

FAITS ET CHIFFRES 2015

LIVING

INNOVATION FOR AND BY THE PEOPLE



SOMFY
INSPIRING A BETTER WAY
OF LIVING ACCESSIBLE TO ALL

1.

PROFIL

**Inspiring
a better
way
of living
accessible
to all**



Chacun, de par le monde, aspire pour soi et les siens à jouir d'un cadre de vie sûr, sain et respectueux de l'environnement.

Pour répondre à ces besoins essentiels d'amélioration des cadres de vie, le groupe Somfy crée des solutions innovantes pour l'habitat et les bâtiments dans trois domaines essentiels :

- la sécurité des biens et des personnes,
- la maîtrise des consommations et la préservation de l'environnement,
- le bien-être pour tous et à tout âge.

Le groupe Somfy, à travers chacune de ses filiales et de ses marques, s'engage à rendre ces innovations accessibles au plus grand nombre. Véritable acteur de proximité dans 58 pays et sur 5 continents, Somfy adapte ses solutions aux attentes et aux spécificités de chacun de ses marchés.





Notre vocation s'incarne dans un projet qui se décline en 2 volets, l'un dédié aux activités du Groupe, Better Living For All, l'autre aux moyens humains mis en œuvre pour le réaliser, Better Living Together.

Better Living For All

Dans un marché en pleine mutation avec le développement du digital et de la connectivité, il est essentiel d'anticiper pour saisir les opportunités. Pour cela, Somfy conduit son développement en s'appuyant sur ses cinq atouts clés :

- L'innovation, pour proposer au marché les meilleurs moteurs connectés.
- La puissance de ses marques.
- La qualité et l'interconnexion de ses canaux de distribution, avec un réseau unique d'installateurs au plus près des clients ; le développement de nouveaux canaux, notamment digitaux, pour améliorer le parcours consommateur ; et son approche solutions pour les grands projets immobiliers.
- Le développement international.
- Sa culture de l'excellence en matière de qualité, de maîtrise des coûts et de productivité.



Better Living Together

Pour relever les défis du futur, le groupe Somfy veut rendre son fonctionnement plus fluide, plus agile et plus simple. Être uni autour de ses valeurs, avec des collaborateurs capables de mieux travailler ensemble en étant ouverts, inspirés et collaboratifs. Avec un objectif : être capable d'agir vite, en phase avec les besoins et les rythmes de ses clients.



Les marques du Groupe



Chiffres clés 2015

CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS €



En 2015, le chiffre d'affaires de Somfy dépasse 1 Md€, avec une progression enregistrée dans toutes les zones géographiques.

CROISSANCE À DONNÉES COMPARABLES

+ 5,6 %
par rapport
à 2014

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

165,6 M€

PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ À L'ÉTRANGER



MOTEURS PRODUITS DEPUIS L'ORIGINE

158 000 000

BREVETS DÉPOSÉS EN 2015

40

BREVETS EN PORTEFEUILLE

1 849

LANCEMENTS PRODUITS SUR L'ENSEMBLE DES MARQUES

50

NOMBRE D'ÉQUIPEMENTS CONNECTÉS

500 000

PAYS DANS LESQUELS LA MARQUE SOMFY COMMUNIQUE EN TÉLÉVISION

+ de 20

COLLABORATEURS

7 800

Organes de Direction

DIRECTOIRE

JEAN GUILLAUME DESPATURE

Président du Directoire

PIERRE RIBEIRO

Directeur Général Finances,
Membre du Directoire

MANAGEMENT

JEAN GUILLAUME DESPATURE, CEO

Direction Générale

VINCENT BELLET

Industrie & Logistique

GUY BROUTECHOUX

Direction Organisation Management

FRANK SCHÄDLICH

Business & Marketing Area
Europe, Moyen-Orient & Afrique

OLIVIER PICCOLIN

Business & Marketing Area
Asie & Amériques

JEAN-PASCAL REY

Activité Home & Building

MARC WESTERMANN

Activité Connected Solutions

RELATIONS ACTIONNAIRES

COTATION

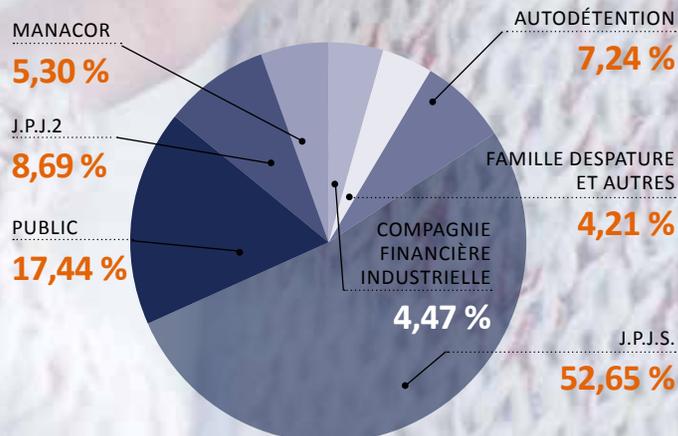
Somfy SA est une société à Directoire
et Conseil de Surveillance cotée
sur Euronext Paris
(Compartment A, code ISIN
FR 0000120495).

