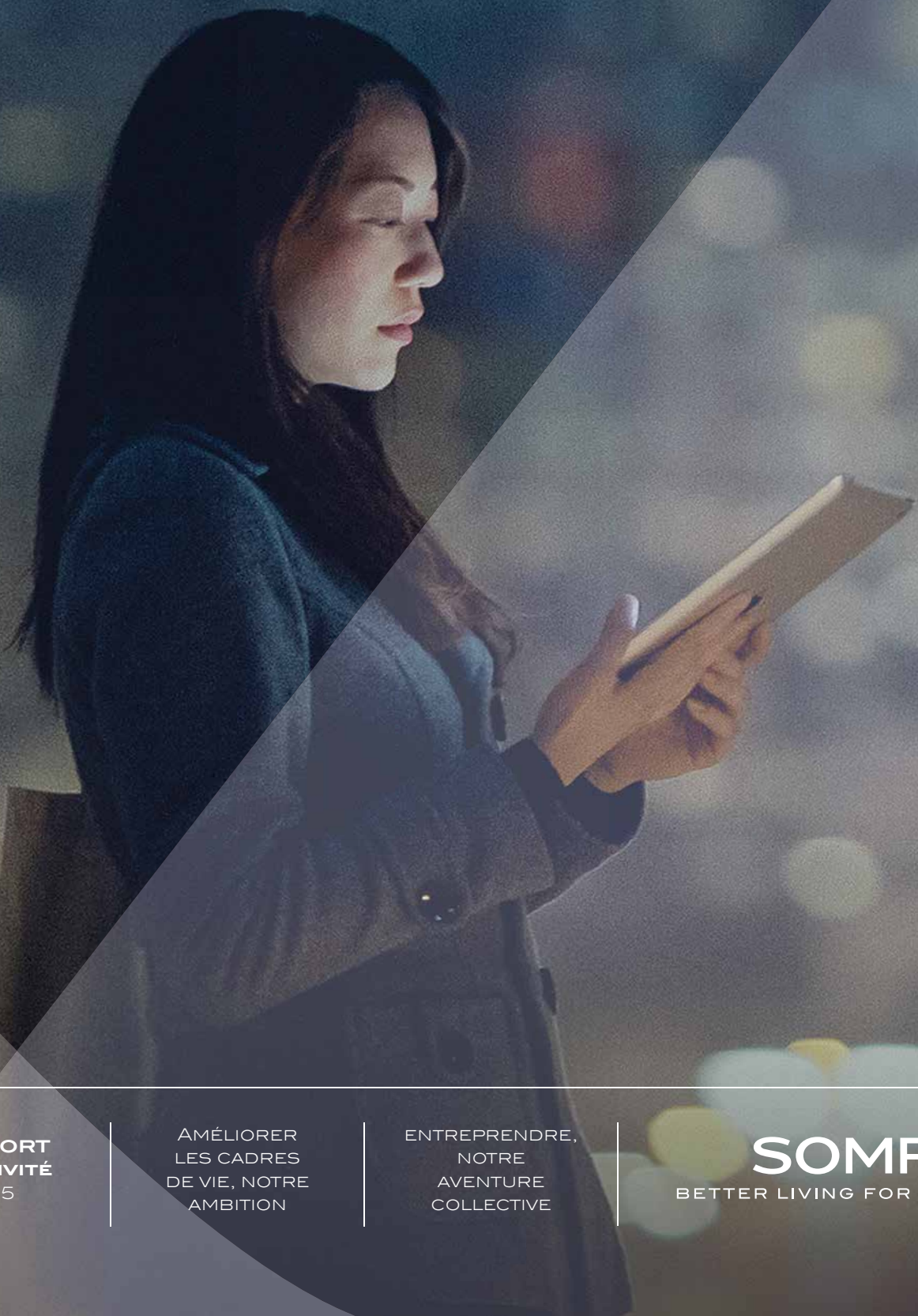


LIVING

INNOVATION BY AND FOR THE PEOPLE



**RAPPORT
D'ACTIVITÉ**
2015

AMÉLIORER
LES CADRES
DE VIE, NOTRE
AMBITION

ENTREPRENDRE,
NOTRE
AVENTURE
COLLECTIVE

SOMFY
BETTER LIVING FOR ALL

BETTER LIVING

FOR ALL

1.

4

FACILITER LA VOLONTÉ
D'ENTREPRENDRE
DES ÉQUIPES



Entretien avec Jean Guillaume Despature,
Président du Directoire de Somfy

10

MAISON CONNECTÉE,
OFFRE, DISTRIBUTION...
EN 2015, SOMFY ACCÉLÈRE



Faits marquants de l'activité en 2015

12

AMÉLIORER LES CADRES
DE VIE, NOTRE AMBITION



Paroles de clients et d'utilisateurs

16

SOMFY CONSTRUIT
AUJOURD'HUI LA MAISON
CONNECTÉE DE DEMAIN



Tout savoir sur la connectivité des équipements de
la maison. Aujourd'hui et demain.

18

INNOVATION
ENTRE CONSOLIDATION
DES FORCES DE SOMFY
& MÉTHODES D'EXPLORATION



Les principaux axes d'innovation des 3 activités :
produits d'extérieur, d'intérieur, d'accès/sécurité

22

RÉSULTATS FINANCIERS 2015

2.

BETTER LIVING

TOGETHER

26

L'ENGAGEMENT,
CLÉ DE NOTRE SUCCÈS



Les faits marquants de la vie de Somfy
et de ses collaborateurs en 2015

28

ENTREPRENDRE, NOTRE
AVENTURE COLLECTIVE



Paroles de collaborateurs

32

UN NOUVEAU PACTE
INTERNE : « MIEUX VIVRE
ENSEMBLE »



Le groupe Inspiring du projet Better Living Together

34

MIEUX HABITER ENSEMBLE,
L'ENGAGEMENT CITOYEN
DE LA FONDATION SOMFY



La Fondation Somfy et les actions sociétales
du Groupe

38

ÉCO-CONCEPTION
ET « PETITS » GESTES
POUR LA PLANÈTE



Les actions du Groupe pour réduire son empreinte
environnementale : le restaurant d'entreprise
de Cluses.

40

LE SKI,
UNE PASSION,
UNE FAMILLE



Martin Fourcade

Somfy

Inspiring a better way of living accessible to all

DEPUIS SA CRÉATION, IL Y A 48 ANS, LE GROUPE SOMFY A SOUVENT JOUÉ UN RÔLE PIONNIER DANS L'INDUSTRIE DE L'AUTOMATISATION DES OUVERTURES ET DES FERMETURES DE LA MAISON ET DU BÂTIMENT. EN 2015, SOMFY A FIXÉ UN CAP À CETTE AMBITION : INSPIRING A BETTER WAY OF LIVING ACCESSIBLE TO ALL¹.

3 activités



Capacité de production du groupe Somfy en 2015 : **15 000 000** de moteurs

1. Inspirer des cadres de vie meilleurs, accessibles à tous

5 types d'application

STORES ET VOLETS

Volet roulant, store banne, brise-soleil...

SOLUTIONS D'INTÉRIEUR

Protection solaire, rideau, écran de projection...

GESTION DES ACCÈS

Portail, porte de garage, barrière, bollard...

SÉCURITÉ

Alarme, visiophone, caméra

DOMOTIQUE

Pilotage, programmation et supervision de tous les équipements de la maison

8 marques commerciales



7 800
COLLABORATEURS DANS 58 PAYS

114
FILIALES

8
SITES DE PRODUCTION DANS 5 PAYS

1 061,1 M€
+ 5,6 % À DONNÉES COMPARABLES
CHIFFRE D'AFFAIRES

165,6 M€
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL
COURANT

Chiffres 2015

Entretien avec **Jean Guillaume Despature**

PRÉSIDENT
DU DIRECTOIRE
DE SOMFY



**« FACILITER
LA VOLONTÉ
D'ENTREPRENDRE
DES ÉQUIPES,
C'EST LA
MISSION TRÈS
IMPORTANTE
QUE JE ME SUIS
FIXÉE. »**

ENTRETIEN PAGE SUIVANTE



► Somfy
conférence
2015



► **EN MARS 2016, VOUS AVEZ ENDOSSÉ LA FONCTION DE DIRIGEANT OPÉRATIONNEL DU GROUPE SOMFY. COMMENT ENVISAGEZ-VOUS VOTRE NOUVEAU RÔLE ?**

Comme celui d'un catalyseur et d'un facilitateur de la volonté d'entreprendre des équipes, ce que j'appelle le « Somfy Spirit ». Il y a 45 ans, Somfy s'est construit grâce à l'énergie et à l'anticonformisme d'une poignée de pionniers qui ont cru à la motorisation pour révolutionner le marché des volets roulants et des stores. À partir de la fin des années 90, c'est ce même esprit d'entreprendre qui nous a permis de conduire l'évolution de notre secteur vers l'automatisation. À l'ère du numérique, et alors que les objets connectés vont se généraliser dans la maison, c'est à nouveau à Somfy, en tant que leader de son secteur, de faire de la connectivité un standard pour les ouvrants et les fermetures de la maison. Cela nécessite de transformer notre offre, nos marchés, mais aussi de convaincre nos clients professionnels de la pertinence de notre vision. Mobiliser le « Somfy Spirit » de nos débuts est un atout crucial. Aujourd'hui, la volonté d'entreprendre des équipes est toujours là. Mais – et c'est inéluctable –, la délégation, la latitude donnée à chacun de pouvoir s'engager au-delà de sa zone de confort et suivre ses intuitions sont des attitudes plus difficiles à mettre en œuvre aujourd'hui dans un Groupe qui a grandi, s'est internationalisé. C'est donc la mission très importante que je me suis fixée.

DE 2015, LES OBSERVATEURS EXTÉRIEURS RETIENDRONT QUE C'EST L'ANNÉE OÙ SOMFY A FRANCHI LE MILLIARD D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES. C'EST UN CAP IMPORTANT ?

C'est évidemment un seuil symbolique mais je préfère retenir de 2015 la bonne performance de nos résultats, car elle traduit l'efficacité et la qualité du travail de nos équipes et la pertinence de notre vision d'accompagnement de la croissance à long terme. Dans un environnement économique devenu beaucoup plus incertain en Europe depuis 2010, cette vision nous a conduits à entamer les inflexions stratégiques nécessaires pour pérenniser la croissance rentable du Groupe. C'est-à-dire rééquilibrer notre portefeuille géographique et diversifier nos Business Models, notamment par

le développement des marchés de l'Accès – qui sont aujourd'hui le 2^e pilier de l'activité du Groupe – et de la Maison Connectée. Cette stratégie s'est poursuivie en 2015 et nous maintenons ce cap en 2016. Tout ceci a participé à l'excellente tenue de la croissance de notre activité qui progresse de 8,1 % en termes réels, avec une dynamique positive sur l'ensemble des géographies où le Groupe est présent, et à l'amélioration de notre rentabilité. Ceci dans un contexte macroéconomique qui, rappelons-le, reste compliqué. La situation économique instable au Brésil nous a d'ailleurs amenés à prendre la décision de sortir du capital des sociétés Garen Automação et Giga, sans que cela remette toutefois en cause notre stratégie de développement sur nos activités historiques dans ce pays.

QUEL EST LE PREMIER BILAN DES INFLEXIONS STRATÉGIQUES MISES EN ŒUVRE IL Y A 5 ANS POUR ACCÉLÉRER VOTRE CROISSANCE DANS DE NOUVEAUX MARCHÉS ?

