, notamment dans les territoires à forte dynamique économique. En Europe, les réglementations qui se développent pour diminuer la consommation énergétique dans les bâtiments offrent à l'entreprise un potentiel de croissance important. C'est pourquoi, Somfy poursuit ses actions de communication auprès des pouvoirs publics afin que ses solutions soient intégrées dans ces normes qui entreront en vigueur progressivement. ●



“TOUT EN S'ASSURANT DE NOUVEAUX AXES DE CROISSANCE RENTABLE, SOMFY ACCÉLÈRE LE PROGRÈS DE CONFORT ET DE PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE DANS LES BÂTIMENTS.”

Les solutions Somfy

Une efficacité reconnue en matière d'économies d'énergie

Dans la maison, l'Isolation Dynamique™ permet d'abaisser la température intérieure de 9 °C l'été et d'économiser jusqu'à 10 % de chauffage l'hiver. Dans le tertiaire, les solutions de façades bioclimatiques réduisent de 20 % à 40 % la consommation énergétique totale du bâtiment (électricité, air conditionné, chauffage), en fonction de la zone climatique et des équipements utilisés.

RESPONSABILITÉ SOCIALE

motiver durablement

Valoriser les talents

Dans le cadre de sa stratégie volontariste de développement, Somfy privilégie, lorsque cela est possible, la valorisation de ses talents internes. En 2010, 60% des postes ouverts au sein de Somfy SAS en France ont été pourvus en interne par des collaborateurs de l'entreprise. Les filiales de distribution d'Europe Centrale et d'Europe de l'Ouest ont de leurs côtés fait l'objet d'un audit interne pour s'assurer de l'adéquation des ressources humaines disponibles avec leur ambition de croissance. Des formations de développement des compétences ont été mises en œuvre à l'issue de cet état des lieux qui sera également effectué en France et en Europe du Nord en 2011. En France, suite à une préparation et un accompagnement financés par Somfy, une trentaine d'agents de fabrication et de magasiniers des sites de Cluses et de Bonneville (Haute-Savoie, France) pourront valider leurs compétences professionnelles en obtenant un Certificat de Qualification Professionnelle reconnu par toutes les entreprises nationales du secteur de la métallurgie.

29 085

HEURES DE FORMATION
DISPENSÉES EN 2010
EN FRANCE



Favoriser la diversité

En 2009 Somfy a lancé un projet sur le handicap qui s'est articulé autour de trois axes : la communication auprès des collaborateurs, le maintien dans l'emploi et le développement de l'emploi des personnes handicapées et le recours à la sous-traitance avec des entreprises employant des personnes handicapées. Signée en février, la Charte sur le handicap matérialise cet engagement à long terme. Dans ce contexte, Somfy a mis à profit la Semaine nationale pour l'emploi des travailleurs handicapés pour sensibiliser les acteurs de l'entreprise (collaborateurs, managers, élus du personnel,...) au rôle de chacun dans l'intégration et le maintien dans l'emploi des personnes handicapées. L'objectif légal est largement atteint à Bonneville depuis 2009 et atteint sur le site de Garette en 2010. Plusieurs actions en faveur de l'employabilité des seniors ont également été menées sur la base du volontariat, au travers notamment d'un entretien de seconde partie de carrière permettant aux salariés d'exprimer leurs projets professionnels. En interne comme auprès des établissements scolaires, l'emploi des jeunes a fait l'objet d'actions spécifiques pour favoriser l'apprentissage en alternance et l'intégration de stagiaires.