CAPITAL

Le capital au 31 décembre 2015
s'élève à 7 400 000 euros, divisé en
7 400 000 actions de 1 euro nominal,
entièrement libérées et toutes de
même catégorie.

www.somfyfinance.com

RÉPARTITION DU CAPITAL (%) AU 31/12/2015



Notre présence dans le monde

58

PAYS

114

FILIALES

51

AGENCES & BUREAUX

AMÉRIQUE DU NORD

CANADA
ÉTATS-UNIS

FRANCE

FRANCE

AMÉRIQUE LATINE

ARGENTINE
BRÉSIL
COLOMBIE
MEXIQUE

EUROPE DU SUD

BULGARIE
ESPAGNE
GRÈCE
ISRAËL
ITALIE
PORTUGAL

EUROPE DU NORD

BELGIQUE
DANEMARK
FINLANDE
IRLANDE
NORVÈGE
PAYS-BAS
ROYAUME-UNI
SUÈDE

EUROPE CENTRALE

ALLEMAGNE
AUTRICHE
SUISSE

EUROPE DE L'EST

CROATIE
HONGRIE
LETTONIE
POLOGNE
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
ROUMANIE
RUSSIE
SLOVAQUIE
UKRAINE



CHINE

CHINE

MOYEN-ORIENT & AFRIQUE

AFRIQUE DU SUD
ALGÉRIE
CHYPRE
ÉGYPTE
ÉMIRATS ARABES UNIS
IRAN
JORDANIE
LIBAN
MAROC
TUNISIE
TURQUIE

ASIE-PACIFIQUE

AUSTRALIE
CORÉE
HONG-KONG
INDE
INDONÉSIE
JAPON
MALAISIE
NOUVELLE-ZÉLANDE
PHILIPPINES
SINGAPOUR
TAÏWAN
THAÏLANDE
VIETNAM

2.

BETTER
LIVING
FOR ALL

Because
everyone
aspires
to better
living
environ-
ments

Maison connectée, offre, distribution... Somfy accélère

Faits marquants de l'activité en 2015

Objets connectés : l'enjeu des partenariats

Somfy rejoint Thread

Somfy est la première entreprise française à intégrer en janvier le groupe industriel Thread en tant que Sponsor. Thread, qui réunit 230 membres associés, contributeurs et sponsors, dont Nest et Philips, a pour but de promouvoir et de développer une technologie qui permettra de connecter les différents objets de l'habitat. La combinaison de Thread et du protocole io-homecontrol permettra à Somfy de contribuer activement au développement d'écosystèmes connectés plus complets dans la maison.

... et Nest Weave

En octobre, Somfy s'est associé avec d'autres fabricants à l'initiative Nest Weave, des applications qui exploitent le protocole Thread pour permettre à des appareils de communiquer entre eux de manière très sécurisée. Jusqu'à présent réservé aux produits Nest, Nest Weave s'ouvre désormais à d'autres objets dans la maison. Ce nouveau pas en avant permet à Somfy de proposer des solutions toujours plus ouvertes et interopérables, qui s'intègrent en toute simplicité dans l'écosystème connecté de la maison.

... et s'associe avec Monitorlinq

Somfy propose une solution innovante qui combine TaHoma et la

plateforme de services connectés de la start-up Monitorlinq. La nouvelle offre Somfy « powered by Monitorlinq » présentée en mars apporte des solutions pour simplifier la vie des personnes, améliorer leur sécurité, et monitorer la santé de la famille et des personnes âgées désirant vivre plus longtemps de manière indépendante à leur domicile.

Une vague d'innovation

Sur le Salon R+T, rendez-vous incontournable de la profession qui s'est tenu en février à Stuttgart, Somfy a présenté plusieurs innovations majeures :

- Smart & Smooth, premier moteur tubulaire intelligent mis sur le marché, qui réinvente le mouvement du volet roulant.
- Animeo IP, une solution de gestion globale des protections solaires du bâtiment.
- TaHoma 2.0, la nouvelle version de la plateforme domotique qui permet de gérer l'ensemble des équipements de la maison.
- Nina, la nouvelle gamme de commandes Somfy.
- Sonesse Ultra 50, le seul moteur pour stores d'intérieur à allier puissance et silence.
- Smartlink, l'application domotique qui donne accès à la connectivité pas à pas, en permettant de connecter des petites installations.