La solidité des résultats en 2015 prouve que le Groupe est engagé sur la voie de la transformation. Sur les marchés les plus matures, l'Activité Home & Building capitalise sur l'innovation et l'extension de ses canaux de distribution pour capter un potentiel de croissance qui reste important, y compris en Europe. Les ventes de nos offres Maison Connectée commencent d'ailleurs à générer une part intéressante du chiffre d'affaires. L'Activité Accès continue à ouvrir de nouveaux marchés au Groupe : la sécurité et la

« Donner un cap à nos actions – continuer à conduire la transformation de nos marchés cœur de métier – est essentiel dans un marché de la Maison Connectée qui se structure. »

gestion des accès du bâtiment tertiaire, tout en contribuant à renforcer nos positions en Europe et au Moyen-Orient. Et dans les marchés émergents, où Somfy n'est qu'au début de l'aventure, nous tissons chaque année un peu plus notre toile dans les territoires prioritaires pour le Groupe. La localisation, en 2014, d'un centre de développement de motorisations pour rideaux en Chine, au cœur du premier marché mondial de ce type d'application, est un succès. En 2016, la création d'une fonction Marketing pour la zone Asie-Amériques nous permet de commencer à travailler sur la notoriété de la marque Somfy dans ces régions, ce qui va donner un coup d'accélérateur important.

DANS UNE INDUSTRIE DU BÂTIMENT QUI VIT UNE TRANSFORMATION MAJEURE SOUS L'IMPULSION DE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE ET DES OBJETS CONNECTÉS, N'EST-IL PAS DEVENU PLUS DIFFICILE D'AVOIR UNE VISION STRATÉGIQUE À LONG TERME...

Non, donner un cap à nos actions – continuer à conduire la transformation de nos marchés cœur de métier – est même d'autant plus essentiel dans un marché de la Maison Connectée qui se structure. En revanche, comme tous les autres acteurs en présence sur cette activité peu mature mais qui évolue très vite, Somfy doit faire preuve d'agilité et de rapidité. C'est tout l'enjeu du « Somfy Spirit » et du projet humain « Better Living Together » qui va nous permettre de simplifier notre fonctionnement et la collaboration entre les métiers et les marques du Groupe. Mais notre vision à long terme reste la même. Elle nous permet de poursuivre le développement rentable du Groupe tout en continuant à créer de la valeur sur nos marchés, notamment grâce à la connectivité. Grâce au travail de fond réalisé ces 5 dernières années par les équipes, Somfy a consolidé les fondements de cette vision : un portefeuille multimarque, complémentaire pour servir la diversité des besoins de nos marchés – tant territoriale que du fait de la variété des métiers de nos clients – ; des activités et applications qui couvrent aujourd'hui tous les domaines des ouvrants et des fermetures du bâtiment, ce qui est extrêmement important à l'heure de la Maison Connectée où Somfy doit être capable d'apporter des solutions qui agrègent tous nos applicatifs ; enfin, une présence géographique toujours plus équilibrée. Sans oublier notre modèle de développement qui reste intangible et fondé sur l'anticipation des besoins, une organisation à la fois globale et locale, et notre indépendance financière, technologique et industrielle.

QUELLES SONT LES OPPORTUNITÉS POUR SOMFY SUR LE MARCHÉ DE LA MAISON CONNECTÉE ?

2015 a permis de clarifier l'environnement concurrentiel de ce marché et nous sommes confiants dans la capacité de Somfy à capitaliser sur la connectivité pour consolider son leadership sur son cœur de métier. La création

de l'Activité « Solutions connectées », dont la vocation est de soutenir la croissance des autres activités de Somfy grâce à ses expertises, nous permettra d'accélérer nos prises de position dans ce marché émergent. Dans ce contexte, notre priorité est de nous affirmer comme le partenaire de référence pour le pilotage des ouvrants et des fermetures dans tous les écosystèmes mondiaux de Maison Connectée qui commencent à voir le jour sous l'impulsion des objets connectés. En parallèle, l'utilisation par d'autres opérateurs de notre solution TaHoma® en tant que plateforme de services pour la maison et ses occupants est aussi un nouveau relais de croissance. Enfin, en matière d'applications, la connectivité va également nous ouvrir des opportunités de croissance, ciblées et mesurées, dans des secteurs d'équipements de la maison complémentaires aux nôtres. Début 2016, Somfy a ainsi fait l'acquisition d'un fabricant de serrures connectées pour compléter son offre.

EN 2015, LE GROUPE A FINALISÉ LE RECENTRAGE DE L'ACTIVITÉ SUR SON CŒUR DE MÉTIER. POUR SE METTRE EN POSITION DE MIEUX ACCÉLÉRER DANS L'AVENIR ?

Après la séparation de Somfy Activités et Somfy Participations fin 2014, qui a donné lieu à la création d'Edify, 2015 marque effectivement la finalisation du recentrage du Groupe sur son cœur de métier avec les sorties du capital des sociétés CIAT et Faac. Cette scission permet à Somfy d'accentuer encore ses investissements en faveur de l'innovation qui, dans le contexte de la transformation de notre industrie, est plus que jamais une priorité. Le lancement, à partir de 2015, d'une vague importante de solutions de nouvelle génération, telles que le moteur connecté Smart & Smooth, aura un impact fort sur le développement de l'activité et sur la création de valeur sur nos marchés historiques. Mais nos investissements en innovation ne seront pas uniquement centrés sur l'offre, ils irrigueront toutes l'entreprise afin d'accélérer notre transformation. C'est tout l'enjeu de la digitalisation en cours de nos outils informatiques et des nouvelles méthodes d'innovation exploratoire mises en œuvre dès 2016.



CRÉATION DE L'ACTIVITÉ SOLUTIONS CONNECTÉES

Pour accélérer son développement dans le marché de la Maison Connectée, Somfy a créé en septembre 2015 une Activité dédiée : Solutions Connectées. En renforçant les expertises du Groupe dans le domaine de la connectivité des applications, elle a pour vocation de soutenir la croissance des deux autres Activités de Somfy – Home & Building et Accès – et de leurs offres cœur de métier.

Ses missions :

- anticiper les nouvelles tendances en matière de connectivité et de protocoles de communication, et développer des outils et des compétences sur la gestion des données ;
- définir, développer et qualifier l'offre connectée de Somfy (box et satellites) ;
- développer et vendre les solutions connectées aux partenaires industriels B2B.

« Notre priorité est de nous affirmer comme le partenaire de référence pour le pilotage des ouvrants et des fermetures dans tous les écosystèmes mondiaux de Maison Connectée. »

1.

BETTER LIVING FOR ALL

Because
everyone
aspires
to better
living
environ-
ments

Maison connectée, offre, distribution... En 2015, Somfy accélère

LES FAITS MARQUANTS DE L'ACTIVITÉ EN 2015



R+T 2015 : Somfy réaffirme son leadership technologique

Un moteur tubulaire 100 % connecté (Smart & Smooth) qui va réinventer le marché du volet roulant ; une application maligne (Connexoon) pour accompagner doucement les utilisateurs vers la Maison Connectée ; un moteur de stores (Ultra) d'un silence inédit... Sur le salon professionnel R+T2015, qui s'est déroulé à Stuttgart en février, Somfy a réaffirmé haut et fort son leadership technologique, avec un impact fort sur l'attractivité de la marque auprès de ses clients. Les premières retombées commerciales de cette vague d'innovation lancée sur le marché à partir de mi-2015 sont attendues dès 2016.

« Parler » le langage de l'Internet des Objets avec Nest Weave

Nest Weave est le protocole de communication utilisé par les produits Nest (un fabricant de thermostats du groupe Google), un « langage » qui permet aux équipements connectés de la maison de communiquer entre eux de manière sécurisée. Avec 11 autres fabricants, Somfy a rejoint l'initiative Nest Weave en 2015. L'adoption de ce nouveau « langage » par les produits Somfy consolide leur interopérabilité avec ceux des autres acteurs de l'univers de la Maison Connectée. Surtout, Nest Weave est dès 2016 destiné à devenir un des protocoles standards des équipements nativement connectés à internet grâce à des capteurs embarqués. Un pas de plus pour Somfy dans l'ère de l'Internet des Objets.



Au cœur de l'action de la connectivité mondiale avec Thread



Comme pour le Wi-Fi en son temps, Thread fait partie de ces alliances technologiques et industrielles qui construisent le futur de la Maison Connectée à l'échelle mondiale. Initié en 2014 par sept poids lourds du digital – dont Google, Samsung, NXP – Thread réunit aujourd'hui 220 partenaires internationaux dont Somfy, premier acteur de son secteur à avoir rejoint l'alliance début 2015. Sa présence parmi les 11 membres du Conseil d'administration de Thread lui permet d'être au cœur de l'action de l'Internet des Objets appliqué à la maison. Avec Thread, ces entreprises développent la technologie qui permet à tous les équipements de la maison nativement connectés à internet de communiquer et un protocole IP (internet) spécifique aux objets de la maison qui soit à la fois sécurisé, faiblement consommateur en énergie et fiable, afin de garantir une expérience utilisateur irréprochable. En 2016, les premiers produits intégrant la technologie Thread sont lancés sur le marché.

SOMFY
rejoint **THREAD**
et **NEST WEAWE**



TaHoma® tisse sa toile à travers le monde...

TaHoma® est la solution Maison Connectée de Somfy : une box qui permet aux équipements Somfy et d'autres partenaires de communiquer ; et une application pour les superviser depuis son ordinateur ou son smartphone. En 2015, l'offre a continué de tisser sa toile en Europe et au Moyen-Orient. Ses ventes y progressent de 70 % et ce sont désormais plus de 30 000 maisons et 500 000 équipements qui sont connectés à TaHoma®. En Europe, où la solution est progressivement déployée depuis 2010, TaHoma® s'impose comme la solution Maison Connectée la plus complète du marché avec 18 grandes marques de l'habitat associées. Et, selon les enquêtes annuelles, la satisfaction des utilisateurs ne se dément pas – 93 % la recommanderaient à un proche. En 2015, Somfy a accéléré le développement géographique de TaHoma®. La solution a été lancée en Tchéquie, en Italie, en Grèce, en Espagne, au Maroc, au Liban et en Turquie.



... et séduit les prestataires de services
TaHoma® est aussi une plateforme Cloud qui permet à d'autres acteurs (opérateurs de téléphonie, de sécurité, énergéticiens...) de construire des offres de services pour les occupants. En 2015, Somfy a signé un partenariat avec Maroc Telecom. Cette stratégie est à la fois un axe de développement et une consolidation du leadership de Somfy sur le marché de la Maison Connectée dans le secteur des ouvrants et des fermetures.

Somfy consolide sa présence dans des territoires nouveaux

La diffusion au plus grand nombre des offres du groupe Somfy passe aussi par le développement commercial dans des territoires encore émergents pour ses marques. En 2015, le Groupe a renforcé ses positions en Europe centrale et de l'Est (+ 7 % de chiffre d'affaires), notamment en Pologne (+ 30 %) sur des applications pour volet roulant et d'accès. Au Moyen-Orient (+ 14 %), les ventes progressent de 30 % dans la péninsule arabique, un marché principalement axé sur les applications d'intérieur et les projets tertiaires. Somfy a franchi des caps significatifs de volume d'activité en Turquie – marché de volets roulants et de projets tertiaires – mais aussi en Bulgarie et en Palestine, sur des applications telles que les grilles de magasin, les portes de garage et les volets roulants. En Asie-Pacifique (+ 5,9 %), les ventes ont enregistré une excellente dynamique en Australie (+ 15,9 %), au Japon (+ 6,9 %) et en Thaïlande (+ 5,9 %). En Chine où le Groupe est désormais bien implanté avec 4 marques, Dooya réalise une belle performance (+ 15 %) sur son marché domestique. En Amérique latine et du Sud, malgré les difficultés économiques, les ventes de la marque Somfy progressent de + 4 %.

