



les

cadres

de vie

Améliorer

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2011



somfy *activités*

# Chiffres clés 2011

**842,8 M€**

de chiffre d'affaires

**118,2 M€**

de résultat opérationnel  
courant

**+ 5,0 %**

à données comparables

**6 900**

collaborateurs

**71 %**

réalisés à l'étranger

**100 millions**

de moteurs vendus  
dans le monde

Plus de

**40**

produits lancés en 2011

**36**

brevets déposés

# Profil

## ***Somfy Activités Contribuer à l'amélioration des cadres de vie***

Leader mondial de l'automatisation des ouvertures de la maison et du bâtiment, Somfy Activités s'est engagée, depuis plusieurs années, à placer son métier et sa forte culture de l'innovation au service de la résolution des grands enjeux environnementaux et sociétaux du secteur du bâtiment.

Ses solutions de confort, de sécurité et d'économie d'énergie sont aujourd'hui présentes dans la maison, les bureaux, les commerces et les espaces publics et trouvent sans cesse de nouvelles applications dans la vie quotidienne. Guidée par les nouvelles attentes de mieux-être dans l'habitat et le bâtiment, Somfy Activités porte à terme l'ambition de servir tous les marchés et tous les besoins d'automatisation en développant de nouvelles technologies et en enrichissant les fonctionnalités de ses solutions.

Pour réaliser cette stratégie, Somfy Activités accélère son déploiement à l'international, au travers d'un réseau de distribution à l'écoute de ses clients professionnels, et diversifie ses business models pour servir chaque marché et territoire avec une offre et un dispositif commercial différenciés.

# Somfy Activités, leader mondial de l'automatisation des ouvertures de la maison et du bâtiment

**3 Activités organisées  
par applications :**

Stores et volets roulants

**+ 5,5 %**

de chiffre d'affaires  
en 2011\*

Solutions tertiaires et stores

**+ 7,0 %**

de chiffre d'affaires  
en 2011\*

Accès

**+ 2,0 %**

de chiffre d'affaires  
en 2011\*

\* À données comparables.



**AMÉRIQUE DU NORD**

**184 collaborateurs**

Canada  
États-Unis d'Amérique

**AMÉRIQUE LATINE**

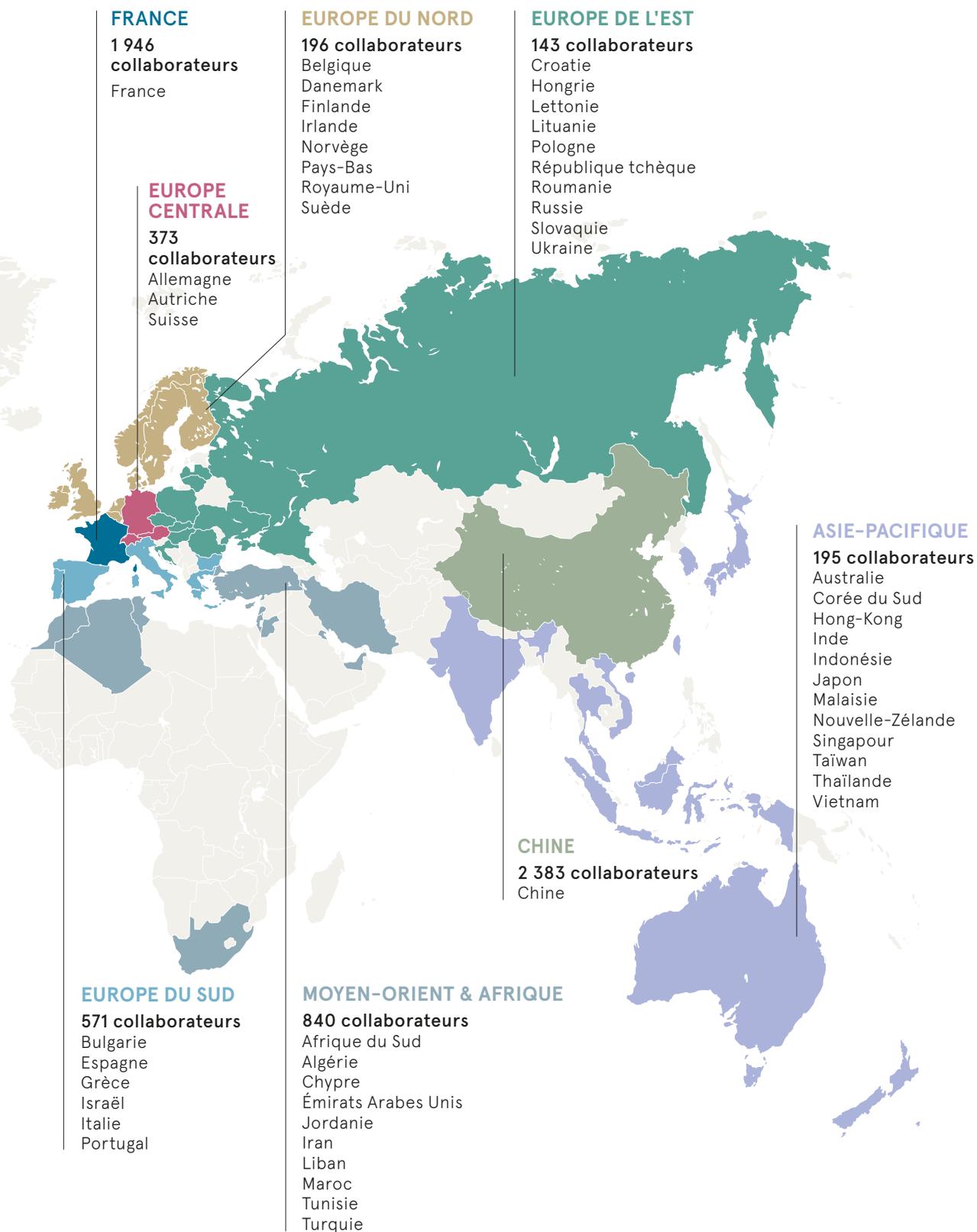
**55 collaborateurs**

Argentine  
Brésil  
Colombie  
Mexique

**8 marques commerciales  
complémentaires :**

Somfy, Simu, BFT, Asa, Mingardi,  
Dooya, LianDa, Pujol.

**Somfy Activités est présente dans 56 pays,  
au travers de 73 filiales de distribution et 51 agences et bureaux**



# 'Somfy a su investir au bon moment sur les leviers de sa croissance de demain'

Entretien avec **Jean-Philippe Demaël**  
Directeur Général de Somfy Activités

## **Q**uel bilan dressez-vous de l'activité en 2011?

Notre dynamique d'activité a reflété l'évolution du PIB dans le monde : une croissance soutenue jusqu'en mai, puis un ralentissement notable dans toutes les zones géographiques. Mais même si nous avons été impactés par le contexte économique, Somfy Activités a plutôt bien tiré son épingle du jeu : notre croissance a été supérieure à celle de nos marchés, ce qui traduit un renforcement de nos positions, notamment sur notre marché historique qu'est celui du volet roulant en Europe.

Notre autre motif de satisfaction est que la prise de participation majoritaire dans Dooya en Chine, fin 2010, a pleinement rempli l'un de ses principaux objectifs : faire de Somfy le leader de son secteur sur le marché intérieur chinois. En 2011, Dooya a enregistré une croissance globale de 37 %, dont une progression de 67 % en Chine.

L'année dernière, grâce au partenariat commercial et technologique conclu avec Garen Automação au Brésil, nous avons franchi une seconde étape importante dans notre stratégie

d'accélérer nos prises de position dans les économies émergentes. Garen Automação est le leader des solutions d'accès qui est notre marché à plus fort potentiel de croissance en Amérique du Sud.

## **Le taux de rentabilité a fléchi en 2011. Est-ce une situation durable ?**

La baisse du résultat opérationnel courant (14 % du chiffre d'affaires en 2011 contre 17 % en 2010) est la conséquence de deux facteurs. Elle résulte d'abord pour partie de la hausse du prix des matières premières. Comme nous l'avions annoncé en 2010, la contraction de notre rentabilité traduit aussi et surtout une intensification de nos investissements en faveur du développement produits et de notre réseau de distribution. Ceci dans le cadre d'un projet de croissance durable, lancé il y a deux ans, qui vise à nous créer de nouveaux espaces de croissance. Compte tenu de la conjoncture économique actuelle et des incertitudes pour l'avenir, nous sommes convaincus que nous avons su investir au bon moment sur des leviers de croissance majeurs pour l'entreprise. Toutefois, afin de maintenir notre niveau de rentabilité en 2012, nous adapterons nos investissements à l'évolution de la conjoncture.

**Il y a deux ans, vous avez lancé un projet majeur pour l'entreprise dont l'objectif est de développer et d'alimenter vos futurs leviers de croissance. Quels en sont les fondements et les premiers résultats ?**

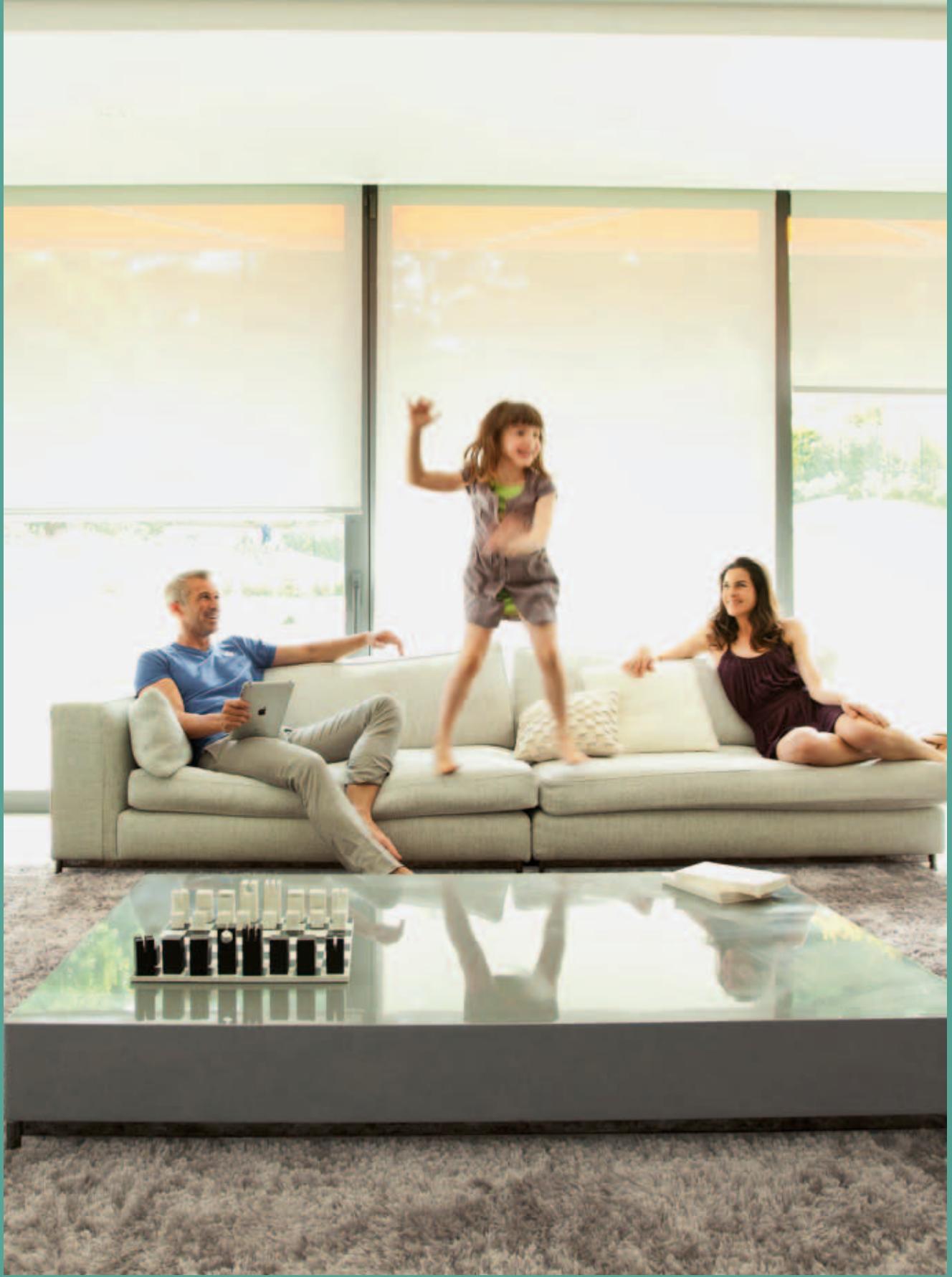
Toute notre stratégie repose sur la conviction que, partout dans le monde, l'univers du bâtiment fait l'objet d'attentes de plus en plus fortes en matière de confort, de sécurité, d'économies d'énergie et d'autonomie des personnes âgées. Ces besoins grandissants représentent un potentiel de croissance très important pour l'entreprise et notre ambition est que Somfy Activités, à travers toutes ses marques, soit à terme synonyme dans le monde entier d'amélioration des cadres de vie. C'est pour cette raison que nous investissons aujourd'hui en faveur de trois axes prioritaires : la domotique, pour nous y positionner en leader ; les pays émergents, pour en faire une place forte de nos activités ; et le marché tertiaire, sur lequel nous souhaitons nous affirmer comme un acteur référent.