Création de l'Activité Connected Solutions

Pour faire face à l'impact croissant de la connectivité sur ses marchés, Somfy a créé en septembre une Activité dédiée, Connected Solutions, aux côtés des Activités Home & Building et Access. Ses missions :

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

International

En Asie, Somfy veut créer un large marché de l'automatisation de la maison, dans le nouveau secteur résidentiel collectif en plein développement sous l'effet de la croissance urbaine et démographique. Avec deux niveaux d'offre :

- pour le milieu de gamme, avec TaHoma One. Compatible avec les principales applications, elle bénéficie d'une technologie sans fil à des prix abordables.
- pour le haut de gamme, avec une solution « Home Network » complètement intégrée.



DISTRIBUTION

EMEA

Le groupe Somfy a réalisé de très bonnes performances, marquées par un retour à la croissance en Europe du Sud et sur les activités cœur (volets roulants et stores). Ces résultats confirment la pertinence d'une stratégie de diversification multi applicative, multi canaux et orientée vers le renforcement de la proximité avec l'utilisateur final.

Europe de l'Est

+ 14,9 %

Grâce à l'élargissement de son offre et la diversification de ses applications, Somfy consolide ses positions dans ces territoires. L'Activité Access a continué de progresser, soutenue par une pénétration du canal des distributeurs et le développement des motorisations de la fenêtre, notamment en Pologne dans le circuit professionnel. Condition du succès de l'offre TaHoma, le protocole io est désormais disponible en Tchéquie, après la Pologne en 2014. Sur l'ensemble de la zone, les ventes de boxes TaHoma ont été multipliées par trois, preuve de l'engouement porté à l'offre dédiée à la maison connectée.

Europe du Nord

+ 5,6 %

La recherche d'une plus grande proximité avec l'utilisateur final a dynamisé la croissance, via l'extension des canaux de distribution et le développement de l'offre de services. En Belgique et en Hollande, la marque Somfy s'est renforcée dans les circuits courts, notamment en GSB, avec la

mise en avant des offres Home Automation. De même, sur le modèle développé en Angleterre, l'activité Services a été étendue aux pays nordiques et aux Pays-Bas, avec une offre allant de l'avant-vente (simulation des bénéfices énergétiques,...) et de l'après-vente (maintenance,...).

France

+ 3,3 %

Malgré un contexte de marché difficile, la France a renoué avec la croissance grâce à la mobilisation de ses équipes et le développement de programmes structurants visant à renforcer l'accessibilité de l'offre auprès des utilisateurs finaux. Ainsi l'activité de vente en ligne a enregistré une croissance de + 50 % en 2015, avec un chiffre d'affaires de plus de 3 M€. La plateforme communautaire des consommateurs Yellowos renforce les liens avec le consommateur et la qualité de l'expérience client. Au sein des équipes Somfy, un travail de fond a été mené sur la qualité de l'expérience client tout au long de sa relation avec la marque Somfy.

Moyen-Orient et Afrique

+ 6,1 %

La zone a réalisé une croissance soutenue grâce à l'accélération de l'activité dans plusieurs territoires comme les Pays du Golfe (+ 30 %) et la Turquie où plusieurs segments applicatifs, Volets Roulants, Projets (applications d'intérieur) enregistrent de bonnes performances.

L'offre TaHoma a été introduite au Liban et fin 2015 en Turquie, avec la mise en avant de ses bénéfices en termes de sécurité.

Europe du Sud

+ 5,3 %

Grâce aux bonnes performances de plusieurs pays dont l'Espagne, l'Europe du Sud confirme son retour à la croissance. La mobilisation des équipes a permis la conquête de nouvelles parts de marché et l'acquisition de nouveaux clients. Les activités liées au cœur de métier (Volet Roulants et Protections Solaires Extérieures) ont fait preuve de dynamisme.

Europe Centrale

+ 4,4 %

Profitant d'un niveau d'activité soutenu, l'Europe Centrale renforce ses programmes d'accessibilité vers le end-user avec le développement des e-shops, ses services Projets et les Grandes Surfaces de Bricolage. 4 nouveaux e-shops seront lancés en 2016, dont 1 en Allemagne en février. En Suisse, la marque Somfy accroît sa présence en GSB avec l'implantation dans une nouvelle chaîne.

ASIE AMÉRIQUES

La BMA réalise une belle performance de croissance, associée à une progression significative de sa profitabilité.

Amérique du Nord

+ 11,1 %

Avec un marché des protections intérieures (IWC) très dynamique aux États-Unis, à la fois sur les segments d'entrée et haut de gamme, la Business Area enregistre une croissance soutenue. Le segment des Solutions Connectées progresse également. Introduite en 2015 aux États-Unis, la solution My Link qui permet de piloter ses protections solaires via une application connaît un véritable succès, avec 7 000 produits vendus. Interface abordable et facile à utiliser, My Link ouvre la voie de la connectivité de masse pour les solutions Somfy.