Des canaux de distribution émergents

Dans ses marchés les plus matures, Somfy continue à élargir la distribution de ses offres auprès de nouveaux clients professionnels. C'est le cas des électriciens – pour développer les solutions Maison Connectée – et des spécialistes de l'Accès. La marque renforce aussi sa présence commerciale directe auprès du consommateur final par le biais de deux canaux : ses sites de vente en ligne et les grandes surfaces de bricolage. En 2015, les ventes de sa boutique en ligne française sont en croissance de 50 %. Des e-shops verront le jour dans quatre nouveaux pays en 2016 dont l'Allemagne.



BFT équipe les parkings de l'Expo Universelle à Milan



11 000 places de stationnement, 24 voies d'accès (entrées et sorties), 20 millions d'utilisateurs : la gestion des parkings de l'Exposition Universelle de Milan qui s'est tenue entre mai et octobre 2015 est une vitrine majeure de l'expertise de BFT. La marque spécialiste de l'Accès du groupe Somfy avait pour cette occasion déployé son nouveau système de gestion des parkings de grande taille baptisé « Sinua ». Sa spécificité ? La performance technologique permise par la solution de connectivité U-Link développée par BFT. Grâce à ce protocole de communication sans-fil, les barrières, les caisses automatiques et les bornes d'accès et de sortie dialoguent entre elles. Avec, à la clé, une surveillance simplifiée, une sécurité accrue et un diagnostic du fonctionnement qui s'effectue à distance. Le succès de cette mission, qui a mobilisé 15 collaborateurs de BFT pendant 6 mois, a déjà permis à la marque de remporter d'autres projets d'envergure à Londres et en Colombie.

500 000
OBJETS CONNECTÉS
à TaHoma® en 2015

Paroles
de clients et
d'utilisateurs

AMÉLIORER
LES CADRES DE VIE,
NOTRE AMBITION



Hélène Roux,
décoratrice d'intérieur, utilisatrice
de la solution Maison Connectée TaHoma®
dans son chalet.

Avec TaHoma®,
tous les scénarios
de vie sont
possibles



Nous avons conçu notre maison pour que la vie y soit la plus agréable possible. Le chalet est orienté Sud, avec une façade entièrement vitrée ouverte sur la nature.

La domotique s'est imposée naturellement. Nous avons besoin de nous protéger du soleil l'été grâce à des stores pilotés automatiquement par les capteurs qui équipent les verrières. Des caméras extérieures protègent également la piscine et l'accès au chalet. Notre choix s'est porté sur

Somfy et la solution TaHoma® parce que nous souhaitons un produit français. A l'usage, nous apprécions sa performance, sa simplicité d'utilisation et la très grande flexibilité de ses fonctionnalités. Tous les scénarios de vie sont possibles. Quand je pars, j'appuie sur le scénario « Départ » depuis l'application installée sur mon iPhone : les alarmes se mettent en route, toutes les lumières s'éteignent. Et je peux aussi piloter ma maison à distance pour simuler une présence si nécessaire. C'est vraiment un confort de vie très appréciable.

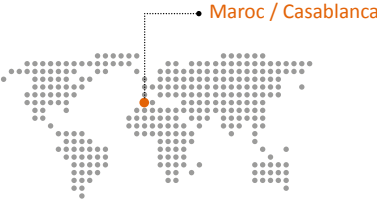


Nikos Kafkas,
Président de V.KAFKAS SA,
la plus importante chaîne de distribution
de matériel électrique en Grèce avec 51 magasins.

Accompagner
l'émergence de la
maison intelligente



Zakaria Riadi,
Directeur général de la société Five Systems Security,
spécialiste de l'installation d'équipements de
fermeture et de systèmes de sécurité.



Une qualité
conforme à notre
image de marque

Pour les rideaux métalliques que nous installons chez nos clients, nous travaillons avec les produits Khouchar, un fabricant marocain qui utilise les motorisations Simu.

Nous avons fait ce choix d'un haut niveau de qualité car il est conforme à notre image de marque. Nos clients sont des particuliers ou des sociétés qui recherchent des prestations irréprochables. Dans la région du nord marocain, notre société jouit d'une très bonne réputation en matière de service après-vente, et la qualité des produits Khouchar et Simu accroît cet avantage concurrentiel. Tous nos clients sont satisfaits : le taux de réclamation sur les moteurs est nul. En parallèle, les formations et le conseil fournis par nos deux partenaires consolident notre expertise et la performance de notre société.

« Pour leurs rideaux
métalliques, nos
clients recherchent
des prestations
irréprochables. »

En Grèce, les magasins Kafkas sont réputés pour la qualité des marques et des produits que nous commercialisons, à la fois auprès des professionnels de la maison et du bâtiment et du consommateur final.

Malgré l'instabilité économique, ce positionnement et le développement dynamique de nos points de vente et de nos solutions nous permettent de maintenir une croissance soutenue de notre activité qui a progressé de 11 % en 2015. Il y a trois ans, nous cherchions à élargir notre offre pour prendre pied sur le marché des automatismes pour la maison. Nous avons choisi Somfy pour la fiabilité de ses produits et la notoriété de sa marque qui est déjà importante en Grèce. Et à partir de mars 2014, nous avons progressivement lancé la commercialisation d'automatismes pour les portails et la gestion de la lumière, d'alarmes et de visiophones. Avec succès, puisque les ventes d'offres Somfy sont en hausse de 95 % en 2015. La valeur ajoutée que nous apportons à nos clients est conséquente. Les consommateurs apprécient la simplicité d'utilisation des produits

Somfy mais aussi la possibilité de bénéficier de son service après-vente. Pour nos clients professionnels, ces nouvelles offres génèrent une activité additionnelle et leur permettent de capitaliser sur l'émergence du marché de la maison intelligente en Grèce. En 2016, nous démarrons d'ailleurs les ventes de TaHoma®, la solution Maison Connectée de Somfy, avec des ambitions importantes. Désormais, chaque magasin Kafkas dispose d'un vendeur spécialiste des produits de marque Somfy et nous allons mettre l'accent sur la formation de nos clients électriciens aux solutions Maison Connectée.



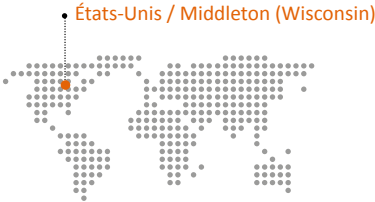
Paroles
de clients et
d'utilisateurs

AMÉLIORER
LES CADRES DE VIE,
NOTRE AMBITION



Faire de la motorisation
des stores un standard
en Amérique du Nord

Tom Rodgers,
Vice-Président et Directeur commercial
de Springs Window Fashions



Quand vous vivez aux États-Unis où la plupart des fenêtres sont équipées de stores intérieurs, passer du manuel à un modèle motorisé est d'abord une question de praticité et de confort. Lorsque Springs a conclu ce partenariat stratégique avec Somfy l'objectif était de faire de la motorisation de nos stores une offre aussi standard que pour les vitres de voiture par exemple. Évidemment, passer d'un taux de motorisation proche de 5 % à un produit de grande consommation soulève beaucoup d'enjeux. En termes de positionnement de prix, de facilité d'utilisation et d'interopérabilité avec les protocoles de communication à usage domestique. Et c'est pour cette raison que nous avons choisi Somfy, pour nous aider à relever ce challenge grâce à son leadership en matière de moteurs et de technologie. Le chemin est encore long mais nous progressons. Chaque année, nos ventes de moteurs augmentent de 30 à 40 %. En 2015, nous avons donné un grand coup d'accélérateur et nous sommes fixé un nouveau défi : développer la connectivité, parce que ce sera le standard de demain. Dès 2016, nous lançons pour cela un plan produits très ambitieux. Notre feuille de route désormais ? Proposer les meilleures solutions du marché, qu'il s'agisse de motoriser les stores d'une fenêtre, d'une pièce, ou de la maison tout entière.

« Springs et Somfy se sont fixé un nouveau défi : développer la connectivité, parce que ce sera le standard de demain. »

Springs Window Fashions, "The Best Experience Company" fournit une offre complète de stores d'intérieur aux principaux revendeurs et distributeurs d'Amérique du Nord. Bali® et Graber® sont des marques qui appartiennent à Springs Window Fashions. Basée à Middleton dans le Wisconsin, la société possède 9 succursales implantées aux États-Unis et au Mexique et emploie 7 000 personnes.

SPRINGS-SOMFY :
UN PARTENARIAT
TECHNOLOGIQUE
ET COMMERCIAL

Tom Rodgers : « Ce partenariat est né de la volonté de capitaliser sur les forces de nos deux entreprises pour réaliser nos ambitions : la technologie côté Somfy, le marketing et l'accès aux clients côté Springs. Aujourd'hui, avec Somfy, nous avons bâti une relation unique qui couvre le développement produit et des opérations de marketing conjointes. Nos équipes travaillent ensemble car la réussite d'une alliance stratégique se mesure d'abord aux résultats sur le terrain. »

Connectivité

Somfy construit aujourd'hui la Maison Connectée de demain

Depuis 10 ans, Somfy construit la Maison Connectée de demain grâce à l'innovation technologique et produit. Avec l'Internet des Objets, la Maison Connectée s'ouvre désormais à tous les acteurs des objets connectés. C'est pourquoi Somfy est aussi au cœur de l'action des grandes alliances technologiques et industrielles mondiales.



LES SOLUTIONS
Des solutions de connectivité pour 6 univers :
Fenêtre
Terrasse
Accès
Protection
Bureau
Applications d'intérieur



LES CLIENTS PROFESSIONNELS
Grâce à sa connectivité, le moteur Smart & Smooth apporte des fonctionnalités novatrices aux clients professionnels : un paramétrage dès l'usine, pour les fabricants, et un réglage assisté par logiciel pour les installateurs.

2015

SMART & SMOOTH

1^{er} moteur Somfy connecté. Il est conçu pour évoluer avec le développement des objets connectés de la maison.

2016

INTERNET DES OBJETS APPLIQUÉ À LA MAISON

Lancement opérationnel des 1^{res} alliances technologiques et industrielles mondiales telles que Thread. Tous les équipements connectés de la maison peuvent entrer en communication. Les industriels s'affranchissent des contraintes d'interopérabilité et peuvent déployer des solutions Maison Connectée dans tous les pays.

2006

IO-HOMECONTROL®

1^{er} protocole de communication Somfy à permettre une interopérabilité des équipements et un retour d'information aux utilisateurs. Il équipe 30 % des produits radio vendus aujourd'hui par Somfy.

2010

TAHOMA®

la plateforme Maison Connectée de Somfy. Elle permet de superviser les équipements à distance, depuis son Smartphone ou son ordinateur, et de créer des scénarios de vie. TaHoma® rassemble 18 marques partenaires et pilote tous les univers de la maison.



LES CONSOMMATEURS

Pour s'adapter aux attentes des consommateurs, Somfy propose 3 catégories de solutions de connectivité :

- Piloter un univers particulier de la maison (offres Connexoon)
- Superviser tous les équipements connectés de la maison, y compris ceux d'autres marques partenaires (offre TaHoma® 2.0)
- Des services tels que la protection du domicile (offre TaHoma® Serenity), mais aussi en partenariat avec des opérateurs de services : la performance énergétique, le maintien à domicile des personnes âgées, la télésurveillance...

2017 2018

SOMFY LANCE SES 1^{ERS} PRODUITS NATIVEMENT CONNECTÉS

Ses automatismes communiquent via l'Internet des Objets avec tous les équipements connectés de la maison pour créer des scénarios de vie et des offres de services impossibles jusqu'ici.

Inno- vation

ENTRE CONSOLIDATION DES FORCES DE SOMFY & MÉTHODES D'EXPLORATION

Dans un marché du bâtiment en pleine transformation sous l’impulsion de la connectivité, l’innovation est une priorité pour nos 3 applications. En 2015, elle a changé de dimension. Plus ouverte sur les attentes des consommateurs et sur l’apport de partenaires extérieurs, l’innovation devient aussi plus agile grâce à des méthodes d’exploration empruntées aux start-up.