Sur l'ensemble de ces priorités stratégiques, nous avons déjà réalisé des avancées significatives en 2011. Nous avons déployé en Europe la commercialisation de la box domotique TaHoma® et lancé une version adaptée sur le marché nord-américain. Les volumes restent pour l'instant limités mais nous sommes déjà l'entreprise qui a installé le plus grand nombre d'équipements de ce type. Sur

le marché chinois, un an après le renforcement de notre dispositif de distribution sur place, nous sommes déjà l'acteur leader sur l'entrée de gamme et le haut de gamme, emmenés respectivement par les marques Dooya et Somfy. Enfin, dans le marché du tertiaire, nous avons renforcé notre partenariat stratégique avec Philips Lighting pour une gestion combinée de la lumière naturelle et artificielle, et nous constatons que de plus en plus de pays adoptent nos solutions d'automatisation des protections solaires dans leur réglementation thermique. —

***'Nous investissons aujourd'hui en faveur de 3 axes prioritaires : la domotique, les pays émergents et le marché tertiaire.'***





Améliorer les

cadres de vie...

Vieillesse démographique

1,5 milliard

la population de personnes âgées aura triplé d'ici 2050 <sup>(1)</sup>

Révolution technologique

4 milliards

nombre d'utilisateurs de téléphones portables

Pays en voie de développement

1 milliard

d'enfants en Asie et en Afrique qui seront autant de futurs consommateurs

Urbanisation

2 milliards

de personnes auront besoin d'un logement d'ici à 2030 <sup>(2)</sup>

Préservation de l'environnement

40%

de la consommation électrique mondiale et 30 % des émissions de CO<sub>2</sub> sont générés par le bâtiment

essentielle

...une attente

(1) Source : United Nations – World Population Ageing 2009

(2) Source : ONU-Habitat 2005

# Notre vision

Somfy a compris que pour chaque individu, partout dans le monde, l'amélioration de la qualité de son cadre de vie (confort, bien-être, économies d'énergie, sécurité, besoin d'autonomie) devient une attente fondamentale.

Cette aspiration est commune à tous, quels que soient le moment et le lieu de vie (maison, appartement, bureau, hôtel, lieux publics...).

Nous avons la conviction que notre Groupe doit jouer un rôle majeur dans cette transformation en contribuant fortement à satisfaire ces besoins essentiels.

En tant qu'acteur économique et social des territoires, nous pensons aussi que les entreprises ont un rôle plus important à jouer dans les pays dans lesquels elles sont implantées. C'est pourquoi nous avons décidé d'exercer notre responsabilité citoyenne dans notre domaine de légitimité qu'est l'habitat.



# 10

## Résidentiel

*Innover pour le mieux-être dans la maison au travers d'une domotique accessible et de nouvelles applications.*

# 18

## Tertiaire

*Accélérer la contribution des automatismes aux économies d'énergie et au confort des occupants.*



# 24

## Économies émergentes

*Partout dans le monde, faire progresser le confort grâce à des solutions adaptées aux besoins locaux.*

# 30

## Responsabilités citoyennes

*Montrer l'exemple en matière de responsabilités d'entreprise, lutter contre les exclusions liées au logement.*



# Résidentiel

**Leader de l'automatisation des ouvertures de la maison, Somfy continue à faire évoluer son offre vers des solutions de confort, d'économies d'énergie et de pilotage de son domicile à distance.**

**n° 1**

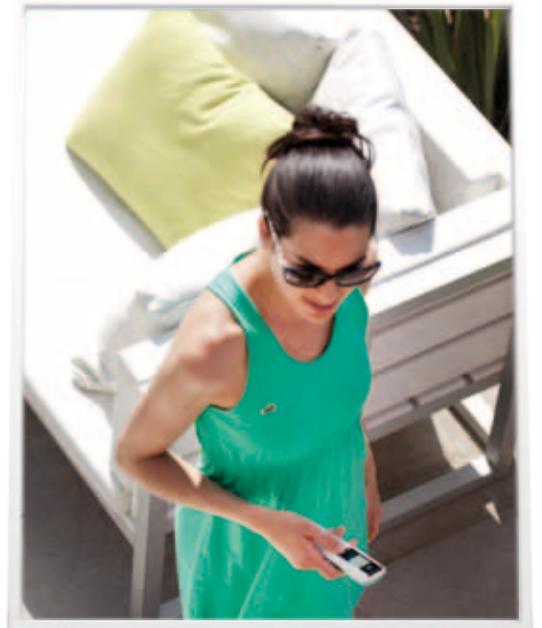
du marché des alarmes en grandes surfaces de bricolage en France

**+ 250 %**

de chiffre d'affaires réalisé avec la gamme domotique io

**100 000**

moteurs io vendus en 2011



# Domotique : à la convergence de tous les bien-être et de nos métiers

**P**arce que la domotique apporte à la fois des bénéfices de bien-être, de sécurité, d'économie d'énergie et d'autonomie des personnes, Somfy en a fait un vecteur prioritaire d'amélioration du confort dans la maison.

Dans les années à venir, la domotique va irriguer la croissance de ses trois Activités dans la mesure où elle fera, à terme, converger toutes les applications motorisées par Somfy dans le résidentiel (volet roulant, store, portail, porte de garage, etc.). Son développement revêt donc un enjeu fort de croissance, tout particulièrement en Europe où ses nouvelles fonctionnalités (pilotage à distance, alerte sur le téléphone mobile, interfaçage avec les autres équipements de la maison) viennent renouveler l'attractivité du marché historique de Somfy qu'est l'automatisation des volets roulants. C'est pourquoi, Somfy a poursuivi en 2011 le déploiement de son interface web TaHoma® en Belgique et aux Pays-Bas. Commercialisée en France et en Allemagne depuis fin 2010, cette interface, qui se connecte sur un boîtier Internet, marque une réelle rupture dans l'offre Somfy, puisqu'elle permet de piloter ses automatismes à distance depuis un ordinateur ou un smartphone.

## Un univers complet d'applications

Volet roulant ou battant, portail, porte de garage, store extérieur, alarme, points de commande et capteurs associés Somfy. En partenariat avec d'autres fabricants : serrures de porte d'entrée, éclairage, chauffage, fenêtres, thermostat d'ambiance, pompe à chaleur, plancher chauffant et rafraîchissant.

## Stratégie Faire de Somfy la marque leader de la domotique

Facile à utiliser et moins coûteuse qu'une installation domotique traditionnelle, TaHoma® incarne parfaitement le parti pris de Somfy pour une domotique simple, évolutive et accessible au plus grand nombre. Cette approche a remporté un premier succès d'estime en 2011 : distribuée fin décembre par plus de 700 points de ventes professionnels, TaHoma® équipait déjà plus de 1 500 maisons dans les quatre pays où l'offre est commercialisée. Son lancement a également permis d'accélérer les ventes de motorisations et points de commande de la gamme domotique io dont les ventes ont quadruplé en un an. ...

Facile à utiliser et moins coûteuse qu'une installation domotique traditionnelle, TaHoma® incarne parfaitement le parti pris de Somfy pour



## TaHoma®, l'interface compatible avec tous les standards de communication du marché

Lancée en Europe fin 2010, l'interface TaHoma® offre une extrême souplesse d'utilisation grâce à sa capacité à s'interfacer à ce jour avec quatre systèmes de communication dont les deux protocoles développés par Somfy : io homecontrol® et la Radio Technology Somfy®. TaHoma® est potentiellement compatible avec tous les standards de communication du marché.



... Pour soutenir le développement du marché de la domotique sur ses territoires, la marque Somfy a continué à élargir les fonctionnalités et le périmètre d'application des automatismes de sa gamme domotique io. En 2011, l'Activité Accès a développé son offre domotique (portail, porte de garage, alarme, lumière, chauffage, interphonie et vidéophonie) dans le but d'offrir aux professionnels une gamme complète de solutions d'accès et de sécurité à l'été 2012. Pour les stores extérieurs, les capteurs de vent Eolis, qui permettent aux stores extérieurs de se remonter automatiquement, sont désormais disponibles dans la gamme io.

En Europe et en Amérique du Nord, où Somfy déploie également une offre domotique, les équipes de distribution ont accentué, en 2011, leurs actions de formation des installateurs et de sensibilisation des consommateurs à ces nouvelles solutions. L'Allemagne, notamment, a organisé un roadshow à travers 15 villes, qui a permis de former 900 personnes. Le développement de la domotique passe également par la mise en œuvre de nouveaux business models. L'Europe centrale a ainsi inauguré un partenariat avec un fabricant de maisons préfabriquées en vue d'y intégrer en standard les solutions domotiques Somfy. \_



## FRANCE PIONNIÈRE DE LA DISTRIBUTION DE L'OFFRE DOMOTIQUE

### 350 REVENDEURS AGRÉÉS

La France, qui commercialise l'interface web TaHoma® depuis fin 2010, fait figure de laboratoire pour la structuration des canaux de distribution de l'offre domotique. Sur la base de son business model traditionnel, le territoire s'appuie en premier lieu sur un réseau d'installateurs

revendeurs agréés (les Experts Somfy) auxquels Somfy propose des formations dédiées. Les magasins des Experts qui commercialisent ses solutions domotiques – au nombre de 350 fin 2011 – servent également de showrooms pour promouvoir l'offre auprès des consommateurs.

### UN CANAL SPÉCIFIQUE DE DOMOTICIENS

En parallèle, les équipes de distribution de Somfy France développent actuellement un canal spécifique de domoticiens avec une couverture nationale. Dix fois moins chères qu'un système filaire classique, les solutions domotiques de Somfy vont permettre aux domoticiens de prospecter de nouveaux segments de marché.

### NOUVEAUX BUSINESS MODELS

Enfin, le territoire continue à innover avec de nouveaux business models, notamment au travers de partenariats avec une soixantaine de fabricants de maisons neuves à fin 2011. \_



# Sécurité : maîtriser ses accès à distance pour une tranquillité d'esprit totale

La sécurité des biens et de l'habitat est une préoccupation grandissante partout dans le monde. Dans le résidentiel, la grande majorité des achats de sécurité répond avant tout à un besoin de tranquillité d'esprit au quotidien, qui implique la mise en place d'une offre globale de sécurité de confort avec des applications capables d'interagir ensemble et d'être pilotées à distance.