Encourager les initiatives

L'entreprise a commencé à déployer la mise en œuvre de neuf projets gagnants parmi les 650 idées soumises par les collaborateurs à l'occasion du concours « *Vos rêves sont nos projets* » lancé en 2009. Un des projets retenus, le projet "Dolphin" a pour objectif d'offrir aux enfants des collaborateurs la possibilité d'effectuer un stage à l'étranger au sein du Groupe. Dans un contexte d'internationalisation de ses activités, Somfy a lancé un projet pilote de réseau social interne destiné à soutenir la coopération entre les équipes et le partage d'information. Baptisée Tog@ther, cette plateforme intègre la plupart des outils collaboratifs liés au Web 2.0. ●



Enquête d'opinion interne 2010

80% de satisfaction globale

L'analyse de la cinquième édition de l'enquête d'opinion interne montre une forte satisfaction globale portée par la possibilité de s'épanouir dans son travail, la capacité à se projeter dans le Groupe et la perception positive qu'ont les salariés de l'entreprise. Le fort taux de participation (70% du personnel) reflète également leur forte implication dans la vie de l'entreprise. En retrait par rapport à 2008, le thème de la coopération entre les différentes entités de Somfy a conduit à la mise en place d'un plan d'actions ciblées.



RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

une démarche

progressive et continue



Suite au Bilan Carbone® réalisé en 2008 sur ses sites français, l'entreprise poursuit la mise en œuvre du plan d'actions visant à améliorer la performance environnementale de son activité et de ses produits. En 2010, Somfy a commencé à déployer sa politique environnementale hors des frontières européennes avec des actions sur son usine tunisienne qui se poursuivront en 2011.

Transport et gestion des déchets

Suite aux 21 mesures lancées l'an dernier sur les quatre sites haut-savoyards, des premiers résultats encourageants ont pu être publiés en 2010. Du côté des déplacements de personnes, qui étaient en 2008 le troisième poste le plus émetteur de gaz à effet de serre, la proportion des voyages effectués en train progresse. En 2010, 47% des déplacements vers Paris se sont faits en train contre seulement 26% en 2007. En moyenne, ce trajet occasionne aujourd'hui 22% d'émissions de CO₂ en moins qu'il y a 3 ans. Fin 2010, le tri sélectif et le recyclage ont été harmonisés sur la totalité des sites de Haute-Savoie où 780 tonnes de déchets doivent être traitées chaque année. Sur le dernier semestre, 13 tonnes de papier ont ainsi pu être collectées et recyclées. Assurée par un prestataire unique, la gestion des déchets est assortie d'une démarche de progrès continu qui permet d'améliorer périodiquement la pertinence du tri.





SOMFY, SITE DE MÉCA 2, CLUSES, FRANCE

Efficacité énergétique des bâtiments

Les usines, entrepôts et immeubles de bureaux des quatre sites haut-savoyards de Somfy ont bénéficié d'un diagnostic énergétique qui a permis de chiffrer les gisements d'économies réalisables et le plan d'action à mettre en œuvre à compter de 2011. Des investissements sont ainsi planifiés pour améliorer les systèmes de chauffage et de traitement de l'air, ainsi que la régulation de l'éclairage.

Extension du périmètre d'application

Analysés en 2010, les résultats du Bilan Carbone® réalisé sur le site de production de Simu (Haute-Saône) vont permettre d'élargir la démarche environnementale de Somfy. L'un des axes prioritaires sera la réduction de l'empreinte énergétique et environnementale des produits tout au long de leur cycle de vie, de l'extraction des matières premières à leur retraitement en fin de vie. Concernant les produits de marque Somfy, un plan d'actions est en cours pour réduire leur consommation électrique. ●

Affichage environnemental Produit

Somfy, membre de PEP Ecopassport

Les plus grands fabricants d'équipements électriques et du génie climatique se sont regroupés au sein de l'association PEP Ecopassport pour promouvoir l'utilisation des PEP (Profils Environnementaux Produits) dans leurs filières. Au sein de cette association, créée avec des syndicats professionnels comme IGNEs ou le GIMELEC, Somfy réfléchit à une méthodologie d'élaboration des PEP qui permettront à terme d'établir un affichage des caractéristiques environnementales de chaque produit.