1. UN ENJEU CLAIR : ACCÉLÉRER L'AMÉLIORATION DES CADRES DE VIE, PARTOUT DANS LE MONDE
Pour être utile, l’innovation doit être « appliquée », c’est pourquoi Somfy la place au service de son ambition métier : inspiring a better way of living accessible to all*. Au centre de la démarche d’innovation : le consommateur et les nouveaux bénéfices que les marques du Groupe peuvent lui apporter. Pour anticiper l’évolution des besoins, Somfy se rapproche depuis plusieurs années déjà de l'utilisateur final de ses produits, grâce à la digitalisation de sa relation client. Désormais, c’est tout l’enjeu d’une innovation plus ouverte et d’un marketing collaboratif qui intègre l’avis du consommateur en amont du développement.

3. UNE MÉTHODE : UN TRAVAIL EN MODES AGILES ET OUVERTS
Rapide, plus économique et ouverte sur l’extérieur : à l’heure du digital, l’innovation change de paradigme. D’où l’enjeu pour Somfy de faire coexister, en parallèle de l’innovation liée à l’exploitation, des méthodes d’exploration très agiles pour tester des idées en rupture et réfléchir à un horizon de 10 à 20 ans. Il s’agit, d’une part, de généraliser la prospective veille et d’adopter une approche *Lean Startup*** pour accélérer la construction de projets en interaction avec le consommateur. Et, d’autre part, de co-innover avec des acteurs externes : les clients, des industriels, mais aussi des start-up issues du monde de la technologie.

*Inspirer des cadres de vie meilleurs, accessibles à tous
***Lean Startup* : réduire le cycle de développement des nouvelles offres – tout en maîtrisant les coûts et les risques liés à l’innovation – en les testant en amont auprès des utilisateurs pour les améliorer en interaction avec eux.

2. DES AXES PRIORITAIRES : LES MOTEURS, LES SOLUTIONS ET LES SERVICES
Face à des acteurs nés à l’ère de l’expérience clients digitale, la première force de Somfy est son leadership technologique sur la motorisation. Dans ce domaine, l’innovation est portée par la connectivité et l’adaptabilité aux spécificités des territoires émergents. La réponse aux besoins du consommateur passe aussi par l’agrégation d’un ensemble d’applicatifs – de Somfy et de partenaires – pour créer des solutions globales de confort, d’économie d’énergie, de sécurité. Enfin, l’innovation doit être synonyme de nouveaux bénéfices pour tous, à travers des services novateurs pour les clients professionnels, et des solutions Maison Connectée pensées comme des plateformes de services pour les occupants.

4. UNE GOUVERNANCE POUR SOUTENIR L'INNOVATION
En 2015, Somfy s’est doté d’une Direction de l’innovation et d’un comité de pilotage constitué de membres du Comité Exécutif. Objectifs : créer un contexte favorable à l’innovation à tous les niveaux de l’entreprise et faciliter la coexistence de processus d’exploitation avec des méthodes d’exploration. L’innovation étant tout sauf une démarche figée, le but est de mettre à la disposition des équipes une boîte à outils de bonnes pratiques et d’écosystème de partenaires. Parce que ce changement de dimension de l’innovation doit aussi être encouragé au niveau managérial, il fait partie intégrante du projet humain Better Living Together.

Applications d’extérieur pour la maison

La connectivité renouvelle les bénéfices des offres Somfy – confort, économie d’énergie, sécurité – et permet d’inventer des services innovants pour les clients professionnels. C’est de fait un puissant moteur de la consolidation du leadership du Groupe sur ses deux marchés historiques : les applications pour les volets roulants et les stores de terrasse.



Innovation agile : Yslo Lab

En Europe de l’Ouest, son faible taux de motorisation (1 %) fait des volets battants un marché au potentiel important. En 2016, Somfy France crée l’Yslo Lab – du nom du moteur lancé en 2010 – afin d’identifier les bonnes pratiques qui permettront d’accélérer son développement. Le principe : tester dans une dizaine de villes, en partenariat avec des installateurs Experts Somfy, dix manières différentes de commercialiser ce produit (chez les Experts, sur des salons, via du marketing direct dans les boîtes aux lettres...).

Réinventer l’offre grâce à la connectivité et à des applications connexes

La connectivité appliquée à l’univers de la fenêtre

Tous les consommateurs n’adopteront pas un habitat 100 % connecté dès demain. C’est pourquoi Somfy développe aussi des solutions de connectivité très simples à installer pour ceux qui ne possèdent qu’un équipement motorisé (store, portail, porte de garage...). L’objectif ? Offrir aux occupants une expérience de confort, d’économie d’énergie ou de sécurité totalement renouvelée en agrégeant d’autres automatismes autour de l’équipement existant. Début 2016, le lancement de l’application **Connexoon** pour l’univers de la fenêtre est la première concrétisation de cette stratégie. Autour de son volet roulant ou brise-soleil extérieur motorisé, l'utilisateur peut ajouter une alarme, des lumières automatisées, des capteurs (de température, d’ensoleillement,...) et créer depuis son Smartphone des scénarios de simulation de présence à distance ou d’économie d’énergie. Interface entre l’intérieur de la maison et l’environnement extérieur, la fenêtre est amenée à jouer un rôle grandissant dans les solutions Maison Connectée.



Un moteur conçu pour l’ère des objets connectés

En 2015, Somfy a creusé son avance technologique sur son cœur de métier avec une nouvelle génération de moteurs tubulaires baptisée « **Smart & Smooth**. » Conçu pour être, à terme, nativement connecté, il concentre des bénéfices inédits pour l'utilisateur : une acoustique et une douceur de mouvement hors pair, et une consommation électrique en veille très inférieure à celle des motorisations actuelles. Surtout, sa technicité lui permet d’embarquer de nouveaux services pour les clients professionnels. Grâce au logiciel d’intégration qui accompagne ce moteur, les fabricants de produits porteurs peuvent le paramétrer directement en usine. De même, les installateurs peuvent le régler et effectuer des diagnostics à distance. Commercialisé depuis le printemps 2015 en France et en Allemagne auprès des fabricants de volets roulants, Smart & Smooth est destiné à devenir le futur standard de la motorisation tubulaire. Compatible avec les solutions Maison Connectée de Somfy en Europe et au Moyen-Orient, ce moteur offre un potentiel de développement mondial grâce à sa capacité à évoluer au rythme de l’adoption des technologies universelles de connectivité telles que Thread.



Applications
d'intérieur
pour la maison
et les bureaux

Les protections solaires sont un vecteur majeur du développement de Somfy hors de l'Europe. Sur ces marchés, l'approche du Groupe est centrée sur le consommateur avec deux objectifs : concevoir des offres de grande consommation pour les pays matures et accompagner la croissance de marchés nouveaux tels que les rideaux et l'habitat collectif dans les territoires plus émergents.



Innovation agile :
co-concevoir avec
le consommateur
en Inde

En 2016, en Inde, Somfy s'associe à une école de design pour comprendre ce marché de l'intérieur, en allant directement chez les consommateurs. Objectif : écouter les besoins et les contraintes du marché indien, ses modes et préférences de consommation, et concevoir une offre adaptée. L'Inde est un marché représentatif des attentes des pays émergents. L'enjeu est ensuite de vérifier ces nouvelles connaissances ailleurs dans le monde pour gagner en rapidité.

Surprendre
le consommateur
avec des produits
simples et intuitifs

Cap vers la connectivité
en Asie-Amériques

La création, en 2015, d'une unité Solutions Connectées dédiée à l'Asie-Amériques va permettre de développer des offres conçues spécifiquement pour ses principaux marchés, et qui tiennent compte de leurs contraintes technologiques. Les réglementations en vigueur dans ces pays ne permettent en effet pas à Somfy d'y implanter son protocole de communication io-homecontrol® qui est l'une des conditions au déploiement de sa solution Maison Connectée TaHoma®. La participation de Somfy au protocole universel Thread, créé pour les objets connectés, va permettre de contrecarrer ce frein dès 2017. En attendant, le Groupe commercialise en Asie-Amériques plusieurs catégories d'automatisation de la maison dont les ventes progressent rapidement : une solution domotique haut de gamme développée par la société brésilienne Neocontrol ; des versions locales de la box TaHoma® – non connectées – proposées notamment en Chine et en Asie du Sud-Est ; et des applications pour piloter ses équipements depuis son Smartphone. Dans cette catégorie, MyLink a fait des premiers pas très prometteurs en Amérique du Nord.



Démocratiser
les stores d'intérieur
motorisés

En Amérique du Nord, si la plupart des logements sont équipés de stores d'intérieur (vénitien, à lames, rouleau...), ils sont encore moins de 5 % à être motorisés. Afin de donner accès à ce gain de confort au plus grand nombre, Somfy y conduit depuis 2012 une stratégie différenciée sur les marchés d'entrée de gamme et haut de gamme. Avec succès puisque l'activité affiche depuis quatre ans une croissance soutenue (+ 11,1% en 2015). Pour dynamiser le marché de grande consommation, le Groupe travaille avec les grands fabricants du secteur pour co-développer des offres économiques. Les moteurs – des produits avec piles, simples à installer – sont directement intégrés dans les stores en usine. Grâce, notamment, à son partenariat avec Springs (lire p.14), le nombre d'unités vendues a progressé de 40 % sur l'année. Pour développer la motorisation dans les bâtiments haut de gamme, Somfy innove en parallèle sur les terrains de l'acoustique des moteurs et de la Maison Connectée. Cette stratégie s'est notamment concrétisée en 2015 par le lancement de l'Ultra 50, le moteur le plus silencieux du marché.

Protection
et accès
du bâtiment

Deuxième pilier de l'activité de Somfy, l'Accès joue la complémentarité de ses 6 marques pour couvrir tous les besoins d'automatisation des ouvrants du bâtiment en Europe, avec trois axes de développement : la protection de l'habitat, la Maison Connectée, et les offres pour les professionnels spécialistes de l'Accès.

Fermetures
de la maison

Les automatismes pour portail et porte de garage sont des équipements essentiels à la Maison Connectée. Somfy continue par conséquent de compléter sa gamme de produits basés sur io-homecontrol®, le protocole de communication conçu pour la domotique. En parallèle, la marque a lancé une solution pour les consommateurs désireux d'adopter la connectivité tout en douceur : Connexoon Access, une application pour Smartphone centrée sur l'univers des fermetures de la maison. Marque de référence auprès des fabricants et installateurs européens spécialistes des accès de l'habitat, Somfy développe chaque année ses offres dédiées aux professionnels. Objectif : apporter toujours plus de technicité et de fonctionnalités pour accompagner le déploiement territorial de l'Accès et son ouverture à de nouveaux canaux de distribution, notamment les distributeurs de produits électriques.



Couvrir tous les besoins
avec des solutions
différenciées et des
services connectés

Fermetures
industrielles
et commerciales

Les rideaux métalliques des magasins sont souvent le premier équipement du bâtiment à être motorisé dans les économies émergentes. Grâce à une offre complète (Simu et Somfy), le Groupe est le leader mondial de ce marché en forte croissance au Moyen-Orient, au Maghreb et en Europe de l'Est. En 2015, l'entité fermetures industrielles et commerciales a lancé une nouvelle gamme de moteurs radio destinée à devenir un standard. Son atout : elle rend le confort de la technologie radio plus accessible grâce à un prix adapté.