Spécialiste de la maîtrise des fermetures (portails, portes de garage), l'Activité Accès de Somfy élargit, depuis plusieurs années, son champ d'action à des systèmes d'alarme qui fonctionnent en interaction avec les autres automatismes Somfy de la maison. En France, Somfy est ainsi devenue en 2011 la marque leader du produit alarme dans le canal

## Stratégie S'ouvrir de nouveaux marchés connexes

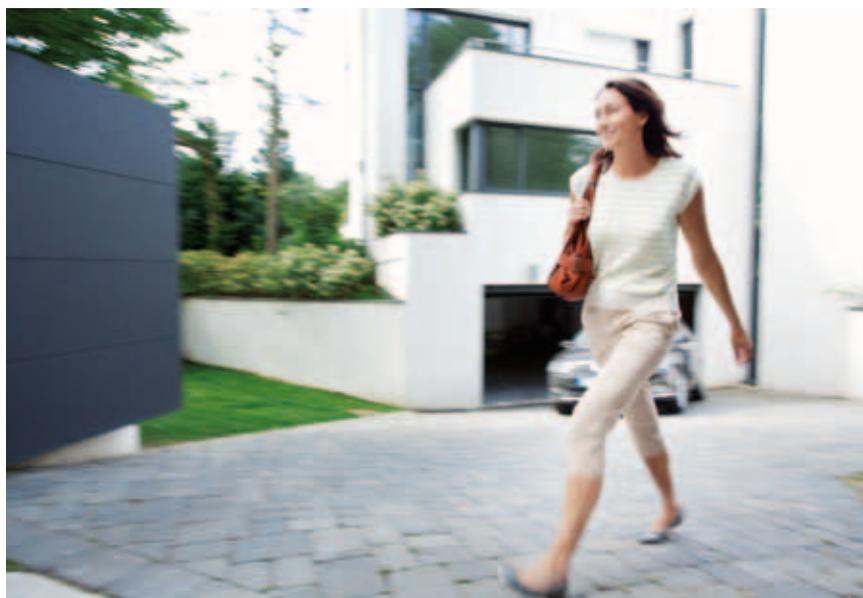
est le principal point d'entrée des consommateurs dans l'univers de la domotique. C'est pourquoi, afin de soutenir l'ambition de Somfy de devenir la marque de référence des solutions domotiques dans la maison, l'Activité Accès a accéléré en 2011 le développement de cet univers d'offre. Et ce, avec des produits qui permettent de servir de manière différenciée ses deux canaux de distribution privilégiés : les professionnels installateurs et les Grandes Surfaces de Bricolage.

Pour ce canal, Somfy a élargi sa gamme d'applications à de nouveaux segments de produits : gestion de la lumière, du chauffage, et boîtiers d'interphonie et de vidéophonie pour les portes. Cet univers d'offres domotiques pourra bientôt être piloté de manière centralisée depuis son ordinateur ou un Smartphone. ...

des Grandes Surfaces de Bricolage, avec 39 % de parts de marché. Avec l'économie d'énergie, la sécurité

## L'Activité Accès, un réseau de marques complémentaires

Sur le secteur résidentiel, mais aussi celui du tertiaire, l'Activité Accès opère au travers de cinq marques qui proposent une complémentarité d'offres, en termes d'applications, de gammes de prix et de couverture géographique. Marque mondiale, Somfy conduit la promesse de confort et de sécurité de l'offre Home Motion et domotique Somfy. BFT complète l'offre Somfy auprès des professionnels installateurs et met à disposition des autres marques son réseau de distribution présent dans 120 pays. Positionné sur les segments moyen de gamme, Simu accélère le déploiement de l'Activité Accès dans les territoires émergents. Depuis l'Espagne, Pujol consolide le réseau de distribution européen. Enfin, O&O permet à l'activité de déployer ses solutions sur le segment de l'accès urbain.



**39%**  
parts de marché  
de Somfy sur les  
alarmes grand  
public en France  
en 2011



... Sur le modèle de l'interface web TaHoma® qui n'est vendue qu'auprès des clients professionnels, l'Activité Accès va en effet lancer début 2012 en France la « Somfy Box », une centrale de supervision domotique pour toute la maison.

## 'La sécurité, levier de développement dans les pays émergents'

La sécurité est aussi un levier important pour l'accélération du développement de l'activité dans les pays émergents. Dans le secteur résidentiel, c'est notamment le cas dans les pays d'Amérique du Sud où Somfy Activités a conclu en 2011 un partenariat stratégique avec la société brésilienne Garen Automação. —



## BRÉSIL : SOMFY S'ALLIE AVEC GAREN, LE LEADER SUD- AMÉRICAIN DES AUTOMATISMES D'ACCÈS

Au Brésil où la sécurité est une problématique urbaine majeure, Somfy Activités a signé, en mai 2011, une alliance commerciale et technologique avec la société Garen Automação, le leader sud-américain des automatismes pour portes et portails. L'accord conclu entre les deux sociétés prévoit de loger l'Activité Portes et Portails de Garen au sein d'une nouvelle entreprise commune de 350 personnes qui intègre

l'ensemble de la chaîne de production, de la fabrication des composants à l'assemblage des moteurs. Ce partenariat sera progressivement renforcé d'ici à 2016, échéance à laquelle Somfy pourra faire valoir son option d'achat pour une prise de contrôle totale de Garen Automação.

### 45 % DE PARTS DE MARCHÉ SUR L'ACCÈS AU BRÉSIL

Leader du marché brésilien de la motorisation et de l'automatisation des accès, avec 45 % de parts de marché, Garen Automação enregistre une croissance moyenne de son chiffre d'affaires de 15 à 20 % par an. Positionné sur toute la zone Amérique du Sud - 20 % de ses produits sont commercialisés hors du Brésil - Garen Automação va permettre à Somfy d'accélérer l'implantation commerciale de sa marque dans cette région du monde, avec des solutions de sécurité, d'économie d'énergie et de domotique. —



# Toujours plus de fonctionnalités, de simplicité et d'applications

**D**ans ses marchés matures et sur son activité historique qu'est l'automatisation des volets roulants, Somfy continue à innover avec des offres qui améliorent les bénéfices offerts aux consommateurs et à ses clients professionnels.

Les points de commande qui permettent de piloter et d'automatiser le fonctionnement des moteurs sont un vecteur clé du renouvellement de l'attractivité de l'offre. En 2011, l'innovation s'est notamment traduite par une plus grande simplicité d'utilisation des télécommandes qui servent à créer des scénarios de vie préprogrammés, avec le lancement sous le standard Radio Technology Somfy® de deux nouveaux modèles (Telis 16 et Chronis 6) en remplacement de l'ancienne gamme. En réponse à l'individualisation des attentes, les nouveaux points de commande muraux Smoove s'adaptent, quant à eux, à la décoration intérieure de chaque maison grâce à leur finition modulaire qui permet de choisir la couleur et la matière de leur cadre.

La commercialisation de nouvelles offres de motorisations est venue

## **Stratégie** **Continuer à créer de la valeur ajoutée sur nos marchés traditionnels**

élargir les fonctionnalités des volets roulants et des stores extérieurs automatisés. En Espagne, le volet roulant sert désormais de brise-soleil grâce au lancement, en partenariat avec un fabricant de produit porteur, d'un moteur pour volet roulant à lames orientables. Les stores d'extérieur à lames intègrent de leur côté l'univers des solutions Home Motion Somfy grâce au développement du premier moteur (J4 RTS) de cette gamme équipée de la Radio Technologie Somfy® (RTS). Désormais, ils peuvent être pilotés avec les autres applications de la maison (alarme et toutes les fermetures de la maison) par un point de commande unique. Longtemps utilisé uniquement dans les pays germanophones, le store d'extérieur à lames connaît ces dernières années un succès grandissant dans d'autres pays (Asie et États-Unis), en raison de son efficacité à laisser pénétrer ...

## **Protexial io : un nouveau système d'alarme tout-en-un**

- Détection de mouvement et d'ouverture
- Réception d'alertes sur le téléphone mobile
- Contrôle des accès par caméra depuis Internet
- Simulation de présence
- Interconnexion avec les autres équipements de la maison.



# +89%

de chiffre d'affaires pour les moteurs silencieux SONESSE



... la lumière naturelle tout en protégeant de la chaleur.

À l'intérieur de la maison, la tendance est aux motorisations silencieuses et aux solutions qui ne nécessitent pas de raccordement électrique. C'est pourquoi Somfy poursuit sa stratégie de faire des motorisations silencieuses un standard sur les produits d'intérieur en élargissant sa gamme de moteurs Sonesse à toutes les applications (stores rouleaux, stores bateaux, vénitiens, écrans de projection). En 2011, les solutions autonomes (gamme WireFree) qui fonctionnent sur piles ont de leur côté enregistré une croissance de 14 % à 16 % aux États-Unis.

## 'L'activité Stores et volets roulants s'est ouvert de nouveaux marchés'

Dans ses territoires matures européens, Somfy ambitionne, à terme, d'asseoir son leadership sur toutes les applications de la maison. En 2011, l'entreprise a continué à ouvrir de nouveaux marchés à son Activité Stores et Volets Roulants en lançant la commercialisation de solutions d'automatisation pour les volets battants (en France et Italie) et pour les pergolas (en Italie, Grèce, Espagne). Développée en partenariat avec des fabricants de pergola, cette dernière offre répond à la demande croissante de « pièce à vivre » extérieure. Basée sur la technologie de communication io, Pergola io s'intègre dans l'univers des solutions domotiques Somfy. —



### EUROPE :

## VOLET BATTANT, UNE NOUVELLE APPLICATION SOMFY POUR LA MAISON

40 ans après avoir créé le marché de la motorisation du volet roulant, Somfy étend son périmètre d'applications aux volets battants. Lancée fin 2010 en France, cette nouvelle offre a su toucher son public, avec une progression des ventes de 50 % en 2011 et un référencement auprès de 316 installateurs et fabricants de volets battants.

### TAUX DE MOTORISATION INFÉRIEUR A 1 %

Même s'il s'agit aujourd'hui d'un marché de niche,

son potentiel de croissance est important en Europe. En France, où le parc de volets battants est estimé à 91 millions d'unités, le taux de motorisation reste en effet inférieur à 1%.

### BÉNÉFICES DE CONFORT ET DE SÉCURITÉ

Application de confort qui répond bien aux attentes des seniors, la motorisation des volets battants renforce également la sécurité du volet contre les infractions, tandis que son automatisation offre des fonctionnalités de fermeture à distance et de simulation de présence. Pour pallier le manque de notoriété de cette nouvelle application, Somfy a mené une importante campagne de communication auprès de ses clients professionnels (installateurs Experts Somfy, fabricants de volets battants) et des utilisateurs.

La cible prioritaire : les propriétaires qui cherchent à remplacer leurs vieux volets battants. 2012 marquera le début de la phase d'internationalisation de l'offre qui sera lancée sur les marchés italien et autrichien. —



# Les autres temps forts de 2011 pour nos Activités et territoires

## DOMOTIQUE

### UNE INTERFACE TAHOMA® ADAPTÉE AU MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN

Hors Europe, où la marque Somfy est aujourd'hui surtout positionnée sur le tertiaire, la domotique est un moyen de faire entrer la marque dans le champ de vision du consommateur avec une offre haut de gamme. En 2011, les États-Unis ont ainsi lancé leur propre solution d'interface baptisée TaHoma®. Comme son modèle européen, elle permet de mettre en convergence les applications de la maison et de les piloter depuis une application Smartphone ou son ordinateur. En réponse aux attentes du marché nord-américain, TaHoma® se positionne comme un système centralisé de gestion de la consommation énergétique de la maison grâce à une solution qui associe protections solaires, éclairage et thermostats.