Amérique du Sud

+ 4,0 %

Malgré une conjoncture économique difficile, notamment au Brésil, la marque Somfy réalise de très bonnes performances et augmente ses parts de marchés sur son périmètre historique. Les solutions « Maison Connectée » progressent également.

Chine

+ 5,9 %

Le ralentissement économique a impacté l'activité de la marque Somfy, notamment sur les segments des Projets et du résidentiel haut de gamme. A contrario, Dooya a su profiter du contexte domestique pour réaliser une très bonne performance com-

merciale (+15 % en réel), en captant les clients à la recherche de solutions plus compétitives, sur le marché des Projets.

LianDa a poursuivi son redressement et amélioré significativement sa profitabilité. Au service de la stratégie multi-applicative, le Centre de compétences dédié au marché des rideaux implanté en Chine a apporté tous les bénéfices escomptés en termes de développements et de performance économique.

Asie Pacifique

+ 5,9 %

La Business Area réalise un exercice contrasté avec de très bonnes performances de l'Australie, du Japon et de la Thaïlande et des difficultés en Corée, en particulier sur un marché de Projets affecté par la crise économique.

Les taux de croissance sont indiqués à taux et périmètre constants.



Home & Building

L'Activité Home & Building a réalisé une croissance soutenue en 2015. Cette performance s'explique par une poursuite de la croissance des applicatifs intérieurs, et un fort rebond de la croissance des applicatifs extérieurs.



Une croissance dynamisée par l'innovation

Grâce à l'effort d'innovation mené par les équipes de l'Activité Home & Building, la part du chiffre d'affaires généré par des nouveaux produits a été multipliée par 3,5 depuis 2014. L'édition 2015 du Salon professionnel R+T de Stuttgart a permis de présenter au marché un certain nombre d'innovations importantes, réaffirmant ainsi le leadership de Somfy. Parmi ces innovations :

- Smart & Smooth, le premier moteur tubulaire intelligent qui établit un nouveau standard sur le marché du Volet Roulant, et est une plateforme du futur pour nos moteurs.
- Nina, une nouvelle offre de commande à l'interface intuitive et très simple d'usage pour l'utilisateur,

lancée en janvier 2016.

- Le moteur Ultra Quiet le plus puissant et le plus silencieux du marché, destiné au segment du résidentiel haut de gamme (Etats-Unis).

Le lancement du moteur Smart & Smooth, réalisé de manière ciblée dans certains pays européens, a fait l'objet d'un retour très positif de la part des installateurs et des fabricants, notamment en France et en Allemagne.



Une mobilisation forte au service de la connectivité

L'offre Connectée a fait l'objet d'une forte mobilisation des équipes en 2015 et se concrétisera par plusieurs lancements de produits en 2016 et 2017. Ainsi les solutions Connexoon Terrasses et Connexoon Fenêtres ont été lancées début 2016.

En Europe et dans l'ensemble de la zone EMEA, le développement de solutions connectées passe notamment par le déploiement du protocole io-homecontrol. Les ventes de solutions io ont progressé de + 35 % en 2015 en Europe. Par ailleurs, la nouvelle version de la plateforme TaHoma reste le pilier du développement des offres connectées en EMEA.

Les solutions connectées seront déployées en Asie-Amériques en 2016 et 2017. Le partenariat avec Thread, groupement industriel dont l'objectif est de promouvoir la connectivité des différents équipements de la maison, prépare cette stratégie.



Une approche centrée sur le consommateur

Les efforts de développement de la proximité avec l'utilisateur final se sont intensifiés, notamment avec des enquêtes de satisfaction menées aux États-Unis, en Chine, Allemagne et France. Par ailleurs, les résultats positifs en matière de Qualité ont entraîné une forte progression de la satisfaction des clients et la diminution du temps de résolution des problèmes. Le taux de performance Qualité auprès de nos clients a progressé de +15 % par rapport à 2014 pour les gammes de motorisation comme pour les contrôles. Le temps de résolution des problèmes a été divisé par 2,5 entre 2014 et 2015.

+ 6,2 %

CREISSANCE DE L'ACTIVITÉ
HOME & BUILDING

+ 6,2 %

APPLICATIONS EXTÉRIEURES

+ 6,7 %

APPLICATIONS INTÉRIEURES



Pour la maison, Home & Building conçoit et développe des moteurs, des télécommandes, des points de commande, des capteurs, des technologies et des solutions de domotique pour une large gamme de stores d'intérieur, stores d'extérieur, volets roulants et battants.