Accès aux bâtiments,
parkings et aires
urbaines

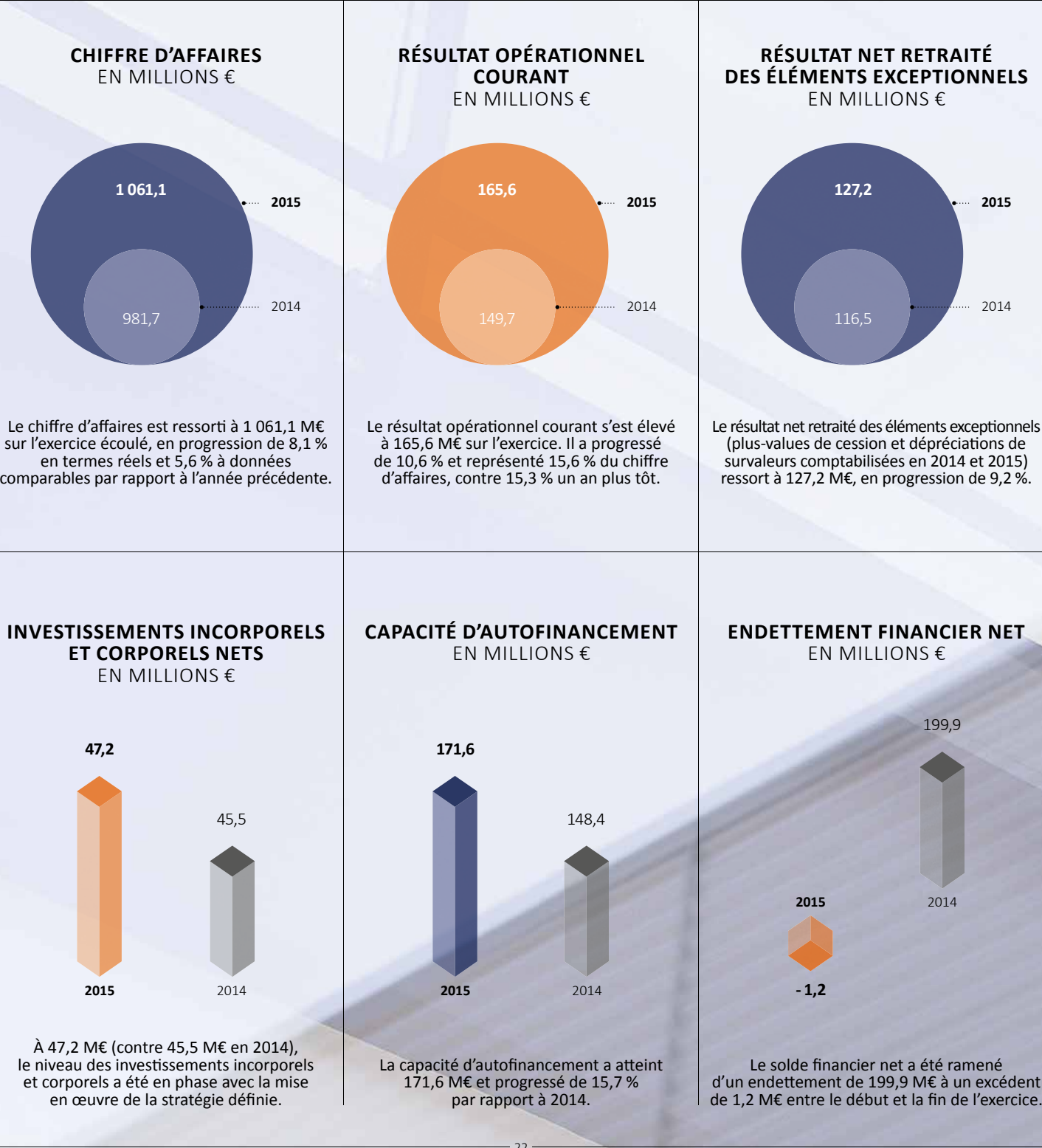
Dans le Groupe, la marque BFT possède une expertise unique en matière d'applications pour le secteur tertiaire : portes automatiques, barrières, bornes escamotables, systèmes de gestion des parkings. BFT entre de plain-pied dans l'ère de la connectivité en déployant à l'ensemble de ses produits son protocole de communication U-Link créé en 2011. Objectif : couvrir 65 % de ses gammes fin 2016. Technologie intégrée nativement dans les automatismes, U-Link permet une interopérabilité totale avec les équipements d'autres marques et les systèmes de gestion des bâtiments. À la clé pour les clients : un pilotage simplifié d'installations souvent complexes, et un diagnostic à distance.



Protection
du domicile

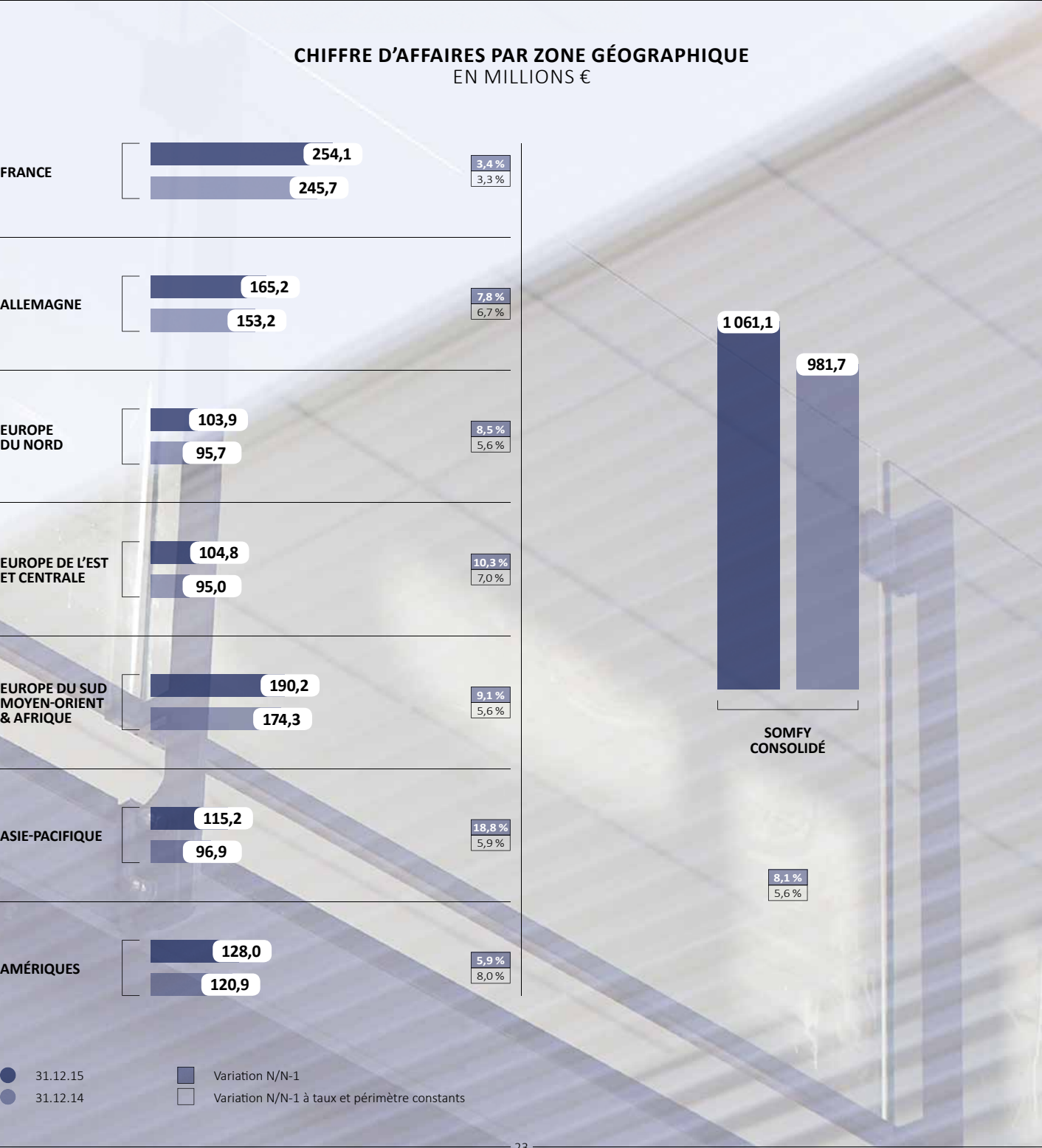
La constitution d'une entité dédiée à la Sécurité a permis de clarifier le positionnement de cette offre (alarme, visiophone, capteur de mouvement, caméra, etc.) au sein de l'univers Somfy. Face à l'enjeu croissant de protection du domicile, sa première vocation est d'agréger ses différents applicatifs pour concevoir des solutions modulables de sécurité en lien avec les autres automatismes de Somfy (volet roulant, portail, porte de garage). Cette capacité à répondre à des besoins de niveaux de sécurité différents (sérénité, alarme, télésurveillance,...) en complément des offres traditionnelles de Somfy vise à faire la différence sur un marché de la sécurité déjà très consolidé. Protéger sa maison peut aussi être un acte d'achat isolé. L'offre Sécurité a donc également vocation à couvrir les attentes de consommateurs qui ne sont pas déjà équipés de produits Somfy. TaHoma®Serenity, la première solution connectée 100 % consacrée à la sécurité, lancée début 2016, en est une illustration. Son principe : l'utilisateur pilote ses équipements et reçoit des alertes depuis son Smartphone.

Résultats financiers 2015



« La bonne performance de nos résultats traduit l'efficacité et la qualité du travail de nos équipes et la pertinence de nos investissements sur nos relais de croissance à long terme. »

Pierre Ribeiro
Directeur Général Finances



2.

BETTER LIVING TOGETHER

To invent
new ways
of living
together

L'engagement, clé de notre succès

LES FAITS MARQUANTS DE LA VIE DE SOMFY ET DE SES COLLABORATEURS EN 2015



Les filiales de distribu- tion mobilisées contre le mal-logement

Après un lancement réussi de son programme international de lutte contre le mal-logement A House is a Home au Brésil – 12 maisons rénovées en un an – la Fondation Somfy poursuit son déploiement à de nouveaux pays. Prochaine étape dès 2016 : l'Europe et le Moyen-Orient. À cette occasion, les managers des filiales de distribution de Somfy dans ces territoires ont apporté leur connaissance du terrain à la Fondation. Objectifs : choisir les partenaires associatifs et les projets qui seront prochainement lancés en Allemagne, en Espagne, en Belgique, au Liban et en Pologne. C'est la première fois que les équipes métiers de Somfy sont aussi directement impliquées dans les activités de la Fondation Somfy hors de France. Preuve que le principal promoteur de l'action citoyenne du Groupe entend désormais se faire un nom à l'échelle du Groupe.



Customer 1st! Tous concernés par la qualité

En matière de qualité, prévention vaut mieux que guérison. Lancé il y a 5 ans, le projet Customer 1st! est entré dans une nouvelle phase : la qualité doit devenir un réflexe et tous les collaborateurs s'en sentir acteur. Customer 1st! s'appuie pour cela sur une transformation en profondeur des modes de fonctionnement et sur des méthodologies telles que l'Animation à Intervalle Court (AIC). En 2015, ce coup d'accélérateur a déjà permis au réseau industriel de Somfy de diviser par deux le temps de résolution des problèmes sur son périmètre Groupe. Au sein de l'Activité Home & Building, le taux de la performance qualité fait également un bond de 15 %. Une performance immédiatement saluée par la progression de la satisfaction des clients.

Du CO₂ en moins



Act for Green, le label d'éco-conception développé par la marque Somfy est aujourd'hui une réalité commerciale. Les 3 premiers produits labellisés ont été présentés au marché sur le salon professionnel R+T2015 de Stuttgart en février 2015. Grâce, notamment, à une réduction de sa consommation électrique en veille, le moteur Smart & Smooth a un impact total en CO₂ inférieur de 30 % à la génération de motorisations précédente. Établi sur la base de normes internationales, Act for Green est aujourd'hui le plus important levier de Somfy pour réduire son empreinte environnementale.