## DOMOTIQUE

### Succès de la Home Motion House aux Pays-Bas

La domotique est une technologie « à vivre » dont les fonctionnalités et bénéfiques doivent pouvoir être testés en situation réelle. Première initiative de ce type pour Somfy, un Experience Center pour le grand public a ainsi été inauguré à Amsterdam (Hollande), début 2011, dans un centre commercial dédié à l'univers de la maison. Le succès est au rendez-vous puisque 10 000 personnes ont visité ce showroom géant sur l'année. Les consommateurs peuvent ensuite acheter les offres via des revendeurs agréés.



## ÉCONOMIE D'ÉNERGIE

### L'Isolation Dynamique™ prescrite dans la RT2012

En vigueur depuis fin 2011 en France, la nouvelle Réglementation Thermique 2012 intègre les solutions d'Isolation Dynamique™ de Somfy dans ses recommandations. Cet argument est un outil de prescription efficace auprès des promoteurs de maisons neuves. Dans le secteur résidentiel, Somfy conduit des actions de lobbying dans une dizaine de pays européens, dont l'Allemagne et l'Espagne, en vue de promouvoir ses solutions d'économie d'énergie dans les nouvelles réglementations environnementales des bâtiments.



## MÉTIER

### L'ACTIVITÉ PORTAILS ET PORTES DE GARAGE DEVIENT L'ACTIVITÉ ACCÈS

En 2011, l'activité anciennement connue sous le nom de « Portails & portes de garage » est devenue l'Activité Accès. Onze années après la création de cette activité, d'abord essentiellement axée sur le marché résidentiel, cette terminologie élargie accompagne le déploiement de ses nouveaux axes de croissance: sa prise de position dans le tertiaire (accès commerciaux, industriels, urbains) ;

l'ouverture de son offre pour la maison à l'alarme, l'interphonie et à la domotique; sa forte ambition de croissance tant géographique qu'applicative qui s'opérera par du développement interne et des acquisitions; et enfin, son positionnement affirmé sur des offres de « solutions » (sécurité, gestion des accès, etc.). Constituée à ce jour de cinq marques complémentaires (Somfy, BFT, Simu, Pujol, O&O), l'Activité Accès a fixé deux orientations à sa stratégie de croissance: dans le résidentiel, contribuer par le développement de son offre à faire de Somfy la marque de référence de la domotique; dans le secteur tertiaire, renforcer ses positions dans tous les marchés de contrôle des accès.

# Tertiaire

Spécialiste de la protection solaire dans les immeubles, Somfy élargit les convergences avec les équipements énergétiques du bâtiment pour proposer des solutions novatrices d'économie d'énergie et de confort visuel et thermique.

**+50%**

de chiffre d'affaires  
au Moyen-Orient

**600**

projets gagnés en 2011  
contre 450 en 2010 (+ 27 %)

**100**

collaborateurs dédiés



# Protections solaires automatisées : une solution efficace d'économies d'énergie

L'automatisation des protections solaires de l'enveloppe des bâtiments est parmi les mesures les plus efficaces d'économies d'énergie. Les solutions de façades bioclimatiques conçues par Somfy permettent ainsi de réduire de 20 % à 40 % la consommation énergétique totale du bâtiment (électricité, air conditionnée, chauffage), en fonction de la zone climatique et du type de protections solaires utilisées.

Afin d'accroître encore la performance et l'attractivité de ses solutions, Somfy développe des offres intégrées. Pour cela, l'entreprise tisse des partenariats avec d'autres fabricants dans l'objectif d'interfacier ses produits avec tous les équipements énergétiques du bâtiment.

Somfy déploie aujourd'hui des solutions pour toutes les tailles de bâtiment, soit avec son propre système de logiciel propriétaire, soit avec des protocoles ouverts qui permettent à tous les composants de communiquer (protections solaires, éclairage, air conditionné, etc.). En 2011, Somfy a lancé une nouvelle version de sa solution Animeo conçue pour fonctionner avec un standard de communication international (KNX). Animeo KNX va permettre de capter le potentiel de croissance encore important de l'automatisation des protections solaires, surtout en Europe dans le cadre de la transposition par les pays membres de la nouvelle

## Stratégie S'affirmer comme un acteur réfèrent sur le tertiaire

directive européenne sur la performance énergétique des bâtiments (2010). Somfy a également continué à consolider ses actions de prescription et de lobbying qui sont les deux principaux leviers de croissance de cette activité promise à un bel avenir dans tous les territoires. Toutes les équipes locales de distribution sont désormais tenues de valoriser les solutions de façades bioclimatiques et d'investir dans la prescription en y allouant des ressources dimensionnées au contexte local. En Europe de l'Est, où le potentiel est important, Somfy a constitué une équipe dédiée et tissé un réseau d'associations professionnelles (Russie, Croatie), afin de promouvoir l'automatisation des protections solaires auprès des architectes, ingénieurs et promoteurs.

...

### UCLH Cancer Center London



## Pour les immeubles du secteur tertiaire, Somfy Activités a créé le programme Somfy for Bioclimatic Façades :

des solutions sur mesure d'économies d'énergie, de confort visuel et thermique, basées sur l'automatisation des façades des bâtiments (protections solaires, enveloppe vitrée) et leur gestion dynamique en interface avec la lumière artificielle et les équipements de production de chaud et de froid.

## 3 savoir-faire au service de l'économie d'énergie et du confort thermique et visuel :

- Isolation Dynamique™
- Gestion de la lumière naturelle
- Ventilation naturelle



... En Espagne et en Italie, le déploiement de business models adaptés va permettre d'accélérer la maturation de marchés encore naissants. L'expérience a montré qu'il faut aussi être capable de prospecter chaque acteur des projets immobiliers (promoteur, architecte, responsable technique, responsable des achats...) avec un argumentaire différencié.

## 'Les solutions de façades bioclimatiques permettent de réduire la consommation énergétique de 20 % à 40 %'

C'est pourquoi, en 2011, Somfy a affiné son dispositif de prescription (formation des équipes, identification des cibles, supports de communication adaptés à chaque marché).

En Europe, pour capter le potentiel de croissance offert par l'entrée en vigueur prochaine des réglementations thermiques des bâtiments, les équipes ont renforcé leurs actions de lobbying en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, en Pologne et en République tchèque. Somfy conduit ses actions au travers d'associations professionnelles telles qu'EuroACE, qui est l'interlocuteur des institutions de l'Union européenne pour toutes les problématiques d'efficacité énergétique dans les bâtiments, mais aussi au niveau national et supranational au sein de syndicats tels que l'association européenne des protections solaires (ES-SO). \_



### RÉALISATION 2011

## LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE LEIPZIG (ALLEMAGNE)

La nouvelle extension de la bibliothèque nationale de Leipzig, dont la construction s'est achevée en 2011, est emblématique du savoir-faire de Somfy en matière de solutions intégrées.

**CLIENT :** République fédérale d'Allemagne

**PLANIFICATION ET MISE EN ŒUVRE :** ARGE-allemand Bibliothèque nationale - Gabriele Glöckler / ZSP Architekten, Stuttgart.

**SOLUTION ANIMEO KNX**  
Pour contrôler à la fois les protections solaires intérieures et extérieures ainsi que les ouvrants des fenêtres qui permettent une ventilation naturelle, Somfy a fourni sa solution Animeo KNX. Système de communication international et ouvert, Animeo KNX permet aux automatismes installés sur la façade d'interagir avec tous les équipements du bâtiment (chauffage, refroidissement, éclairage), offrant ainsi un compromis optimal entre les exigences d'économie d'énergie et le confort thermique et visuel des occupants. \_



# S'affirmer comme un accélérateur du « mieux vivre » dans les bâtiments et le milieu urbain

L'amélioration des cadres de vie implique de pouvoir proposer des bénéfices « clés en main » et sur mesure aux clients. C'est pourquoi l'activité de Somfy dédiée au tertiaire conduit depuis quelques années une démarche de partenariat technologique et commercial avec d'autres acteurs d'équipements du bâtiment. Conçue avec Philips Lighting, l'offre de gestion combinée de la lumière naturelle et artificielle a déjà démontré sa plus-value en Grande-Bretagne et en France, où plusieurs projets d'immeubles de bureaux ont été acceptés grâce à cette solution qui a été présentée au marché nord-américain en 2011. Pour des bénéfices d'économies d'énergie, d'autres partenariats sont également conclus au niveau local ou régional avec des fabricants d'équipements de production de chaleur et de froid.

En complément de ses produits, Somfy se positionne aussi de plus en plus sur la phase amont des projets, grâce au développement de services associés qui permettent d'accompagner ses clients, de la phase de planification du projet au travers de la spécification technique, à l'installation. L'Europe du Nord a clairement pris ce virage en 2011, ce qui a permis au chiffre d'affaires de l'activité tertiaire de progresser de 30 % à 40 % au Royaume-Uni et en Norvège sur le segment des bâtiments commerciaux. Afin de renforcer sa valeur ajoutée au moment de la prescription, Somfy a lancé en 2011 le premier outil du marché dédié à la simulation et à

## Stratégie

### Faire la preuve de notre valeur ajoutée dans tous les marchés liés à l'amélioration des cadres de vie

quotidienne du soleil, des autres bâtiments et arbres alentours), ce nouvel outil permet une gestion très fine de l'automatisation des protections solaires : désormais, et sans avoir à installer des capteurs solaires sur chaque fenêtre, il est possible d'automatiser de manière individuelle la position des protections solaires. Relié à un capteur de température extérieur, ce système s'adapte pour trouver le meilleur compromis entre la recherche d'économies d'énergie et le confort visuel et thermique des occupants. Cette solution a été décisive pour remporter plusieurs chantiers, notamment l'hôpital Robert Schuman de Metz (France). ...

la gestion de l'ombre portée sur les bâtiments. En modélisant par ordinateur, avant même la mise en service des bâtiments, l'ombre portée sur les façades (en fonction de la course



**Une approche sectorielle des applications de façades bioclimatiques**  
Immeubles de bureaux,  
bâtiments solaires,  
secteur médical,  
hôtellerie.



## 4 solutions

- Confort visuel et thermique
- Économies d'énergie
- Sécurité
- Maîtrise des accès

... Sur le segment des solutions de maîtrise de l'accès urbain, l'Activité Accès a, de son côté, consolidé sa capacité à adresser les besoins croissants de contrôle et de limitation de l'accès des véhicules aux centres-villes. En 2011, sa marque-filiale BFT a repris la gestion de deux sociétés italiennes qu'elle avait acquises précédemment : SACS (en 2006),

## 'Déployer à l'international les solutions d'accès urbains'

un spécialiste des contrôles d'accès payant pour les parkings, et O&O (en 2009) qui fabrique des barrières et des bornes escamotables. L'intégration de leurs offres au sein de BFT va permettre d'accélérer le déploiement géographique des solutions d'accès urbain, grâce au réseau de distribution international de BFT (120 pays). Il existe notamment un marché émergent pour les barrières et bollards au Moyen-Orient, en Asie et en Europe de l'Est. \_

## GESTION DE LA LUMIÈRE

### SOMFY ET PHILIPS LIGHTING CRÉENT UNE MARQUE COMMUNE

Spécialiste de la gestion de la lumière naturelle, Somfy a continué, en 2011, à renforcer son partenariat technologique et commercial conclu en 2009 avec Philips Lighting dans le but de co-promouvoir une solution qui combine également la lumière artificielle à des fins de confort visuel et d'économies d'énergie.



## PARTENARIAT TECHNOLOGIQUE RENFORCÉ

La principale avancée s'est opérée sur le front commercial avec le lancement d'une marque commune : Philips Somfy Light Balancing Solution. Cette coopération, qui cible en premier lieu les immeubles de bureaux, s'est aussi concrétisée par des actions de prospection conjointes auprès des architectes (en France, États-Unis, Chine, Allemagne), ainsi que par le lancement d'un capteur de présence compatible avec les technologies des deux partenaires.