Pour le tertiaire, l'Activité développe également des solutions de gestion dynamique de la façade utilisant des technologies ouvertes ou fermées.

Access

La poursuite de la stratégie multimarques porte ses fruits et l'Activité Access réalise une croissance de + 1,9 %, supérieure à celle du marché.



Un réseau de marques complémentaires

Le réseau de marques est composé de 2 marques globales, Somfy et BFT, et de marques focalisées sur des secteurs applicatifs ou des zones géographiques, Automatismos Pujol, Simu, O&O et Sacs.

– Somfy

En croissance sur toutes les zones, en particulier en France, Somfy réalise des performances supérieures à celles du marché et accroît sa présence dans les canaux professionnels et dans les canaux directs. Dans les pays à fort potentiel de croissance, Somfy accélère également son développement.

– BFT

Malgré des difficultés sur ses marchés historiques en France et en Italie, BFT a su aller chercher des relais de croissance dans d'autres zones géographiques comme l'Europe du Nord, l'Europe de l'Est, l'Amérique du Nord

et l'Océanie. Les marchés d'accès tertiaires ont également été une source de croissance très dynamique, BFT ayant notamment remporté l'appel d'offre pour réaliser les systèmes de parking de l'Exposition Universelle de Milan.

– Pujol

Pujol continue sa croissance, grâce à de très bonnes performances sur ses marchés domestiques que sont l'Espagne, le Portugal et l'Italie.

– Simu

Confrontée à un marché mature en France, la Business Unit ICC (fermetures industrielles et commerciales) a su capter de nouveaux gisements de croissance dans d'autres territoires comme l'Europe du Sud, le Moyen-Orient et l'Europe de l'Est, en priorisant la conquête de nouveaux clients.



La connectivité en marche

Les deux marques globales BFT et Somfy continuent à travailler sur des solutions connectées pour apporter encore plus de bénéfices aux utilisateurs.

BFT, avec sa technologie U-link, offre la possibilité de connecter tous ses produits à n'importe quel protocole et de pouvoir ainsi s'interfacer avec les produits et systèmes d'autres acteurs. Des produits qui « parlent et travaillent » entre eux, pour faciliter le contrôle et le pilotage des installations.

Somfy accélère le développement de ses produits d'accès résidentiel avec le protocole io, pour compléter son écosystème et renforcer ainsi les promesses de la maison connectée. La marque apporte par ailleurs de nouveaux bénéfices aux consommateurs et aux installateurs avec l'application Connexoon Access.



Répondre aux aspirations de sécurité des utilisateurs

L'organisation dédiée à la sécurité, mise en place en 2015, a permis de construire un positionnement unique pour la marque Somfy qui répond aux besoins croissants de sécurité des consommateurs. Somfy poursuit le développement des gammes de capteurs, d'alarmes, de visiophone et de caméras pour pouvoir proposer des solutions « à la carte », tout en faisant le lien avec les applications traditionnelles (volets roulants, portail, porte de garage) et pouvoir ainsi s'adapter aux modes de vie de tous les consommateurs.

+ 1,9 %
CROISSANCE DE L'ACTIVITÉ
ACCESS



Pour le segment résidentiel, l'activité Access conçoit et développe des moteurs, automatismes et points de commande pour les portails et portes de garage, et des solutions de sécurité.

Pour le secteur commercial, industriel et urbain, Access développe une gamme d'automatismes pour les grilles et rideaux de magasins et les portes de bâtiments industriels, ainsi que des solutions complètes de contrôle des accès urbains.



Connected Solutions

En accélérant la mise en œuvre de sa stratégie Connected Solutions, le groupe Somfy donne les moyens à ses marques de renforcer leur relation avec le consommateur final, tout en créant de nouveaux leviers de valeur pour ses clients professionnels.



Création d'une nouvelle Activité Connected Solutions

Avec la création en 2015 d'une organisation dédiée aux solutions connectées, Somfy accélère la mise en œuvre de sa stratégie de transformation digitale. Via la maîtrise des changements technologiques et de l'évolution des usages, la nouvelle Activité a pour mission d'intégrer la connectivité dans les offres et le digital dans les business models.



Élargissement de l'offre Maison Connectée Somfy

TaHoma 2.0, la solution domotique qui permet à chaque utilisateur de piloter un ensemble large d'équipements de la maison via un ordinateur ou un smartphone, confirme son statut de plateforme grand public la mieux intégrée au secteur de la maison. Elle a été complétée par de nouvelles offres :

- Connexoon, qui rend la connectivité très accessible en permettant au consommateur de connecter ses applications équipement après équipement, au gré de ses envies ou de ses moyens.
- TaHoma Serenity, une box centrée autour de l'alarme et de la protection de la maison, que l'on peut utiliser même si l'on n'est pas équipé de moteurs Somfy.