+ 15 %

**PROGRESSION DU TAUX DE LA
PERFORMANCE QUALITÉ AUPRÈS
DES CLIENTS DE L'ACTIVITÉ
HOME & BUILDING**
(évolution basée sur l'évolution du
taux de retour des produits sur un an).

- 30 %

**IMPACT TOTAL EN CO₂ EN MOINS
POUR LE NOUVEAU MOTEUR
SMART & SMOOTH**
(comparé à un moteur de génération
précédente).



« 1 million de secondes solidaires »

Pour fêter leur millionième moteur, début 2015, l'équipe Somfy qui conçoit les moteurs silencieux Sonesse a décidé de donner « 1 million de secondes solidaires » à l'une des associations soutenues par la Fondation Somfy. Une vingtaine de collaborateurs s'est engagée pendant trois jours aux côtés des bénévoles de l'antenne d'Annecy de l'association « Savoirs pour réussir » pour rénover leurs locaux.



Déjà 1 960 inconditionnels de Yammer

En 2015, Somfy a entamé une véritable mue digitale pour accélérer la collaboration interne et externe, et le partage de son intelligence collective. Le Groupe déploie progressivement les dernières technologies auprès de ses 3 000 collaborateurs équipés d'un poste de travail. C'est la solution de chats et de conférences audio et vidéo Skype for business qui a donné le coup d'envoi en novembre de cette refonte totale de l'environnement informatique de travail. À partir de mai 2016, tous les PC seront aussi directement connectés à un nouveau système interne de visioconférence. Lancé en phase test dès l'automne, le réseau social interne d'entreprise, Yammer, a immédiatement trouvé son public. Quelques mois plus tard, il comptait déjà 1 960 utilisateurs et on dénombrait la création de 183 communautés affinitaires. À compter de mars, la plateforme collaborative SharePoint viendra révolutionner le travail en équipe grâce à ses fonctionnalités de création d'espaces de partage de documents publics ou privés. Cette déferlante digitale préfigure un changement encore plus important attendu pour 2017 : un nouvel environnement front office pour Somfy, notamment pour sa gestion de la relation client.



183

**COMMUNAUTÉS AFFINITAIRES
SUR YAMMER, LE RÉSEAU SOCIAL
D'ENTREPRISE SOMFY.**

Paroles de collaborateurs

ENTREPRENDRE,
NOTRE AVENTURE
COLLECTIVE



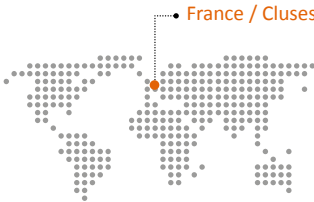
Lionel Bailleau,
Responsable de la conduite du changement au sein de
la Direction des Systèmes d'Information du groupe Somfy.

Faire du digital
un outil de
collaboration

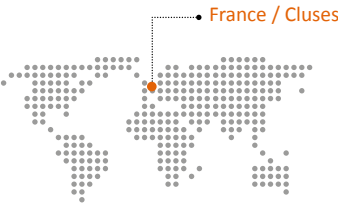
Les nouveaux outils collaboratifs que nous déployons au sein du Groupe depuis 2015 sont une vraie opportunité de dynamiser la coopération et faciliter les échanges entre les salariés.

Ces nouvelles solutions collaboratives offertes par le programme Bee proposent notamment de faire des conférences chat audio ou video via Skype, co-construire des documents en temps réel, mobiliser l'intelligence collective et gagner en réactivité. Grâce au nouveau réseau social Yammer, nous permettons, entre autres, à plus de 3 000 personnes d'être associées en temps réel à la vie de l'entreprise, de partager leurs petits et grands succès ! Partout, des communautés d'intérêt se construisent entre des équipes d'entités différentes qui partagent les

mêmes enjeux. Tout cela renforce le sentiment d'appartenance à une vision et culture communes, en phase avec le projet d'entreprise. Pour Somfy, les technologies digitales sont un réel axe de développement du « mieux vivre ensemble !



Stéphane Rapin,
Responsable du laboratoire d'essai
Business Group Door & Gate.



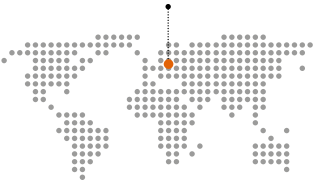
Salarié et aussi
parent

J'ai soutenu dès le début le projet de création d'une Maison d'Assistantes Maternelles (MAM) par Somfy. À mi-chemin entre une crèche et une garde classique, ce projet favorise la vie de groupe tout en permettant un accueil individualisé, donc rassurant pour les parents. Le hasard a voulu que l'initiatrice de la MAM soit la nounou de mes fils, Aurèle et Léon. Connaissant ses qualités professionnelles, j'ai confié Léon à la MAM sans hésiter. J'ai choisi ce mode de garde non pas pour des raisons pratiques ou financières mais parce que je trouve épanouissant pour mon fils de s'éveiller au contact d'une dizaine d'enfants d'âges différents. L'éveil est d'ailleurs au cœur des activités menées avec les enfants qui ont déjà eu la visite d'un clown, d'une violoniste et de notre chef cuisinier.

« La MAM
d'entreprise est un
lieu de sociabilisation
pour mon fils. »

Michael Hubner,
Directeur de Somfy Autriche, chef de l'équipe projet
qui a travaillé sur l'axe Development du projet humain
et managérial Better Living Together.

Autriche / Elsbethen-Glasenbach



Développer
les compétences
et les potentiels



Somfy a toujours eu à cœur de faire grandir ses talents.

Avec le projet Better Living Together, il fallait aller plus loin pour développer les compétences et le potentiel de tous et toutes : déployer une démarche structurée au niveau mondial dans laquelle chacun pourrait se reconnaître par-delà sa culture. C'est en substance la feuille de route confiée à notre équipe projet au printemps 2015. Soit 9 collaborateurs originaires de métiers et d'horizons très variés : la Colombie, Israël, la France, le Liban, l'Autriche... Puisque notre équipe était elle-même le reflet de la diversité culturelle et professionnelle du Groupe, notre premier travail a été de formaliser une définition partagée des notions de "compétences" et de "potentiel". Il était évident pour tous que les "compétences" recouvrent non seulement les expertises professionnelles mais aussi les comportements. De la même façon, nous sommes arrivés à la conclusion qu'avoir des aptitudes certaines pour la prise de responsabilités ne suffit pas à "développer un potentiel" ; il faut aussi qu'un manager en ait

la volonté. Ce qui n'est pas toujours le cas. C'est donc sur cette base saine et partagée que nous avons préparé un plan d'actions soumis au Comité Exécutif du Groupe. Quand on est comme moi à la tête d'une petite filiale, l'efficacité et la simplicité sont vitales. Nous avons donc opté pour une approche pragmatique : nos propositions devaient être rapides à mettre en œuvre et apporter des résultats sur-le-champ. C'est ainsi que les premières initiatives de l'axe "Development" de Better Living Together ont vu le jour. Elles sont actuellement en cours de déploiement. Parce que le développement des compétences s'anticipe dès le recrutement, nous avons créé une boîte à outils pour les managers amenés à conduire des entretiens d'embauche. Elle propose une méthodologie ainsi qu'une série de questions pour aider les recruteurs à faire un choix éclairé. En parallèle, nous avons participé à l'élaboration d'une formation pour les cadres intermédiaires assurée par des managers du Groupe. Ceci, dans l'objectif que 50 % des futurs postes de direction soient pourvus grâce à la mobilité interne.

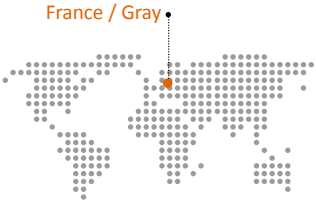
Paroles de
collaborateurs

ENTREPRENDRE,
NOTRE AVENTURE
COLLECTIVE



« Dans l’usine,
chacun est devenu
acteur de la
performance. »

Mustafa Kirit
(au centre), responsable de l’une
des deux unités de production
de l’entreprise Simu,
à Gray (Haute-Saône)



Dans l’industrie, l’AIC – ou « animation à intervalle court » – est un rituel quotidien très simple qui permet à chaque opérateur de production de devenir acteur de la performance. Chaque matin, l’équipe se réunit pour passer en revue les résultats de la veille en matière de sécurité, de qualité, de délai et de coûts. Si nous avons tous été bons, bravo, tout le monde retourne à son poste. En revanche, quand des écarts de performance sont constatés, nous identifions les causes et nous mobilisons les expertises de tous pour trouver des solutions qui seront appliquées le jour même. Donc, l’AIC est à la fois une “animation” de la performance et une méthodologie de résolution des problèmes. C’est un vrai changement de culture et d’état d’esprit qui renforce la dynamique d’équipe et la volonté de s’améliorer. Cela fait deux ans que Simu a adopté l’AIC. Les résultats se traduisent en termes de productivité, de qualité, mais aussi par un bien meilleur engagement des équipes.

« L’AIC renforce la
dynamique d’équipe
et la volonté de
s’améliorer. »

**SIMU : « 18 ANS
D’AMÉLIORATION
DE NOS MÉTHODES
DE PERFORMANCE. »**

Simu est une petite PME de 240 personnes, dont 110 à la production. Dans l’environnement concurrentiel qui est le nôtre, Simu se doit d’être compétitif. Dès 1998, nous avons réorganisé la production en îlots de fabrication afin de donner aux opérateurs plus d’autonomie au sein d’un fonctionnement plus collectif. Il y a trois ans, nous avons franchi une nouvelle étape en intégrant des méthodes de *lean management* dont le principe est d’éliminer tous les « gaspillages », par exemple les gestes inutiles. Parce que son déploiement s’appuie sur l’expérience et les actions de chacun, le *lean management* est à l’origine du changement de culture en cours pour nous améliorer. L’AIC s’inscrit dans ce cadre-là. Il y a une phrase que j’aime répéter à mes équipes : « Si on se concentre sur les résultats, on ne change jamais. Si on se concentre sur le changement, on obtient des résultats ».

Un nouveau pacte interne : « Mieux vivre ensemble »

Dans un marché en mutation où de nouveaux concurrents évoluent avec agilité, Somfy doit transformer sa manière de travailler. Pour soutenir cette ambition, le Groupe a lancé un projet humain et managérial d'envergure : Better Living Together¹. Son objectif ? Permettre aux équipes d'aller plus loin, plus vite, plus efficacement.

TRADUIRE EN ACTIONS LES ASPIRATIONS QUI VIENNENT DU TERRAIN

Le projet Better Living Together repose avant tout sur une évolution des comportements managériaux. Mais il doit être synonyme d'une meilleure qualité de vie au travail pour tous. Avec, à la clé, un gain de performance. C'est pourquoi Somfy a souhaité faire porter la création des premiers plans d'actions de ce projet directement par ses collaborateurs. Tout au long de l'année 2015, une soixantaine de cadres supérieurs du Groupe ont ainsi collaboré en équipes projet autour de cinq axes et d'une question centrale : comment les managers Somfy aspirent-ils à travailler avec leurs équipes et leurs parties prenantes en 2020 ? Le caractère international et pluridisciplinaire de ces groupes projet a permis de faire remonter les attentes et des bonnes pratiques issues de tous les métiers, de toutes les marques commerciales du Groupe et de toutes les régions du monde.