## SUCCÈS COMMERCIAL

À terme, leurs systèmes deviendront totalement interopérables. Cette solution fait également l'objet d'actions de lobbying auprès des différents labels de certification environnementale (Leed, Breeam, HQE®) pour faire reconnaître ses bénéfices en termes de confort lumineux.

En 2011, ce partenariat réussi a permis de doubler le chiffre d'affaires de ces projets obtenus avec cette offre conjointe par rapport à 2010. \_



**75 % de la consommation énergétique des bâtiments est liée à l'éclairage, au chauffage et au refroidissement. Dans le cadre du partenariat Somfy Philips Lighting la gestion combinée de la lumière et des protections solaires permet de réaliser jusqu'à 50 % d'économies d'énergie sur ces postes.**

# Les autres temps forts de 2011 pour nos Activités et territoires

## IMMEUBLES DE BUREAUX

### Des protections solaires pré-intégrées dans les façades

La Business Area Europe du Nord a conclu un partenariat avec un fabricant de façades vitrées basé en Hollande afin d'y intégrer, dès la phase de production, les protections solaires Somfy et une partie des points de commande associés. Ces façades déjà pré-équipées offrent aux clients d'importants bénéfices en termes d'efficacité d'installation et de réduction de coûts. Une fois qu'elles sont acheminées sur site, il ne reste plus qu'à les connecter au réseau électrique et au système de contrôle du bâtiment. Ce partenariat technologique et commercial, qui permet de servir des clients dans le monde entier, s'est concrétisé en 2011 pour une première livraison de 27 000 façades pour un projet à Londres.

## SERVICES

### La Grande-Bretagne lance Somfy System Integration

Pour servir ses clients du secteur des immeubles commerciaux, Somfy Grande-Bretagne propose, depuis 2011, un service à l'installation de ses solutions de protection solaire. Baptisée Somfy System Integration, cette offre inédite pour l'entreprise intègre la prescription en amont, la rédaction d'un cahier des charges, la pose et la mise en service des solutions Somfy, y compris l'installation. Supervisée par les équipes locales de Somfy, la phase d'installation est assurée par un prestataire externe. En 2011, cette offre a notamment été choisie pour la construction du siège britannique de Rolex à Londres.

## TORONTO

### LA TOUR SHANGRI-LA

Pour la Tour Shangri-La Toronto (65 étages) qui sera mise en service en 2012, Somfy a fourni des automatismes pour rideaux (Glydea) et protections solaires intérieures (Sonesse). Le bâtiment vise le niveau Or de la certification environnementale Leed. —



## ARABIE SAOUDITE

### L'Université Princesse Noura

L'Université Princesse Noura (Arabie Saoudite), qui accueillera prochainement 26 000 étudiantes, a choisi les solutions de protection solaire Somfy. Combinés à des stations météo qui mesurent la radiation solaire en temps réel, les automatismes Animeo KNX assureront une triple mission dans les bâtiments: contrôler l'éblouissement et la luminosité naturelle, afin de garantir le confort des occupants; bloquer les infrarouges, pour améliorer le confort thermique et réduire le recours à la climatisation; et faire réaliser des économies d'énergie, grâce à leur fonctionnement en interaction avec l'éclairage.

## RÈGLEMENTATIONS THERMIQUES

### PREMIERS RÉSULTATS POUR LES ÉQUIPES DE LOBBYING

Année de structuration de la démarche de lobbying de Somfy, avec dans chaque territoire au moins un collaborateur chargé d'y consacrer une partie de son temps, 2011 a également consacré l'importance de ces actions avec des résultats significatifs. L'automatisation des protections solaires est maintenant inscrite dans la réglementation norvégienne, ainsi que dans la nouvelle RT2012 française qui est entrée en vigueur fin 2011. Cette nouvelle réglementation fixe un objectif ambitieux de consommation énergétique maximale (50 kW/h/m<sup>2</sup>/an, soit le quart de la consommation du parc actuel), qui ne pourra être raisonnablement atteint sans la pose de protections solaires automatisées. Cet équipement est désormais intégré dans l'évaluation de la performance bioclimatique des bâtiments, qui doit être effectuée avant le dépôt de permis de construire, ce qui rend leur installation obligatoire une fois le projet accepté. En France, le parc de bâtiments de plus de 500 m<sup>2</sup> concernés par cette nouvelle législation s'élève annuellement à une dizaine de millions de mètres carrés, soit un potentiel de 600 à 700 000 protections solaires automatisées.

# Économies émergentes

En 2011, Somfy Activités a continué à investir pour accélérer ses prises de positions dans les marchés émergents qui ont déjà commencé, notamment la Chine, a joué leur rôle de moteur de la croissance de l'entreprise.

**+ 16 %**

d'investissement  
dans les marchés émergents  
en 2011

**7**

Des ouvertures de filiales ou  
bureaux de distribution dans 7 pays

**+ 163,1 %**

de chiffre d'affaires  
pour la Business Area Chine



# S'adapter aux besoins locaux

**E**n 2011, Somfy Activités a accéléré le déploiement de ses activités dans les économies émergentes. Outre le partenariat stratégique conclu avec Garen Automação au Brésil, l'entreprise a consolidé l'implantation de son réseau de distribution dans cinq territoires, au travers de la création d'une filiale en Thaïlande et de l'ouverture de bureaux commerciaux en Ukraine, en Égypte, en Iran et au Chili.

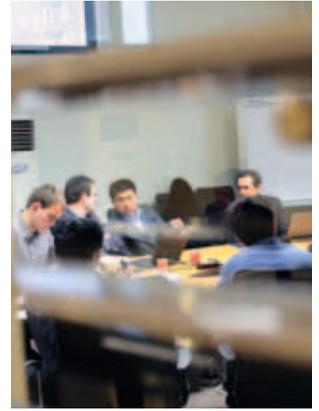
Dans chaque territoire, les équipes de distribution déploient une stratégie locale et des business models adaptés aux spécificités et aux habitudes culturelles du pays. Au Brésil, par exemple, où l'activité est concentrée à 80 % sur le secteur résidentiel, Somfy commercialise ses applications d'intérieur directement auprès des constructeurs d'immeubles d'appartements. Depuis 2011, la vente auprès des professionnels des moteurs pour rideaux Glydea s'effectue désormais via le canal Internet.

Dans les économies émergentes, Somfy poursuit l'objectif d'atteindre rapidement une taille critique. Pour cela, l'entreprise a, si nécessaire, recours à des partenariats avec des acteurs locaux, ainsi qu'à l'activation de son portefeuille multimarques qui lui permet de servir tous les segments tarifaires avec des offres différenciées, notamment l'entrée de gamme, un marché dont le poids est important dans les territoires les moins

## Stratégie Créer des business models en phase avec les contextes de chaque territoire

professionnels avec une offre de qualité. Gérées par l'Activité Accès, les motorisations et automatismes pour les grilles de magasin et l'industrie sont aussi une clé d'entrée dans beaucoup de marchés émergents comme l'Europe de l'Est et le Moyen-Orient. En 2011, l'Activité Accès a ainsi déployé son offre en Inde, qui renferme un potentiel de croissance important, et la marque BFT a créé une filiale en Chine. ...

matures. Dans les pays où la concurrence à bas coûts est forte, notamment au Moyen-Orient et en Afrique, les marques d'entrée de gamme permettent d'accompagner la compétitivité des clients



**La Business Area Chine créée début 2011 est la seule de l'entreprise à regrouper des fonctions de production et de distribution afin de répondre aux besoins spécifiques de la Chine.**

**Somfy possède des filiales et bureaux de distribution dans 11 pays des régions économiquement émergentes.**

**Leurs activités sont pilotées par 5 Business Areas: Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique, Amérique Latine, Asie Pacifique et Chine.**



... Sur le secteur du tertiaire, le développement du marché des façades bioclimatiques dans les économies émergentes implique une adaptation à des contextes climatiques et architecturaux multiples. Au Moyen-Orient, Somfy a ainsi lancé une expérience pilote à Dubaï pour mettre en évidence les bénéfices de confort et d'économies d'énergie de l'automatisation des protections solaires avec des solutions qui répondent aux contraintes des villes situées dans le désert, notamment la présence de vents de sable qui empêchent la ventilation naturelle et l'installation de protections solaires extérieures. La solution testée est une façade à double peau qui permet d'encapsuler les protections solaires. En Chine, pour capter la forte croissance de la demande de motorisations pour rideaux, l'usine de LianDa a développé un produit spécifiquement conçu pour les besoins locaux. La Chine est désormais le premier marché mondial pour ce type d'application.

## 'Début des actions de lobbying en Turquie et dans la péninsule arabique'

Enfin, les pays émergents prennent de plus en plus conscience des enjeux d'économies d'énergie liés au bâtiment. C'est pourquoi Somfy a démarré ses actions de lobbying dans les territoires de la péninsule arabique et en Turquie. En 2011, les solutions de protections solaires pour les bâtiments du tertiaire ont enregistré de bonnes performances au Moyen-Orient, notamment dans les secteurs hospitalier et éducatif, en Chine et au Brésil. Pour les solutions d'économies d'énergie, la Chine offre également un potentiel de croissance important dans le segment des maisons haut de gamme. —



## APPLICATIONS VOLETS ROULANTS

### DES MARCHÉS NAISSANTS

Les marchés émergents représentent aussi un important relais de croissance futur pour l'activité historique de Somfy.

#### EN CHINE, POUR LES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

En 2011, les ventes de solutions pour les volets roulants ont enregistré de belles progressions en Chine, en Turquie et en Pologne. Porté par une préoccupation croissante

des autorités chinoises en matière d'économies d'énergie, le marché des volets roulants commence à se développer en Chine, notamment dans la province de Jiangsu (40 % du marché chinois) dont Somfy (20 % de parts de marché) et Dooya (80 % de parts de marché), l'une de ses deux marques chinoises, se partagent le marché. Depuis 2009, cette province a, en effet, rendu obligatoire l'installation de protections solaires extérieures sur les bâtiments résidentiels, y compris les immeubles de logements.

#### CAPITALISER SUR L'INITIATIVE DE LA PROVINCE DE JIANGSU

Capitalisant sur cette belle percée du volet roulant dans un territoire où cette application était jusque-là présente uniquement dans les maisons haut de gamme de style européen, Somfy Chine et Dooya conduisent des actions de lobbying pour convaincre les promoteurs immobiliers des régions de Pékin et de Shanghai de l'utilité de transposer cette solution d'Isolation Dynamique™ dans d'autres provinces. —



# Développer des partenariats

**D**ans les territoires émergents qui lui ouvrent un potentiel de croissance important, Somfy consolide le développement de ses propres marques par des alliances avec des acteurs locaux issus de son secteur d'activité. Cette stratégie permet, d'une part, d'accélérer le déploiement géographique de ses activités et, d'autre part, d'appréhender rapidement la culture et les spécificités du marché intérieur. Le partenariat commercial et technologique avec Garen Automação, en 2011 au Brésil, et la prise de participation de 70 % dans la société Dooya, en 2010 en Chine, sont les premières concrétisations d'envergure de cette stratégie.

Au Moyen-Orient, Somfy a conclu un partenariat commercial majeur pour développer la motorisation de produits d'intérieur dans le résidentiel : Sedar, le premier fabricant régional de ce type d'application (un million d'unités par an) a en effet choisi Somfy comme fournisseur exclusif sur l'ensemble de ses marchés (Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis, Oman, Qatar, Bahreïn). La marque Somfy est également apparue dans la campagne télévisuelle diffusée en 2011 par Sedar qui est le troisième annonceur publicitaire dans les Émirats. Ce partenariat a donné lieu à la formation par Somfy de 150 revendeurs Sedar et l'équipement de leurs showrooms. En Asie, le secteur de l'hôtellerie est actuellement un des moteurs de la croissance de l'activité de Somfy (Chine, Inde, pays d'Asie du Sud-Est). Le coût de l'énergie, parfois plus élevé qu'en Europe, favorise la demande pour des solutions d'économie qui doivent pouvoir gérer les périodes

## **Stratégie** **Atteindre rapidement une taille critique sur tous nos marchés**

par Somfy, en 2009, d'Energy Eye™, une start-up spécialisée dans les solutions d'économie d'énergie pour l'hôtellerie, a également commencé à porter ses fruits avec des projets remportés aux Maldives et en Thaïlande. Complémentaire de l'automatisation des protections solaires, cette société conçoit des systèmes de détection automatique de présence qui fonctionnent en interface avec les thermostats de la climatisation. Combinées, ces deux solutions permettent de réduire la facture énergétique de 30 à 40 %.