“EN FRANCE, 22 ÉCO-AMBASSADEURS SONT CHARGÉS AU QUOTIDIEN DE SENSIBILISER AUX ÉCO-GESTES CONCERNANT LES PRODUITS DE MARQUE SOMFY”

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

une mission citoyenne à remplir

Un rôle social de proximité pour la Fondation d'entreprise Somfy

Impliqué depuis 40 ans dans l'animation de la vie locale de sa région d'origine haut-savoyarde, Somfy entend désormais développer son rôle citoyen au travers d'un soutien financier renforcé de la Fondation d'entreprise Somfy à des actions sociales. Dans un premier temps, l'entreprise axera ses efforts sur la région Rhône-Alpes (France). En 2010, une prise de contact avec les décideurs politiques locaux et une réflexion sur les domaines possibles d'intervention ont permis de jeter les bases de cet engagement qui verra les premiers projets se concrétiser en 2011.

« Mieux habiter la planète »

La Fondation d'entreprise Somfy qui se fixe pour mission de « Mieux habiter la planète » va ainsi s'engager aux côtés de la communauté Emmaüs pour aider à améliorer le logement des populations en situation de précarité et sans-abris. En 2010, la fondation a également renouvelé le partenariat qu'elle entretient depuis 2004 avec la Fondation Architectes de l'Urgence qui conduit des programmes de reconstruction et de formation des professionnels du bâtiment dans des régions victimes de catastrophes naturelles et de conflits. La Fondation d'entreprise Somfy a notamment participé au financement de projets en Haïti, suite au séisme de janvier 2010, ainsi qu'en Amérique du Sud.

De nouvelles personnalités au Conseil d'Administration

Afin d'accompagner le développement des champs d'action de la Fondation d'entreprise Somfy, son Conseil d'Administration a accueilli trois nouveaux membres extérieurs à l'entreprise : le philosophe Dominique Bourg, le champion olympique de biathlon Vincent Defrasne, et l'ancienne grand reporter Marine Jacquemin. Désormais constitué de six membres, le Conseil a pour mission de proposer et de sélectionner les projets soutenus par la fondation. ●



**Fondation
Somfy**
mieux habiter la planète

700 000 €

BUDGET DE LA FONDATION
D'ENTREPRISE SOMFY EN 2010



Partenariat

Somfy soutient la candidature d'Anney aux Jeux Olympiques d'hiver de 2018

Partenaire officiel depuis 2005 des Équipes de France de biathlon qui s'est illustrée lors des JO de Vancouver en 2010, Somfy est l'un des partenaires officiels de la candidature d'Anney aux Jeux Olympiques d'hiver de 2018. Séduit par le projet de jeux respectueux de l'environnement porté par la candidature, le Groupe souhaite par cet engagement accompagner le rayonnement international de sa région d'origine. Cette action s'accompagne d'un partenariat avec le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) jusqu'aux Jeux Olympiques de Londres en 2012.

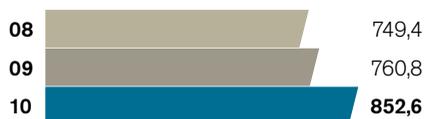
Somfy est structuré en deux branches distinctes. L'une, Somfy Activités se concentre sur un métier : l'automatisation des ouvertures et des fermetures de la maison et du bâtiment. L'autre, Somfy Participations, est dédiée aux investissements et participations dans des entreprises industrielles situées en dehors du cœur de métier de Somfy.

Les chiffres ci-dessous et ci-contre correspondent au périmètre du groupe Somfy, soit Somfy Activités et Somfy Participations.