DES INITIATIVES LOCALES ET GLOBALES, PREUVES D'UNE ÉVOLUTION RAPIDE

Pour donner le rythme du changement et apporter la preuve de son engagement aux côtés de ses équipes, Somfy a accéléré le déploiement du projet Better Living Together. Les premières actions concrètes ont été lancées dès le second semestre 2015. Au niveau du Groupe, tous les salariés bénéficient désormais d'un socle commun de protection des principaux risques de décès et d'invalidité, avec une mise en œuvre adaptée au profil de chaque pays. Plusieurs initiatives – dont certaines, très originales – ont vu le jour localement. Ainsi, le projet « Happy Places » facilite l'accès, au plus grand nombre, aux bénéfices de confort, de sécurité et d'économie d'énergie des produits Somfy. Tous les locaux du Groupe en seront pro-

gressivement équipés. Afin que chacun puisse en profiter dans son environnement familial, l'objectif est aussi de rendre ces offres financièrement plus attractives pour les collaborateurs. Autre levier de progression du « Mieux vivre ensemble », la création de services qui simplifient la vie quotidienne : une Maison d'Assistants Maternelles a ouvert à Cluses en septembre et une conciergerie est à la disposition des collaborateurs de tous les sites de Somfy en Haute-Savoie.

UN DÉFI : PARTAGER DES PRATIQUES MANAGÉRIALES COMMUNES

Les équipes du groupe Somfy sont présentes dans 58 pays, sur les cinq continents. Pour rendre le fonctionnement du Groupe plus fluide, plus agile et plus simple – et in fine mieux travailler ensemble –, ses cadres doivent impérativement partager des pratiques managériales communes et favoriser le « jeu collectif ». Les groupes de travail qui ont conçu les plans d'actions de Better Living Together ont contribué à définir un socle des compétences qui sont attendues d'un manager. Ce référentiel a immédiatement été adopté pour les recrutements et la gestion de l'évolution des talents. Il a servi de base à la refonte de l'évaluation individuelle de la performance réalisée chaque année : elle prend désormais en compte la participation de chaque manager aux objectifs de leurs équipes et de l'entreprise. En 2015, Somfy a développé un nouveau cycle de formation dédié aux 800 managers intermédiaires de toutes ses marques commerciales : la « Middle Management Academy ». Objectif : diffuser des pratiques managériales homogènes et fournir une boîte à outils pour gérer toutes les situations auxquelles les managers sont confrontés. Dans une organisation décentralisée telle que celle de Somfy, le management de proximi-

4 VALEURS POUR DONNER LE CAP DE LA TRANSFORMATION DE SOMFY

Début 2015, le groupe Somfy a redéfini ses valeurs. Elles sont un référentiel commun pour guider les actions de ses 7 800 collaborateurs, par-delà leur intégration à l'une des 8 marques commerciales du Groupe.

L'audace dans la créativité et l'innovation.

Le respect de toutes nos parties prenantes, de la diversité et de notre environnement.

L'ouverture aux autres, en interne comme en externe, et aux opportunités d'évoluer dans son métier.

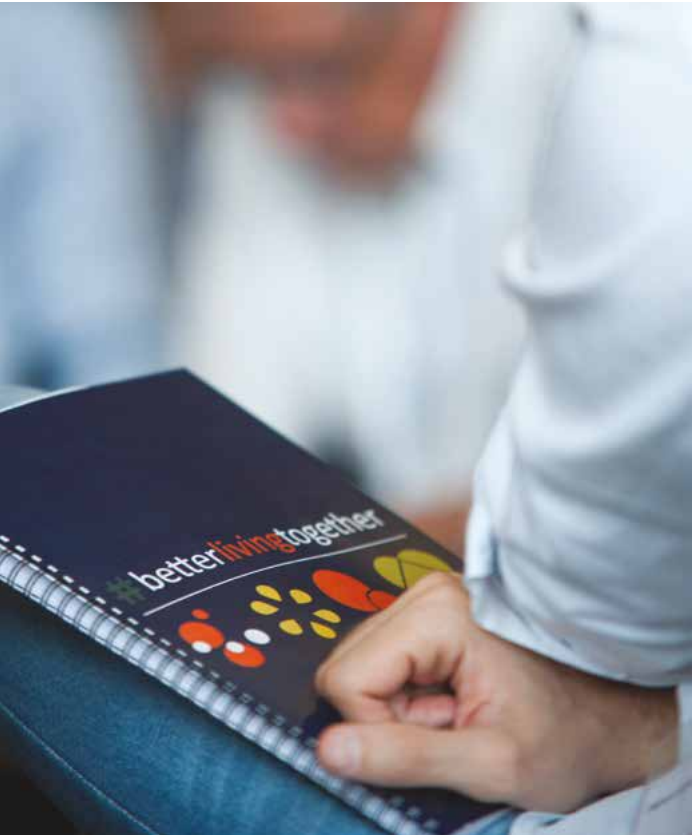
La proximité, en se rendant toujours disponible et au service de tous nos interlocuteurs : clients, partenaires, institutions locales...

té joue un rôle fondamental. Pour encourager le sens de l'entrepreneuriat auprès de ses équipes – essentiel à la performance de Somfy –, il facilite des attitudes telles que la délégation, l'autonomie et la subsidiarité. C'est à lui qu'il revient de porter les valeurs du Groupe au plus près du terrain et d'impulser la transformation avec Better Living Together.

1. Better Living Together : Mieux vivre ensemble.

BETTER LIVING TOGETHER : 5 AXES POUR AMÉLIORER LE « VIVRE ET TRAVAILLER ENSEMBLE »

- **Development** : développer les compétences et le potentiel des individus et des équipes.
- **Take care** : apporter à chaque collaborateur le respect et l'attention qui lui sont dus, tout au long de son parcours professionnel, en veillant à son bien-être et à sa sécurité.
- **Cooperation** : mieux travailler ensemble pour gagner en efficacité, en agilité, en rapidité et en plaisir.
- **Inspiring** : donner un sens au travail de chaque collaborateur, un sentiment de fierté et de responsabilité qui favorise l'envie de contribuer et la prise d'initiative.
- **Open** : cultiver l'ouverture d'esprit, la curiosité et la faculté de sortir des sentiers battus pour trouver des idées originales.



Une conciergerie est à la disposition des collaborateurs dans les sites Somfy en Haute-Savoie



Le groupe Inspiring du projet Better Living Together

Mieux Habiter Ensemble, l'engagement citoyen de la Fondation Somfy

Le Groupe conduit son action sociétale là où il est légitime : l'habitat. Depuis 5 ans, la Fondation Somfy s'active sur le front du mal-logement en soutenant des associations françaises et en impliquant les salariés. Désormais, son ambition est internationale.

A HOUSE IS A HOME : OUVERTURE DE LA FONDATION À L'INTERNATIONAL

Dès l'instant où la Fondation Somfy – créée il y a 12 ans – a choisi de se recentrer sur la lutte contre le mal-logement, elle a eu pour ambition de déployer son action à l'échelle du Groupe. Une première étape a été franchie en 2015 avec la création de son programme international A House is a Home qui a lancé son premier projet au Brésil. La Fondation a décidé de soutenir financièrement l'ONG Habitat for Humanity qui intervient dans près de 80 pays pour construire et réhabiliter des logements pour les plus démunis grâce au concours de bénévoles. Le choix s'est porté sur des foyers de femmes célibataires avec des enfants ou des parents à charge qui vivent dans une banlieue défavorisée de São Paulo. L'objectif : rénover chaque mois une nouvelle maison. Sur l'ensemble de l'année, 42 personnes ont vu leurs conditions de vie s'améliorer. En 2015, la Fondation Somfy a aussi préparé la prochaine phase du développement de son programme A House is a Home dans les régions Europe, Moyen-Orient & Afrique, avec l'objectif de conduire un projet dans chaque territoire où Somfy est présent. Dès 2016, des initiatives seront lancées en Belgique, en Allemagne, en Pologne, en Espagne et au Liban.

En France, la Fondation a entamé la 5^e année de son partenariat avec le Mouvement Emmaüs-France¹ qu'elle soutient à la fois financièrement et par le biais de mécénat de compétences. En 2015, la Fondation a concentré ses efforts sur l'agrandissement de la maison des Compagnons

de la Communauté EMRA (en Isère) pour donner un toit à 10 personnes supplémentaires. Cette structure qui centralise la collecte de tous les dons effectués à Emmaüs dans la région Rhône-Alpes joue un rôle logistique et d'insertion professionnelle majeur au sein du Mouvement.

UN TEMPS POUR LES AUTRES : IMPLIQUER LES SALARIÉS DE SOMFY

En France, le programme Un Temps pour les Autres permet aux collaborateurs de Somfy qui le souhaitent de s'impliquer auprès des associations soutenues par la Fondation. Chacun peut donner une journée de travail par an pour aider les bénévoles de ces structures ou réaliser du mécénat de compétences. En 2015, l'adhésion grandissante à ce programme a permis d'organiser 56 journées d'actions solidaires qui ont mobilisé 117 salariés. Ils ont apporté une aide soutenue à deux Communautés Emmaüs installées dans la région du siège social de Somfy. Grâce à l'expertise de ses collaborateurs, le centre d'Annemasse a pu réaliser une étude en vue du réaménagement de son espace de vente, et celui de Chambéry a conçu une stratégie de communication. L'équipe des Ressources Humaines de Somfy a, quant à elle, permis à l'antenne des Restos du Cœur² de Cluses de créer des ateliers de recherche d'emploi pour ses bénéficiaires.

1. Emmaüs-France est un mouvement de solidarité envers les plus pauvres créé par l'Abbé Pierre.
2. Les Restos du Cœur est une association qui gère des centres de distribution alimentaire gratuite pour les plus démunis partout en France.



« A House is a Home a pour objectif de lutter contre le mal-logement »



« En France, la Fondation a entamé la 5^e année de son partenariat avec Emmaüs-France »



2

AXES D'ACTIONS

- Favoriser l'accès au logement décent
- Développer le lien social grâce à l'habitat

12

LOGEMENTS RÉNOVÉS au Brésil en 2015

300 K€

BUDGET DE LA FONDATION SOMFY en 2015

« Un Temps pour les Autres permet aux collaborateurs de Somfy de s'impliquer auprès des associations soutenues par la Fondation »

« Depuis sa création, fin 2013, la plateforme de financement participatif Les Petites Pierres a permis de récolter 660 000 € au bénéfice de 54 programmes associatifs. »



**LES PETITES PIERRES.ORG :
FÉDÉRER TOUTES LES GÉNÉROSITÉS
GRÂCE AU CROWDFUNDING**

La Fondation Somfy a toujours eu la conviction que des enjeux aussi vitaux et croissants que le mal-logement et le lien social par l’habitat nécessitent de s’entourer de toutes les bonnes volontés. Fin 2013, elle lançait Les Petites Pierres.org, une plateforme de financement participatif qui permet au grand public et à tous types de mécènes de soutenir des projets d’associations. Une première en France pour une Fondation d’entreprise. Deux ans plus tard, l’efficacité de son action est aujourd’hui largement reconnue par les porteurs d’initiatives dont sa plateforme se fait le relais : les 322 132 euros de dons collectés sur l’année 2015 ont permis d’aider à financer 26 nouveaux projets. Au fil du temps, les Petites Pierres élargit son socle de bienfaiteurs tout en fidélisant une communauté d’habitues. La plateforme se fait un nom auprès des donateurs institutionnels. En 2015, trois nouvelles entreprises sont venues lui apporter leur soutien : ATMB (Autoroutes et Tunnel du Mont Blanc) et la banque Le Crédit Agricole des Savoie, qui ont abondé les dons du public sur certains projets ; et la société d’annonces immobilières Logic-Immo.com qui met la puissance de sa visibilité sur Internet au service de la communication des Petites Pierres. www.lespetitespierres.org

« ÊTRE UNE PETITE PIERRE »

Lutter contre le mal-logement, c’est aussi aller à la rencontre de ceux dont l’histoire personnelle les a fait basculer un jour dans la grande précarité. Pour sensibiliser toutes les bonnes volontés sur la nécessité de ne pas détourner le regard, et d’apporter une aide, Les Petites Pierres a demandé au photojournaliste Laurent Cousin de réaliser 21 portraits d’hommes et de femmes qui bénéficient du soutien apporté par ses associations partenaires. « *L’exposition “Être une Petite Pierre” permet de montrer que derrière les projets, l’action des associations, il y a des femmes et des hommes. J’espère avoir retranscrit au mieux ce que ces personnes ont bien voulu m’offrir.* » Depuis septembre 2015, ces portraits font l’objet d’une exposition itinérante dans toute la France.