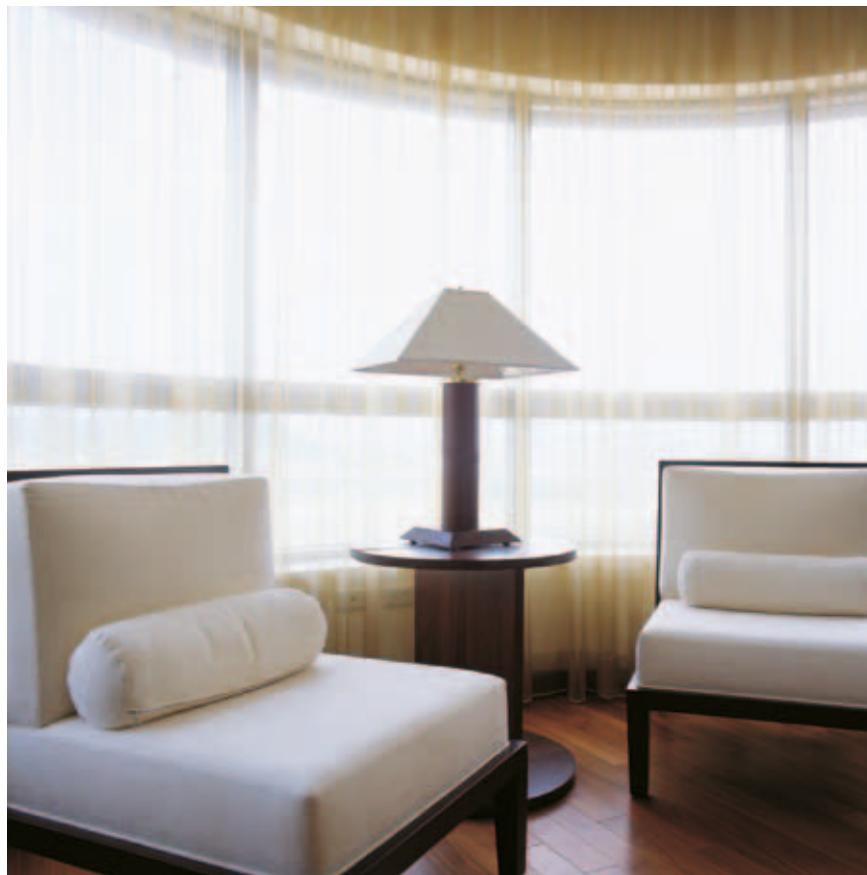
d'innoculation des chambres. C'est pourquoi Somfy tisse des partenariats avec des acteurs locaux des systèmes de contrôle pour l'hôtellerie.

L'acquisition



## **BRÉSIL**

**Le leadership de Garen Automação au Brésil et son assise dans les autres pays d'Amérique du Sud vont permettre à Somfy Activités d'accélérer ses prises de position dans la région.**





## CHINE : UNE STRATÉGIQUE MULTIMARQUE GAGNANTE

Présent en Chine depuis 14 ans, Somfy se donne depuis deux ans les moyens de son ambition : y devenir le leader de la motorisation des stores d'intérieur et des volets roulants.

### LEADER DU MARCHÉ DU MOTEUR TUBULAIRE GRÂCE À DOOYA

La prise de participation majoritaire (70 %) dans la société Dooya, fin 2010, lui confère déjà une position de leader sur le marché intérieur du moteur tubulaire, notamment sur l'entrée de gamme. La création, le 1<sup>er</sup> janvier 2011, de la Business Area Chine permet à l'entreprise de se consacrer pleinement à la réalisation de son ambition et de structurer, dans cette perspective, le rôle et les objectifs de ses trois marques (Somfy, LianDa

et Dooya), autonomes en termes de management. En 2011, BFT y a également implanté une filiale pour élargir le déploiement de l'Activité Accès, dans un premier temps sur le résidentiel, et à terme sur les segments des immeubles de bureaux et de l'accès urbain.

### CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES SUR LE MARCHÉ INTÉRIEUR

En 2011, ce dispositif renforcé a déjà permis à Somfy d'opérer une montée en puissance sur le marché chinois. Le chiffre d'affaires global réalisé en Chine a ainsi progressé de 163,1 % (10,8 % à données comparables). Sur le marché intérieur, toutes les marques affichent également des croissances significatives de leur chiffre d'affaires. —



**Aujourd'hui, Somfy est présent en Chine sur l'ensemble de ses Activités avec quatre marques : Somfy, LianDa, Dooya, et BFT pour l'Accès**

## SOMFY EN CHINE

# 2 383

collaborateurs

# 4

marques

**Somfy,**  
positionné sur le marché haut de gamme, avec une approche solution.

**Dooya,**  
leader du marché des moteurs tubulaires chinois. Ses principaux clients sont des fabricants de produits porteurs, à l'export ou sur le marché intérieur.

**LianDa**  
fabrique des offres d'entrée de gamme complémentaires de celles de Somfy.

**BFT**  
développe l'Activité Accès dans le résidentiel.

Le chiffre d'affaires de l'activité se répartit pour 60 % sur le secteur tertiaire et 40 % sur le résidentiel.

### Un pays en construction...

D'ici 2025, il faudra loger 350 millions de personnes supplémentaires dans les villes. 40 milliards de m<sup>2</sup> seront à construire, soit l'équivalent de 5 millions d'immeubles neufs.

Source : Étude du cabinet Mc Kinsey.

Marché de construction neuve, la Chine entame ses premiers grands projets de rénovation de bâtiments existants.

# Les autres temps forts de 2011 pour nos Activités et territoires

## Démarrage des activités au Chili

Au Chili, où Somfy a ouvert un bureau de représentation en 2011, les premiers projets portent sur la prescription et la réponse à des appels d'offres tel que Philips Chili où seront mises en œuvre des solutions de gestion de la lumière. Dans ce territoire, où Somfy compte déjà des clients, les deux marchés les plus prometteurs sont les bâtiments commerciaux et les solutions d'intérieur pour la maison.



## DISTRIBUTION

### LE BUREAU DEVIENT FILIALE EN THAÏLANDE

En Thaïlande, où Somfy était déjà présent, la création d'une filiale de distribution va permettre à l'entreprise de pénétrer l'aval de la distribution (distributeurs, décorateurs d'intérieur, etc.) pour élargir sa base de clients actuels surtout composés d'intégrateurs.

*De nouveaux sites de stockage sont désormais implantés en Colombie et sur l'île de la Guadeloupe*



## PRODUCTION

### Bientôt une nouvelle usine en Chine

La société LianDa, joint-venture entre Somfy et le fabricant chinois YueQiu, a démarré la construction d'une seconde usine dans l'objectif d'accompagner la croissance du marché chinois.

# Responsabilités citoyennes

La définition d'une gouvernance en 2011 va permettre à Somfy de conduire une stratégie intégrée de développement durable, avec une ambition forte : montrer l'exemple en matière de responsabilité sociétale et sociale d'entreprise.

7

partenaires  
pour la Fondation Somfy

16

projets en cours

6600000€

budget de la Fondation Somfy  
en 2011



## Responsabilité sociétale

# Une nouvelle mission pour la Fondation Somfy : réduire les exclusions liées au logement

**S**ept ans après sa création, la Fondation Somfy a réorienté son intervention sur son territoire de légitimité naturelle qu'est l'habitat, dans le but de se mettre en capacité de renforcer ses actions sociétales. Face aux difficultés croissantes des pouvoirs publics à résoudre les problèmes sociaux, Somfy estime, en effet, qu'il est de la responsabilité des entreprises de s'engager plus fortement dans la cité aux côtés des acteurs publics, des associations et des ONG. À terme, la Fondation porte l'ambition d'être active dans tous les pays où l'entreprise est fortement implantée.

La Fondation Somfy s'est fixé trois grands domaines d'intervention qui sont en phase avec l'ambition métier de Somfy d'apporter des réponses à des besoins essentiels. En premier lieu, la Fondation va s'impliquer en faveur de l'accès au logement et de la lutte contre le mal-

### **Un 1<sup>er</sup> partenariat avec Emmaüs France**

En 2011, la redéfinition du périmètre d'action de la Fondation Somfy autour des problématiques de l'habitat s'est concrétisée par la signature en juillet d'une convention avec Emmaüs France, acteur historique de la lutte contre la pauvreté et le mal-logement. Au cours du second semestre, la Fondation a participé au financement, à hauteur de 66 400 €, de deux projets d'Emmaüs en Rhône-Alpes : la rénovation et la construction de structures d'accueil pour les communautés de Bourg-en-Bresse et de Vienne. Le 25 septembre, 24 collaborateurs de Somfy ont aussi participé bénévolement à une journée de vente Emmaüs à Annemasse.

### **Stratégie** **S'engager dans la cité dans notre territoire de légitimité qu'est l'habitat**

l'année. La Fondation souhaite ensuite soutenir des initiatives pilotes ou innovantes de mixité (sociale, intergénérationnelle, populations) sur le thème du « mieux habiter ensemble ». Plusieurs projets sont à l'étude en collaboration avec la région Rhône-Alpes, notamment des nouveaux concepts de logement qui permettent une entraide entre des personnes âgées et des étudiants. Enfin, la Fondation va soutenir l'insertion professionnelle des personnes en difficulté, grâce à l'apprentissage des métiers du bâtiment, qui présentent l'avantage d'être ouverts aux travailleurs peu qualifiés. ...

logement. La première concrétisation est la signature, en juillet 2011, d'une convention avec Emmaüs France pour un engagement financier d'un montant de 190 000 € sur



### **Montrer l'exemple en matière de responsabilités d'entreprise**

Le groupe Somfy souhaite également renforcer son rôle d'entreprise citoyenne en dehors du cadre d'action de sa Fondation, dans un premier temps en Haute-Savoie, son département d'origine. En 2010 et 2011, afin de soutenir l'attractivité du territoire, Somfy a ainsi été le 1<sup>er</sup> partenaire financier de la candidature d'Annecy à l'organisation des Jeux Olympiques d'Hiver 2018. Désireuse d'associer d'autres acteurs économiques à ses réflexions sur les responsabilités d'entreprises, Somfy préside, depuis fin 2011, le Club Haute-Savoie Responsable. Au travers de ce groupe de travail, qui réunit une trentaine d'entreprises, l'objectif est de faire de la Haute-Savoie un territoire précurseur et référent de la conduite par les entreprises de leurs responsabilités sociales, économiques et environnementales.

... Pour conduire ses actions, la Fondation a amplifié ses modes de soutien. L'allocation de subventions pour tout ou partie des projets retenus par le Conseil d'Administration de la Fondation s'accompagne désormais d'une implication plus importante des salariés de Somfy, via du bénévolat ou du mécénat de compétences, afin de faire de l'affirmation de ce rôle citoyen un projet d'entreprise partagé par tous. À compter de 2012, chaque salarié se voit ainsi offrir la possibilité de consacrer deux jours par an à la Fondation, la première prise sur leur temps de travail, la seconde sur les journées de RTT.