Des partenariats pour de nouveaux services

Cette offre est complétée par le développement de nouveaux services au travers d'une politique de partenariats avec des opérateurs.

Ainsi, un service de maintien à domicile a été développé aux Pays-Bas en partenariat avec Monitorling, une plateforme de services et de gestion et de gestion d'alertes.

Autre exemple, grâce à un partenariat avec Verisure (Securitas Direct), la box TaHoma Serenity pourra donner accès à des services de télésurveillance.

À terme, les solutions du groupe Somfy deviendront des infrastructures clés pour permettre aux opérateurs de services de desservir le monde de l'habitat.

Participer à la définition des standards de connectivité

En janvier 2015, Somfy a été la première entreprise européenne à intégrer le groupement industriel Thread, en tant que membre de son Conseil d'administration. L'initiative Thread regroupe aujourd'hui 230 membres dont Google, Samsung, Nest, Silicon Labs, ARM, FreeScale. Thread a pour mission de définir comment intégrer le protocole IP et connecter nativement différents équipements de la maison à internet. À travers cette participation, Somfy est présent activement dans la spécification des standards de connectivité de l'univers du bâtiment.



Développer les solutions connectées partout où Somfy est présent

Somfy a accéléré la commercialisation de TaHoma en EMEA avec un lancement en Italie, Espagne, Liban, Maroc et Grèce. L'objectif est de couvrir toute la zone EMEA d'ici fin 2016. Avec la création d'une Business Unit spécifique Asie-Amériques, Somfy se donne les moyens de développer des offres Solutions Connectées dans la plupart des grands marchés de la zone Asie-Amériques, et qui soient adaptées aux spécificités locales.



TaHoma

500 000

OBJETS CONNECTÉS

PLUS DE **15 000**
NOUVEAUX OBJETS CONNECTÉS /
MOIS

TAUX DE SATISFACTION
DES UTILISATEURS :

93 %

70 %

DES UTILISATEURS UTILISENT
TAHOMA QUOTIDIENNEMENT



3.

BETTER
LIVING
TOGETHER

To invent
new ways
of living
together

A man in a blue sweater is looking thoughtfully to the right in a meeting room. In the background, there is a whiteboard with some diagrams and text. The scene is overlaid with a semi-transparent geometric shape.

Accompagner la transformation

Avec le lancement en 2015 du projet managérial et humain Better Living Together, le Groupe se dote du cadre et des outils pour rendre son fonctionnement plus fluide, plus agile et plus simple. Une transformation nécessaire pour permettre à Somfy de relever les défis du futur.

Un pacte interne pour 2020

Durant la phase de construction du projet Better Living Together, les équipes des Ressources Humaines ont travaillé tout au long de 2015 pour intégrer les initiatives et les propositions des équipes et des managers proches du terrain.

Cinq axes de travail ont été définis, en lien avec les valeurs du groupe Somfy. Ils répondent à la question : en 2020, comment un manager Somfy travaillera et se comportera avec son équipe, ses pairs, son manager, son environnement ?

- **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 dûs, 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.



Les valeurs du Groupe Somfy

Audace **Respect** **Ouverture** **Proximité**



Innover dans notre fonctionnement

Les 5 axes de travail du projet Better Living Together ont été traduits en plans d'action par les équipes projet. Un certain nombre d'actions ont déjà été mises en place en 2015.



Les actions à l'échelle du groupe Somfy

Lancement d'une Académie Leadership & Management pour le middle management.

L'objectif est de fournir une boîte à outils très concrète, pour permettre aux managers de gérer toutes les situations de management auxquelles ils sont confrontés avec leurs équipes (700 à 800 managers concernés).

Définition d'un référentiel commun de compétences managériales.

Ce référentiel identifie et définit 8 compétences de management, en lien avec les 4 valeurs du Groupe. Il est utilisé de manière opératoire et cohérente lors des recrutements de managers, dans les évaluations annuelles, dans les grilles d'évaluation, pour identifier et faire évoluer nos talents.

Définition d'un nouveau processus d'évaluation de la performance individuelle et collective (APM – Annual Performance Management).

Le nouveau dispositif permet au management de s'assurer que les priorités stratégiques du Groupe et des principaux périmètres se déclinent en profondeur au sein de l'organisation. Il facilitera la coopération autour d'objectifs croisés et collectifs (inter-équipes, inter-métier achat-activité, objectifs projets).

Création d'un socle commun de protection des principaux risques décès/invalidité, avec une mise en œuvre adaptée aux critères des marchés locaux (Moyen-Orient, Europe du Sud, ...).