Les Petites Pierres a demandé au photojournaliste Laurent Cousin de réaliser 21 portraits de femmes et d’hommes bénéficiant du soutien d’associations partenaires

Éco-conception et « petits » gestes pour la planète

Somfy a lancé en 2015 les premiers produits fabriqués avec sa démarche d'éco-conception Act for Green. Il s'agit du plus important levier pour réduire son empreinte environnementale. En parallèle, le Groupe améliore l'efficacité énergétique de ses sites et leurs bonnes pratiques au quotidien.

ACT FOR GREEN : 1^{ER} LABEL D'ÉCO-CONCEPTION DU SECTEUR

Avec le lancement commercial de ses trois premiers produits labellisés Act for Green, Somfy fait figure de pionnier dans le secteur de l'industrie électrique. Cette démarche volontaire d'éco-conception est unique sur le marché des motorisations et automatismes pour le bâtiment. Propre à la marque Somfy, ce label fonde sa légitimité sur le respect de normes environnementales reconnues au niveau international – via le programme PEP ecopassport^{®1} – et contrôlées par un organisme de certification indépendant. Act for Green est basé sur l'adoption, dans le processus de développement des produits, de cinq critères qui permettent de réduire leur impact environnemental sur l'ensemble de leur cycle de vie : depuis l'extraction des matières premières jusqu'à leur retraitement, en passant par la fabrication, l'utilisation et le transport. Ce lancement sur des offres de nouvelle génération – notamment le moteur Smart & Smooth – n'est qu'une première étape puisque toutes les gammes seront concernées à l'horizon 2018.



1. PEP ecopassport[®] est un programme élaboré par l'industrie électrique, qui définit une méthode standardisée pour réaliser des déclarations environnementales conformes aux règles internationales (ISO 14025 & ISO 14040s).

DANS LES USINES, TRI DES DÉCHETS ET EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Les 8 sites industriels du Groupe réalisent principalement des opérations d'assemblage de produits qui ne génèrent aucun risque de pollution à l'exception des déchets d'emballages et de rebuts de fabrication. C'est pourquoi les usines focalisent l'essentiel de leurs actions sur le tri sélectif et la valorisation de ces matériaux, mais aussi sur l'amélioration constante de l'efficacité énergétique de leurs bâtiments. En Pologne, l'usine SOPEM – qui a ouvert en janvier 2014 – a formé ses collaborateurs aux procédures de récupération et tri des déchets. En Italie, BFT – 2^e marque du Groupe par son chiffre d'affaires – a créé un système d'« experts » environnementaux internes à l'entreprise pour animer le tri sur ses sites. En Tunisie, l'usine SITEM a équipé tous ses ateliers d'éclairage à LED. Enfin, en Chine, la société Lianda a développé des zones de jardinage pour ses salariés sur ses espaces verts.



5 CRITÈRES D'ATTRIBUTION DU LABEL ACT FOR GREEN



Limitation de la **consommation électrique** des moteurs en veille.



Des **composants électroniques** à faible impact sur l'environnement.



Des **matières premières** soucieuses de la santé et de l'environnement².



Des **emballages** en matériaux recyclables (50 % pour les cartons, 100 % pour les notices)



Plus grande **durabilité** des produits (amélioration de leur réparabilité, robustesse,...).

2. La conformité de tous les produits Somfy aux directives européennes REACH (enRegistrement, Évaluation et Autorisation des produits Chimiques) et RoHS (Restriction of Hazardous Substances – plomb, mercure, chrome hexavalent, polybromobiphényles (PBB) et polybromobiphényl-éthères (PBDE) est testée par des laboratoires externes.



**LES ÉCO-GESTES FONT
LES GRANDES RIVIÈRES :**
➤ **10 % des repas préparés à base de produits bio** : en 2015, le restaurant d'entreprise de Cluses a atteint ses objectifs grâce à un partenariat entre des producteurs locaux, la région et la société gestionnaire de sa restauration.
➤ **150 salariés utilisent le réseau interne de covoiturage** mis en place par Somfy en Haute-Savoie (France), soit 30 de plus que l'an dernier.
➤ **95 % du matériel informatique usagé de Somfy SAS remis à neuf pour entamer une seconde vie** : en 2015, 377 équipements ont pu être retraités pour être revendus (dont 143 ordinateurs). Les 5 % restants sont partis en filière de recyclage.

Le ski, une passion, une famille

De par son ancrage montagnard, le sport est dans l’ADN de Somfy. Cette passion partagée par les salariés se concrétise depuis 10 ans par le soutien à la Fédération Française de Ski. Mais aussi par le sponsoring individuel de biathlètes et skieurs talentueux.

SPONSOR DU SKI NORDIQUE FRANÇAIS ET DE SES TALENTS

En tant que partenaire de la Fédération Française de Ski (FFS), Somfy sponsorise l’équipe de France de biathlon depuis 2005 et, depuis deux ans, tout le ski nordique (biathlon, fond, saut, combiné nordique). Au-delà de la visibilité ainsi offerte à la marque Somfy, le Groupe est présent sur la plupart des grandes compétitions aux côtés des athlètes. Ce lien très fort avec la communauté du ski français amène aussi le Groupe à parrainer des sportifs à titre individuel. En 2015 et 2016, Somfy est le sponsor de trois champions de biathlon confirmés : Martin Fourcade, Marie Dorin-Habert et Simon Fourcade. Avec l’aide de la FFS, qui a aidé Somfy à les sélectionner pour leur potentiel sportif et leur personnalité, Somfy parraine également quatre jeunes talents originaires de sa région d’origine dans le cadre du programme Somfy Ski Talents.

ACCOMPAGNER LES ATHLÈTES PENDANT ET APRÈS LEURS CARRIÈRES

Au fil des années, Somfy a souvent tissé une grande complicité avec les athlètes qu’il soutient, basée sur des valeurs partagées et sur un accompagnement personnel durant toute leur carrière de sportif et parfois même au-delà. Champion olympique de biathlon aux JO de Turin en 2006, Vincent Defrasne – qui fut parrainé par Somfy – a par exemple rejoint le Groupe en 2011 en tant que Directeur de la Fondation

Somfy. Les jeunes sportifs qui intègrent le programme Somfy Ski Talents bénéficient de cette même démarche de soutien personnalisé. Ceux qui le souhaitent peuvent ainsi réaliser des stages en entreprise chez Somfy – au sein des équipes RH, Marketing, finances... – pour découvrir un métier et commencer à préparer leur après-carrière. En 2015, Jonas Devouassoux, champion de skicross, par ailleurs étudiant à Sciences Po Paris, a partagé pendant un mois le quotidien du Centre de R&D de Cluses. Pour lui, son partenariat avec Somfy est « *bien plus qu’un soutien financier qui m’apporte de la sérénité, il y a aussi beaucoup d’échanges, des conseils pour gérer ma communication personnelle, et aussi l’apport d’une expérience professionnelle* ».

UNE PASSION PARTAGÉE PAR LES COLLABORATEURS

Si Somfy s’est engagé dans le sponsoring sportif, et plus particulièrement au profit des disciplines du ski nordique, c’est d’abord pour sa proximité naturelle avec le milieu de la montagne – le siège de Somfy est situé dans les Alpes françaises – mais aussi parce qu’il s’agit de sports pratiqués par ses salariés. Les collaborateurs savoyards de l’entreprise sont donc particulièrement réceptifs aux valeurs d’endurance, de précision et d’humilité dans l’effort portées par les biathlètes. Et, avec le temps, c’est tout un Groupe qui a fini par s’intéresser aux résultats de ses champions durant les compétitions. En fonction du calendrier sportif, les salariés ont également la possibilité de partager des moments privilégiés avec les spor-

SOMFY SKI CHALLENGE

Une fois par an, le Somfy Ski Challenge est une journée privilégiée de partage entre les salariés du Groupe et les sportifs qu’il parraine. Les skieurs amateurs de tout niveau peuvent y disputer des épreuves de ski nordique ou profiter de cours de perfectionnement encadrés par de vrais champions. Tandis que les familles bénéficient d’activités telles que des promenades en chiens de traîneau ou en raquette. En mars 2015, cette journée a réuni 350 collaborateurs dont une centaine a participé aux challenges à ski.



tifs, à l’entraînement, pendant des compétitions ou la journée du Somfy Ski Challenge.

UN AXE DE COMMUNICATION VERS LES PUBLICS EXTERNES

Encouragé par la notoriété grandissante du biathlon, portée par les victoires de Martin Fourcade, Somfy a commencé en 2015 à capitaliser sur ces partenariats pour organiser des événements à l’intention des médias, de ses clients et publics influents. La « Soirée nordique », qui s’est déroulée à Paris en octobre 2015, a été un beau moment d’échanges entre néophytes et athlètes. En février 2016, le grand événement de ski alpin « Kandahar » à Chamonix a permis aux invités de vivre les compétitions au plus près des champions – au milieu de la piste de descente – avec les commentaires de l’ancien skieur aujourd’hui pilote de course, Luc Alphand.

La page Facebook Somfy Sports permet de suivre les résultats des champions soutenus par le Groupe.



MARTIN FOURCADE
Meilleur biathlète toutes générations confondues.

7 sportifs soutenus à titre individuel par Somfy



«
MARTIN FOURCADE
(Biathlon)
Martin est le meilleur biathlète toutes générations confondues. Double champion olympique en 2014, et dix fois Champion du Monde, il est le seul biathlète de l’histoire à avoir remporté cinq fois consécutives le classement général de la Coupe du Monde, entre 2012 et 2016.



△
SIMON FOURCADE
(Biathlon)
Actuellement 13^e au classement général de la Coupe du Monde, Simon est 3 fois médaillé en Coupe du Monde et 4 fois Champion du monde Junior.

Sponsor de 3 champions de biathlon confirmés

»
MARIE DORIN-HABERT
(Biathlon)
Marie affiche un beau palmarès : deux médailles olympiques aux JO de Vancouver en 2010 – l’argent en relais et le bronze en sprint – cinq victoires en Coupe du Monde et quinze médailles aux championnats du monde.



Parrain de 4 jeunes sportifs prometteurs avec le programme « Somfy Ski Talents »



«
ENORA LATUILLIERE
(Biathlon)
Révélation de l’hiver 2015 en Coupe du Monde, la jeune Chamoniarde espère confirmer ses belles performances. Début 2016, elle a mis un terme à sa saison hivernale pour raisons médicales. Objectif : revenir au meilleur niveau l’hiver prochain.



«
JONAS DEVOUASSOUX
(Ski cross)
Jonas est l’exception alpine des « Ski Talents ». Membre de l’équipe de France de ski-cross, le solide Chamoniard est passé tout près des podiums en Coupe du monde au cours de l’hiver 2015.

△
CLÉMENT PARISSE
(Ski nordique)
Le Mégévan, vice-champion du monde U23 en ski de fond, fait désormais partie de l’équipe de France. Skieur polyvalent, il a décroché l’argent au skiathlon des Mondiaux U23 de 2015.

▽
THOMAS CLARION
(biathlon)
Athlète non-voyant, Thomas et son guide, Julien Bourla, ont remporté deux titres aux Championnats du monde handisport de ski nordique 2015 : l’argent en cross-country sur 20 km et l’or en relais (4x2,5km). Thomas est aussi double médaillé de bronze aux JO Paralympiques de Sotchi (2014).





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