En parallèle, la Fondation a renforcé son organisation et ses moyens financiers afin de mener à bien ses nouveaux engagements. Chaque année, Somfy Activités consacre une partie de son résultat net à la Fondation, soit un budget de 660 000 € pour 2012. En 2011, la Fondation s'est également dotée d'une équipe dédiée, avec la nomination en tant que Directeur général de Vincent Defrasne, Champion Olympique de biathlon avec qui Somfy entretient des liens depuis de nombreuses années dans le cadre de ses actions de sponsoring sportif. Le Conseil d'Administration, qui est notamment chargé de sélectionner les projets soutenus par la Fondation, s'est de son côté ouvert à cinq nouvelles personnalités qui conduisent des réflexions sur l'habitat et le développement durable. \_



## INTERVIEW

**VINCENT DEFRASNE,**  
Directeur général  
de la Fondation  
Somfy

### Pourquoi avoir recentré l'intervention de la Fondation sur l'habitat ?

Depuis plus d'un an, la direction de Somfy avait la volonté de renforcer

sociale parfois profonde, les entreprises doivent jouer un rôle social plus important, financièrement mais pas uniquement. Il y a, par exemple, toute une réflexion à mener sur la manière dont les entreprises peuvent mieux contribuer à la cohésion sociale en interaction avec les acteurs publics. La Fondation est aussi une passerelle entre l'entreprise et la société, et en cela, notre projet correspond parfaitement à l'identité de Somfy qui est fortement impliquée dans ses territoires et qui a conservé de ses racines familiales un sens aigu du partage.

*'La nouvelle orientation prise par la Fondation est d'abord née d'une conviction forte portée par la direction de Somfy'*

l'action de la Fondation. Dans ce contexte, l'habitat, qui est le cœur de métier du Groupe, nous est apparu comme le domaine où nous serions à la fois le plus légitime et efficace pour conduire nos actions sociétales et partager nos compétences avec les partenaires des projets que nous soutenons.

**Bien qu'en cohérence avec l'ambition métier de Somfy - l'amélioration des cadres de vie - la Fondation intervient sur des besoins primaires de confort que sont le non-logement et le mal logement. Pourquoi Somfy s'est-elle engagée sur ce terrain ?**

La nouvelle orientation prise par la Fondation est d'abord née d'une conviction forte portée par la direction de Somfy : dans le contexte actuel de crise économique et de rupture

**Après une carrière de sportif de haut niveau, qu'est-ce qui vous a convaincu de rejoindre la Fondation ?**

C'est d'abord le fruit d'une rencontre humaine avec une équipe passionnée et déterminée à renforcer le rôle sociétal de la Fondation. Cette reconversion dans un projet tourné vers les autres est aussi une façon de prendre le contre-pied de 15 années où, en tant que sportif de haut niveau, j'ai été obligé de rester centré sur moi en permanence. \_

# Responsabilité environnementale

## Une Direction Développement Durable pour piloter nos actions environnementales

**E**n 2011, Somfy Activités a créé une Direction Développement Durable dotée d'une compétence transversale sur tous les domaines liés à la responsabilité environnementale de l'entreprise. Au sein d'une gouvernance commune, cette nouvelle structure travaille de concert avec les autres entités chargées de conduire les volets sociétaux et internes de la responsabilité citoyenne de l'entreprise (la Fondation Somfy et la Direction des Ressources Humaines). La Direction Développement Durable a pour mission de piloter les actions d'amélioration de la performance environnementale de l'entreprise dans trois domaines : la maîtrise de l'empreinte environnementale des sites industriels et de son activité ; la réduction de l'impact de ses produits à travers l'éco-conception et, enfin, l'amélioration de l'efficacité des solutions d'économie d'énergie commercialisées par Somfy Activités. Ce dernier domaine, qui recouvre les offres de façades bioclimatiques dans le tertiaire et d'Isolation Dynamique™ dans la maison, reste toutefois mis en œuvre au quotidien par les équipes de développement de Somfy Activités.

En 2011, les sites français de Somfy Activités ont poursuivi les mesures mises en œuvre pour diminuer l'impact environnemental lié à leur fonctionnement. Elles s'articulent autour de trois axes : l'adoption de bonnes pratiques internes (gestion des déchets, économies sur l'utilisation du papier, économies d'énergie, etc.), et de moyens de transport écologiques pour les marchandises et les personnes.

### Stratégie

## Améliorer la performance environnementale de nos activités et de nos produits

existants ont vu leur isolation renforcée, et ils sont dorénavant équipés de chaudières à haut rendement avec un récupérateur de chaleur. Les nouveaux bureaux aménagés sur le site de Méca2 intègrent, quant à eux, des systèmes d'éclairage qui adaptent leur puissance à la lumière naturelle et à la présence ou non d'occupants, permettant ainsi de diminuer la consommation d'électricité de 30 %.

Ces actions font suite aux diagnostics énergétiques réalisés en France et en Tunisie et qui ont permis de définir de nouveaux standards d'équipement. Entre 2010 et 2011, les quatre sites de Cluses et de Bonneville (Haute-Savoie, France) ont ainsi pu réduire de 7 % leur consommation d'énergie pour le chauffage, ramenée à la surface occupée et corrigée des variations climatiques ...



Pour réduire la consommation d'énergie de ses sites de production français (usines, entrepôts, bureaux), l'entreprise a fait procéder à d'importants travaux. Les bâtiments



### Un réseau de 30 éco-ambassadeurs pour sensibiliser les collaborateurs sur le terrain

Afin de s'assurer que son plan d'action environnemental est déployé dans l'ensemble des services, Somfy Activités dispose sur son périmètre français d'un réseau d'éco-ambassadeurs constitué, en 2011, de 30 collaborateurs. Leur rôle est de relayer auprès des autres salariés les mesures mises en œuvre par la Direction du développement durable, et d'identifier de nouvelles idées d'éco-gestes et d'éco-pratiques. En octobre 2011, le réseau d'éco-ambassadeurs s'est réuni lors d'une journée organisée sur le thème du développement durable. À cette occasion, ils ont exprimé une trentaine de nouvelles idées d'actions pour améliorer la performance environnementale de l'entreprise qui seront évaluées en 2012. Elles concernent, notamment, la poursuite des efforts dans le recyclage des déchets, les impressions recto verso et l'utilisation échelle de papier recyclé.

... Pour les déplacements professionnels, la politique voyage de l'entreprise privilégie, depuis 2009, le train à l'avion pour tous les trajets nationaux. En 2011, l'utilisation du train entre Cluses et Paris s'est maintenue à un niveau constant par rapport à l'année passée, soit un gain annuel de 22 % d'émissions de CO<sub>2</sub> en moins par rapport à 2008. Grâce au parc de vélos, mis à disposition des collaborateurs pour leur permettre de circuler entre les différents sites de Cluses, l'usage de ce mode transport a augmenté de 30 % entre 2010 et 2011.

## '2011 marque le début du déploiement des premières actions d'écoconception'

Sur le terrain de la réduction de l'impact environnemental de ses produits, Somfy Activités a franchi une étape significative en 2011 avec le déploiement des premières actions d'éco-conception dans ses unités de production. L'évolution des techniques de fabrication des moteurs électriques va permettre de réduire la consommation d'énergie des offres de nouvelle génération. Cette mesure a été rendue possible grâce à l'analyse du cycle de vie (ACV) réalisée en 2010 sur les produits les plus représentatifs des gammes d'offres Somfy, de l'extraction des matières premières nécessaires à leur fabrication, au retraitement de leurs composants en fin de vie. Dès 2012, cette analyse permettra également à Somfy Activités d'afficher sur ses produits l'étiquetage environnemental PEP ecompassport® afin d'informer



### TRI SÉLECTIF

## 76% DES DÉCHETS RECYCLÉS GRÂCE AUX « BONS GESTES »

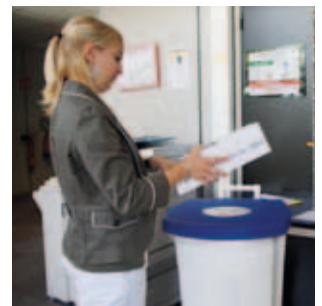
### 21 TONNES DE PAPIER RECYCLÉES

Les mesures de tri sélectif, lancées en 2010 sur les sites français pour réduire la proportion de déchets non valorisés, se sont intensifiées. Dans les restaurants d'entreprise et les espaces de pause, elles intègrent dorénavant la

récupération des emballages plastique, canettes et autres briques alimentaires. En 2011, 76 % des déchets produits sur les 4 sites français de Cluses et de Bonneville (Haute-Savoie) ont ainsi pu être recyclés dans des filières spécifiques. Le dispositif de recyclage du papier dans les bureaux a, de son côté, permis de collecter, trier et valoriser 21 tonnes de papier, soit l'équivalent de 29 tonnes de bois.

### REPORTING SEMESTRIEL

Au cœur de la réussite de ce projet, la sensibilisation des salariés à l'adoption de « bons gestes » de tri s'appuie sur une démarche de reporting régulier : chaque semestre, l'entreprise réalise un audit de performance dont les résultats sont relayés dans les supports de communication interne. \_



ses clients et prescripteurs de leur efficacité énergétique. Appliqué dans un premier temps sur une sélection de références phares, cet affichage sera progressivement étendu. Conforme aux normes internationales en vigueur, le programme PEP ecompassport®, auquel Somfy adhère depuis 2010, fournit un cadre de référence pour qualifier les performances environnementales des produits électriques, électroniques et de génie climatique.

Somfy Activités a, ces dernières années, lancé plusieurs initiatives de rationalisation de l'utilisation des emballages, afin de réduire sa consommation de carton. Depuis 2011, certains types de cartons, qui servent au réapprovisionnement en composants dans ses usines françaises, sont ainsi réutilisés pour emballer les produits livrés aux clients. En 2011, cette mesure a permis d'économiser 15,8 MWh, 19,6 tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub> (Teq CO<sub>2</sub>), et 3,2 tonnes de carton, soit 54 arbres. \_

## Responsabilité sociale

# Le handicap, la sécurité et le stress au travail au cœur de nos actions internes en 2011

**E**n 2011, Somfy Activités a conduit une réflexion approfondie sur les actions à déployer auprès de ses salariés pour mieux appliquer en interne son ambition métier d'amélioration des cadres de vie. Cette démarche verra ses premières concrétisations en 2012 à travers la mise en œuvre d'actions sociales et de nouveaux équipements qui facilitent la vie au quotidien et contribuent à faire de Somfy une entreprise où il fait bon travailler. En 2011, la rénovation des bureaux du site de Méca2 (Haute-Savoie, France) et la décision d'aménager le temps de travail pour dégager du temps pour s'impliquer dans la Fondation Somfy ont déjà participé de cette volonté.

Conformément à la signature d'une Charte du Handicap en 2010, Somfy a continué à se mobiliser pour favoriser le maintien dans l'entreprise et le recrutement de personnes en situation de handicap. Cela s'est notamment traduit par l'aménagement des postes de travail, le financement de prothèses auditives et des actions de reclassement ou de reconversions professionnelles. Un diagnostic a également été réalisé sur la totalité des sites français en vue d'améliorer leur accessibilité, grâce à des travaux qui seront lancés en 2012. Fin 2011, le taux de travailleurs handicapés sur le périmètre français atteignait 5,5 % contre 3 % en 2008.

## 100 000 €

investis pour la prévention des risques de sécurité sur les 4 sites de Cluses et de Bonneville (Haute-Savoie)

### Stratégie

## Faire de Somfy une entreprise où il fait bon travailler

Sur les quatre sites de Cluses et de Bonneville (Haute-Savoie, France), les efforts entrepris depuis l'été 2010 pour diminuer les risques liés à la sécurité au travail ont enregistré des résultats significatifs. Un an après l'audit initial, l'étude réalisée en juillet 2011 montre que les risques ont globalement diminué de 7,9 % en un an et que les risques majeurs ont fortement baissé (- 58 %). Le risque électrique, qui arrivait en tête des risques les plus fréquents, a de son côté très nettement régressé. Ce plan d'action, qui est allé au-delà des obligations légales, s'est appuyé sur une homogénéisation de l'organisation de la sécurité et un renforcement de la formation. En un an, l'entreprise a consacré plus de 500 jours à la prévention et investi 100 000 € (classification des risques, outillages, arrêts d'urgence, mise à niveau de moyens d'essais, etc.).