Les actions locales

- Les « Happy Places », qui visent à créer sur les lieux de travail des espaces de vie en commun favorisant l'échange et la convivialité.
- Une conciergerie et une maison d'assistance maternelle, sur les sites français.

48 %

LA MOBILITÉ INTERNE EN FRANCE

3 900

COLLABORATEURS INTÉGRÉS AU SYSTÈME D'INFORMATION RH

Les formations métier

619

STAGIAIRES

96

SESSIONS

Académies 2015

LEADERSHIP

& MANAGEMENT : **39**

PERSONNES DANS 2 SESSIONS

QUALITÉ : **56**

PERSONNES DANS 4 SESSIONS

Leadership Qualité

En 2015, Somfy a lancé les premiers chantiers de la nouvelle phase du projet Qualité Customer 1st, dont l'ambition est la transformation de la culture Qualité du Groupe.



Une nouvelle phase du projet Qualité Customer 1st

Customer 1st est au service du leadership qualité des marques Somfy et Simu. Il a pour finalité la transformation de la Culture Qualité de Somfy, et fixe l'ambition de faire de la Qualité l'un des piliers de l'identité du Groupe.

La nouvelle phase du projet a mobilisé une équipe projet transversale et pluridisciplinaire, incluant des managers clés de l'organisation et de tous les secteurs de l'entreprise. Elle a permis de lancer plusieurs chantiers opérationnels et a défini les objectifs, le contenu et les étapes de déploiement d'un nouveau Système de Management de la Qualité.

Lancement de 15 chantiers Qualité

Plusieurs chantiers opérationnels ont été mis en œuvre en 2015 : traitement des problèmes produits, amélioration continue et coopération avec les fournisseurs, création d'enquêtes de satisfaction clients avec un nouveau standard à l'échelle du Groupe (déploiement des 1^{ères} enquêtes en Allemagne).

Avec la refonte et la réécriture de 5 processus opérationnels Groupe, des chantiers plus structurants ont également été réalisés dans le cadre du déploiement du futur Système de Management de la Qualité.

Académie Qualité

Une Académie Qualité a été créée en 2014 pour aider les managers à identifier et développer les comportements qui contribueront à la transformation de la Culture Qualité, pour eux et leurs équipes. Elle est fondée sur la mise en scène de situations

réelles, afin d'aborder de manière concrète des pistes d'amélioration des comportements et des modes de fonctionnement. La formation de 85 managers permet de créer un réseau d'ambassadeurs Qualité.

Déploiement du dispositif AIC et de la méthode 8D

La méthode Animation à Intervalle Court institue des rituels de management permettant le pilotage de la performance et l'amélioration continue. L'AIC rythme la méthodologie de résolution des problèmes 8D et crée des rendez-vous d'animation de la performance à fréquence rapprochée. 230 personnes ont été formées à la méthode 8D, en France et à l'international. Ces méthodologies sont en cours de déploiement dans toutes les entités opérationnelles du Groupe.



La capacité de production du groupe Somfy à fin 2015

15 000 000

DE MOTEURS

8

SITES DE PRODUCTION :
2 EN FRANCE, 2 EN ITALIE, 1 EN TUNISIE,
2 EN CHINE, 1 EN POLOGNE

50

RÉSEAU DE PLUS DE
ENTREPÔTS LOGISTIQUES



Réduire notre empreinte environnementale

Agir sur les sites

En 2015, le groupe Somfy a poursuivi sa mise en place d'actions pour réduire les impacts environnementaux de ses sites. Quelques exemples :

- Création de zones de jardinage pour les employés, chez LianDa en Chine.
- Éclairage à LED dans les ateliers de l'usine de Sitem en Tunisie.
- Réduction des consommations d'énergie et de la production de déchets, dans l'usine Sopem en Pologne.
- Tri et réduction des déchets dans les zones de fabrication du site BFT en Italie, certifié ISO 14001.

EN FRANCE :

143

**ORDINATEURS PROFESSIONNELS
DES SALARIÉS, RÉUTILISÉS OU
RECYCLÉS SUITE À LEUR RENOU-
VELLEMENT**

150

**SALARIÉS ONT UTILISÉ LE SITE DE
COVOITURAGE DE SOMFY
EN HAUTE-SAOVIE**

10 %

**DE PRODUITS BIO ET LOCAUX ONT
ÉTÉ SERVIS AU RESTAURANT
D'ENTREPRISE DE SOMFY À
CLUSES (FRANCE)**



Le label Act for Green®

Pour répondre aux fortes attentes du secteur de la construction en matière de performance environnementale, Somfy a lancé en 2015 Act for Green®, la démarche volontaire d'éco-conception des produits Somfy. Elle vise à réduire leur impact environnemental au cours de leur cycle de vie, de l'extraction des matières premières jusqu'à leur traitement de fin de vie, en passant par la fabrication, l'utilisation et le transport.