RÉSULTATS 2010

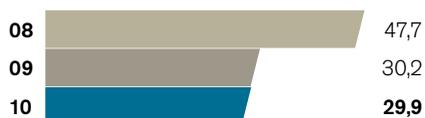
CHIFFRE D'AFFAIRES

(en millions €)



La progression du chiffre d'affaires du Groupe ressort à + 12,1 % à données réelles et + 8,9 % à données comparables par rapport à 2009, avec une contribution de 747,4 M€ de Somfy Activités et de 105,2 M€ de Somfy Participations. Sur Somfy Activités, l'évolution à données comparables sur 2010 est de + 8,5%. Toutes les zones géographiques ont clôturé l'année en hausse. Sur Somfy Participations, l'évolution à données comparables sur 2010 est de + 11,4%. Les trois filiales consolidées globalement se sont redressées et inscrites en nette hausse sur l'année.

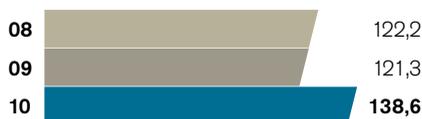
INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX (en millions €)



À 29,9 M€, le niveau des investissements industriels et commerciaux est stable par rapport à 2009.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

(en millions €)



Le résultat opérationnel courant a progressé de + 14,3 % par rapport à 2009. Il s'élève à 128,1 M€ pour Somfy Activités, soit une hausse de + 12,6 %. Cette évolution intègre tant une reprise de l'activité et une bonne tenue de la marge brute que le renforcement des budgets de développement et de marketing. Pour Somfy Participations, le résultat opérationnel courant ressort à 10,7 M€, en hausse de + 38,8 % par rapport à 2009, grâce au rebond de l'activité des filiales intégrées globalement.

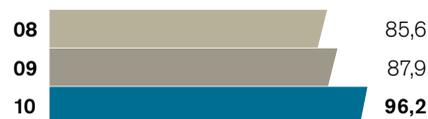
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT (en millions €)



L'amélioration de la capacité d'autofinancement du Groupe de 6,1 M€ intègre la progression du résultat net et l'évolution des charges calculées d'un exercice sur l'autre.

RÉSULTAT NET

(en millions €)



Le résultat net publié est en hausse de + 9,5 % à 96,2 M€. Il comprend des dépréciations d'écarts d'acquisition (- 6,0 M€) et intègre une contribution négative des sociétés mises en équivalence (- 11,6 M€), due à la dégradation de leurs résultats et à la dépréciation de la valeur d'équivalence de CIAT.

ENDETTEMENT FINANCIER NET (en millions €)



L'endettement financier net ressort à 35,1 M€ après l'achat de 70 % de Ningbo Dooya. Ce montant inclut désormais les dettes liées aux options de vente concédées aux détenteurs des participations ne donnant pas le contrôle (39,7 M€). À présentation comparable, l'excédent financier net se serait élevé à 5 M€ en 2010 contre 13 M€ en 2009.

INDICATEURS 2010

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

en milliers €	2010	2009	Variation N/N-1	Variation N/N-1 à taux et périmètre constants
France	225 546	203 504	10,8%	10,5%
Allemagne	113 562	101 257	12,2%	12,1%
Europe du Nord	88 775	83 383	6,5%	4,1%
Europe de l'Est et Centrale	60 407	52 503	15,1%	9,2%
Europe du Sud, Moyen-Orient et Afrique	143 214	128 373	11,6%	5,3%
Asie Pacifique	52 102	40 279	29,4%	14,4%
Amériques	63 807	57 242	11,5%	4,3%
Somfy Activités	747 413	666 541	12,1%	8,5%
Somfy Participations	105 193	94 236	11,6%	11,4%
Somfy Consolidé	852 606	760 777	12,1%	8,9%

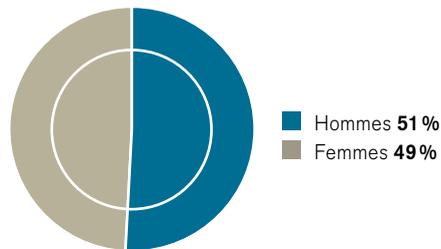
EFFECTIFS INSCRITS



RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR TRANCHE D'ÂGE



RÉPARTITION DES EFFECTIFS HOMMES/FEMMES



RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