### **Stress au travail** **1 234 salariés consultés**

**En 2011, Somfy a conduit un audit pour identifier le niveau et les risques liés aux situations de stress professionnel sur son périmètre français. 1 234 salariés ont ainsi été consultés par questionnaire ou par des entretiens individuels. Il en est ressorti un bilan globalement satisfaisant qui montre un bon climat général de travail au sein de l'entreprise, avec peu de situations à risque génératrices de stress.**

# Résultats du Groupe

## *Somfy, un groupe, deux branches, pour une double stratégie de croissance*

Somfy est un groupe international dont les métiers sont structurés en deux branches : Somfy Activités, leader mondial de l'automatisation des ouvertures et fermetures de la maison et du bâtiment ; et Somfy Participations, branche Private Equity qui investit dans des sociétés qui se situent en dehors du cœur de métier de Somfy, en privilégiant les opérations de type LBO, Capital développement et Capital Transmission.

Créée en janvier 2008, Somfy Participations privilégie les investissements dans des entreprises en phase de transformation et de transition (développement, internationalisation, transmission...) dont les projets nécessitent un actionariat sur la durée.

Somfy Participations a pour vocation de consolider la stratégie de croissance rentable et durable du Groupe.

La gestion dynamique de ses investissements et le développement de son portefeuille de participations constituent les principaux leviers de création de valeur.

**952 M€**

Chiffre d'affaires

**125 M€**

Résultat opérationnel courant

**8 000**

Collaborateurs  
dans le monde

**1 400 M€**

Capitalisation boursière  
(mi-février 2012)

# Résultats 2011

## Chiffre d'affaires

(en millions €)



La progression du chiffre d'affaires du Groupe ressort à +11,7% à données réelles et +4,9% à données comparables par rapport à 2010. Somfy Activités a contribué pour 842,8 M€ au chiffre d'affaires du Groupe (+12,8% en termes réels et +5,0% à données comparables). Toutes les zones géographiques ont clôturé l'année en hausse, hormis l'Europe du Sud qui souffre davantage de la crise économique. La contribution de Somfy Participations est de 112,5 M€ (+4,9% en termes réels et +5,0% à données comparables). Les trois sociétés intégrées globalement ont clôturé l'exercice 2011 en croissance sensible.

## Résultat net

(en millions €)



Le résultat net de l'ensemble consolidé est en hausse de +67,9% à 161,4 M€. Il comprend des dépréciations d'écarts d'acquisition (-6,4 M€), intègre un résultat financier en forte progression suite à la plus-value de cession de la participation dans agta record et une contribution des sociétés mises en équivalence en amélioration sensible du fait du redressement de CIAT.

## Résultat opérationnel courant

(en millions €)



Le résultat opérationnel courant est passé de 138,6 à 124,7 M€ sur l'exercice (-10,1%). Il représente 13,1% du chiffre d'affaires. Il s'élève à 118,2 M€ pour Somfy Activités, soit une baisse de -7,7%. Cette évolution intègre tant les surcoûts de production liés à la hausse des prix des matières premières que le renforcement des efforts de développement et de marketing. Pour Somfy Participations, le résultat opérationnel courant ressort à 6,6 M€ (dont 3,6 M€ de frais de structure) en baisse de -38,2% par rapport à 2010, cette baisse s'explique essentiellement par le renchérissement des matières premières.

## Investissements industriels et commerciaux

(en millions €)



À 44,9 M€ (contre 29,9 M€ en 2010), le niveau des investissements industriels et commerciaux est en phase avec la mise en œuvre de la stratégie définie il y a deux ans.

## Capacité d'autofinancement

(en millions €)



À 149,0 M€ le niveau de la capacité d'autofinancement reste stable par rapport à 2010.

## Endettement financier net

(en millions €)



L'endettement financier net ressort à 15,7 M€ soit 1,9% des capitaux propres. Il est majoré des compléments de prix sur acquisitions et des dettes attachées aux options concédées aux actionnaires minoritaires des sociétés consolidées par intégration globale. Il est minoré des créances obligataires, non cotées, émises par certaines participations ou sociétés proches.

Plusieurs opérations financières significatives ont été réalisées au cours de l'exercice : Somfy Activités s'est rapprochée de Garen Automação (souscription à une émission d'obligations convertibles avec la possibilité d'une prise de contrôle à terme). Et, Somfy Participations a cédé ses intérêts dans agta record et Babeau Seguin, puis est entrée au capital de Pellenc (acquisition d'une participation minoritaire avec la perspective de l'obtention de la totalité du capital à moyen terme).

# Indicateurs 2011

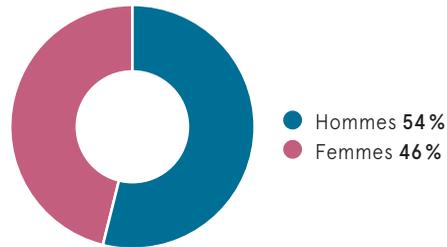
## Chiffre d'affaires par zone géographique

(en millions €)	31/12/2011	31/12/2010	Variation N/N-1	Variation N/N-1 à taux et périmètre constants
France	240,6	225,6	6,7 %	6,3 %
Allemagne	131,6	113,6	15,9 %	10,8 %
Europe du Nord	90,8	88,8	2,3 %	0,0 %
Europe de l'Est et Centrale	73,9	60,4	22,3 %	11,9 %
Europe du Sud, Moyen-Orient et Afrique	158,4	143,2	10,6 %	-1,3 %
Asie Pacifique	76,7	52,1	47,3 %	3,3 %
Amériques	70,6	63,8	10,7 %	6,2 %
<b>Somfy Activités</b>	<b>842,8</b>	<b>747,5</b>	<b>12,8 %</b>	<b>5,0 %</b>
<b>Somfy Participations</b>	<b>112,5</b>	<b>107,2</b>	<b>4,9 %</b>	<b>5,0 %</b>
<b>Intercos</b>	<b>-2,8</b>	<b>-2,1</b>		
<b>Somfy Consolidé</b>	<b>952,4</b>	<b>852,6</b>	<b>11,7 %</b>	<b>4,9 %</b>

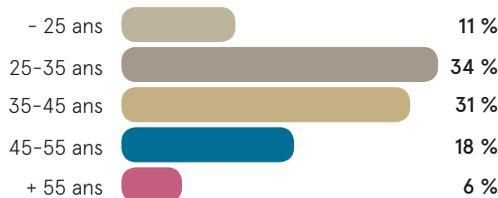
## Effectifs inscrits



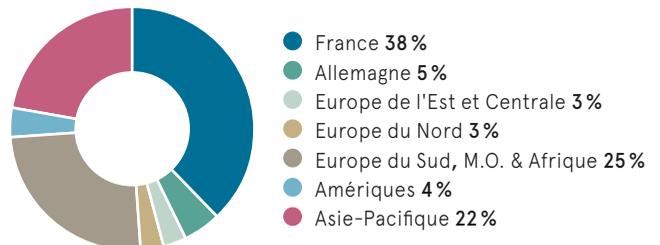
## Répartition des effectifs hommes/femmes



## Répartition des effectifs par tranche d'âge



## Répartition des effectifs par zone géographique



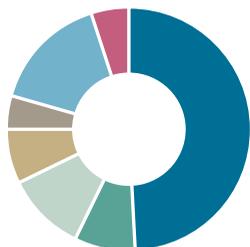
## Chiffre d'affaires

(en millions €)

# Relations actionnaires

## Répartition du capital

(en pourcentage)



- JPJS 49,24 %
- JPJ2 8,03 %
- Famille Despature 10,53 %
- FAAC Holding SAS 7,29 %
- Autodétention 4,55 %
- Public 15,36 %
- Manacor 5,00 %

## CAPITAL

Le capital au 31 décembre 2011 s'élève à 7 836 800 euros, divisé en 7 836 800 actions de 1 euro nominal, entièrement libérées et toutes de même catégorie.

La société n'a pas émis de valeurs mobilières donnant accès au capital. Les options pouvant être exercées après le 31 décembre 2011 sont des options d'achat d'actions. Dans le cadre des autorisations qui lui sont accordées, la société détient 356 583 actions Somfy SA au 31 décembre 2011.

## Dividende net

(par action, en €, au 31/12)

09	4,80
10	5,20
11	5,20

## Résultat net

(par action, en €, au 31/12)

09	11,65
10	12,55
11	21,47

## COTATION

Somfy SA est une société à Directoire et Conseil de Surveillance cotée sur Euronext Paris (Compartiment A, code ISIN FR 0000120495).

## CONTRAT

Somfy SA a conclu le 6 décembre 2005 un contrat d'apporteur de liquidité avec la Société Générale Securities.

## Calendrier Financier 2012

### 20 JANVIER 2012

Publication du chiffre d'affaires du 4<sup>e</sup> trimestre 2011

### 27 FÉVRIER 2012

Conseil de Surveillance

### 28 FÉVRIER 2012

Réunion d'Information Financière - Résultats année 2011

### 20 AVRIL 2012

Publication du chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2012

### 24 AVRIL 2012

Publication des comptes consolidés de l'année 2011

### 15 MAI 2012

Conseil de Surveillance

### 15 MAI 2012

Assemblée Générale

### 20 JUILLET 2012

Publication du chiffre d'affaires du 2<sup>e</sup> trimestre 2012

### 30 AOÛT 2012

Conseil de Surveillance

### 31 AOÛT 2012

Publication des comptes consolidés du 1<sup>er</sup> semestre 2012

### 31 AOÛT 2012

Publication des résultats semestriels et conférence téléphonique

### 19 OCTOBRE 2012

Publication du chiffre d'affaires du 3<sup>e</sup> trimestre 2012

### 14 NOVEMBRE 2012

Conseil de Surveillance

# Organisation

## CONSEIL DE SURVEILLANCE

**Président** : Jean-Bernard Guillebert

**Vice-Président** : Jean Despature

**Membres** : Martine Charbonnier, Jean Despature, Victor Despature, Jean-Bernard Guillebert, Xavier Leurent, Valérie Pilcer, Anthony Stahl

## COMITÉ D'AUDIT

Jean-Bernard Guillebert, Martine Charbonnier,  
Victor Despature, Valérie Pilcer

## COMITÉ DE RÉMUNÉRATIONS

Jean-Bernard Guillebert, Victor Despature

## DIRECTOIRE

**Président** : Paul Georges Despature

**Directeur Général Somfy Activités** : Jean-Philippe Demaël

**Directeur Général Somfy Participations** : Wilfrid Le Naour

## COMMISSAIRES AUX COMPTES

Ernst & Young et Autres  
Ledouble SA

## RESPONSABLE DE L'INFORMATION

Pierre Ribeiro

**Directeur des Opérations Financières Groupe**

Téléphone : (33) 4 50 40 48 49

Fax : (33) 4 50 40 19 61

E-mail : [pribeiro@dsgsomfy.com](mailto:pribeiro@dsgsomfy.com)

[www.somfyfinance.com](http://www.somfyfinance.com)



**Conception et réalisation :** W|W&CIE

**Crédits photos :** photothèque Somfy, A. Childéric, E. Lamy, G. Piel, Emporio, X.

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.



SOMFY SA  
50 AVENUE DU NOUVEAU-MONDE  
BP 152 - 74307 CLUSES CEDEX - FRANCE  
TÉL.: +33 (0) 4 50 96 70 00  
[www.somfy.com](http://www.somfy.com)