Act for Green® répond à des exigences qui se déclinent selon plusieurs thèmes :

- la maîtrise des émissions de gaz à effet de serre, par des consommations électriques sobres et le choix de composants électroniques moins impactants,
- l'utilisation de matériaux recyclés et recyclables dans la composition des packagings,
- des matériaux sélectionnés pour leur faible nocivité sur la santé et l'environnement,
- la durabilité des produits,
- une déclaration des impacts environnementaux disponible conforme au programme PEP ecopassport®.

Ce nouveau label a déjà été appliqué en 2015 à 3 gammes de produits de la marque Somfy, le S&SO RS 100 et deux points de commande, Smooove RS100 et Situo io, et se généralisera progressivement à l'ensemble de ses gammes.

80 %

**DES PRODUITS SOMFY VENDUS
POSSÈDERONT LE LABEL ACT FOR
GREEN® EN 2018**

*Le programme PEP, élaboré par le secteur des industries électriques, définit une méthode standardisée pour réaliser des déclarations environnementales conformes aux règles de l'art internationales (ISO 14025 & ISO 14040s).



Renforcer notre engagement contre le mal logement

2015 est une belle année de consolidation du lien établi par la Fondation Somfy avec les associations de lutte contre le mal logement, et pour la plateforme de financement participatif des Petites Pierres.



Partenariat avec Emmaüs France

Dans le cadre de sa convention avec le mouvement Emmaüs, la Fondation Somfy intervient de deux façons : par du financement et par du mécénat de compétences, via le programme « Un Temps pour les Autres ». En 2015, la Fondation a apporté son soutien à un projet majeur pour Emmaüs, celui de la Communauté Emra (Emmaüs Mutualisation Rhône-Alpes), à Saint-André-le-Gaz en Isère. Emra gère une plateforme logistique pour tous les objets donnés dans la Région Rhône-Alpes, qui sont acheminés ensuite dans toute la France. Cette plateforme joue également un rôle important en termes d'insertion professionnelle. L'objectif du projet soutenu financièrement par la Fondation est d'agrandir la Maison des Compagnons, pour accueillir 10 Compagnons supplémentaires.



Association Lazare.

La Fondation Somfy déploie ses actions à l'international

En 2015, la Fondation Somfy a lancé au Brésil son programme international « A House is a Home ». En partenariat avec l'ONG Habitat for Humanity, la Fondation a rénové 12 logements dans la banlieue de Sao Paulo destinés à des mères célibataires. L'équipe de Somfy Brésil a été impliquée dans ce projet. Somfy s'est fixé l'objectif de déployer progressivement les actions de la Fondation à l'échelle du Groupe. En 2015, ce déploiement a été co-construit entre la Fondation et les managers de la zone EMEA. L'ambition est d'avoir dès 2016 un projet dans chaque BA.

Programme « Un Temps pour les Autres »

Le programme, qui permet aux collaborateurs de Somfy de participer sur le temps de travail à une journée d'action solidaire, continue de progresser : en 2015, 117 collaborateurs ont participé à 56 journées d'action solidaire.



Le Carteret, Lyon.



Centre d'hébergement d'urgence de l'association La Pierre Blanche sur le bateau « Je sers ».



Le Fonds de dotation Les Petites Pierres

Depuis sa création en novembre 2013, la première plateforme de financement participatif dans le domaine de l'accès à un habitat décent a permis d'aider à financer 54 projets, grâce à 650 000 euros apportés aux associations. En 2015, le Fonds de dotation a été consolidé par l'accueil de nouveaux projets, l'élargissement du socle des donateurs et la fidélisation des donateurs réguliers. Il a accueilli de nouveaux donateurs institutionnels, avec la

mise en place de 3 partenariats : ATBM (Autoroutes et Tunnel du Mont Blanc, Crédit Agricole des Savoie et Logic-Immo.com).

Le programme Les Petites Pierres consolide le lien avec les associations de l'habitat solidaire et joue un rôle déterminant dans le rayonnement de la Fondation Somfy en France.

Les Petites Pierres rassemble acteurs de terrain, donateurs et mécènes qui œuvrent ensemble pour agir plus efficacement contre le mal logement.

117

COLLABORATEURS SOMFY ONT PARTICIPÉ À

56

JOURNÉES D'ACTION SOLIDAIRE

54

PROJETS ONT ÉTÉ FINANCÉS PAR LES PETITES PIERRES DEPUIS FIN 2013, GRÂCE À

650 000

EUROS APPORTÉS AUX ASSOCIATIONS



Somfy SA
50, avenue du Nouveau Monde
BP 152 – 74 307 Cluses cedex – France
Tél : + 33 (0)4 50 96 70 00

www.somfy.com