
BETTER LIVING





**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 :

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

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 présent sur cinq continents, Somfy adapte ses offres aux attentes et aux spécificités de chacun de ses marchés.

Somfy a l'ambition de contribuer au développement de ses clients et de ses partenaires, en recherchant en permanence l'excellence de ses produits et services.



LES MARQUES DU GROUPE

somfy.

simu

BFT

Be ahead

automatizmesh



asa
Italians since 1980

MINGARDI®
THE REFERENCE FOR WINDOW AUTOMATION

neocontrol

DOOYA®

**TU
BE**

bononia
Match Tubstair®

NOTRE HISTOIRE

DEPUIS SA CRÉATION À LA FIN DES ANNÉES 1960, LE GROUPE SOMFY JOUE UN RÔLE PIONNIER DANS L'INDUSTRIE DE L'AUTOMATISATION DES OUVERTURES ET FERMETURES DU BÂTIMENT.

LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE REPOSE SUR LA VOLONTÉ D'ENTREPRENDRE DES HOMMES ET DES FEMMES QUI LA COMPOSENT, UN « SOMFY SPIRIT » MIS AU SERVICE D'UNE VISION : L'AMÉLIORATION DES CADRES DE VIE ACCESSIBLE AU PLUS GRAND NOMBRE D'UTILISATEURS.

1969

Création de Somfy à Cluses.

1984

Entrée dans le Groupe Damart à Roubaix (France).

1986

Création du réseau de clients installateurs, les Experts Somfy.

1987

Premières campagnes de publicité à la télévision, sur le marché français.

1990

Somfy rachète Simu, son principal concurrent.

Démarrage de l'Activité Stores d'intérieur.

2000

Premières ventes en Grandes Surfaces de Bricolage en France.

2002

Scission de Damart SA en Damartex SA et Somfy SA, détenues majoritairement par la famille Despature.

Damartex et Somfy sont cotés à la Bourse de Paris.

2004

Acquisition de BFT (Italie), spécialiste de l'automatisation des accès.

La part des moteurs radio dépasse celle des moteurs classiques.

2005

Joint-venture avec LianDa, fabricant de moteurs tubulaires, pour accéder au marché chinois.

2006

Ouverture d'un nouveau Centre Logistique à Bonneville (France).

Construction de l'usine SITEM en Tunisie.



2007

Somfy lance le programme Façades Bioclimatiques, qui répond au triple défi de la performance énergétique, de la réduction de l'impact environnemental et du confort des occupants du bâtiment.

2008

Création de Somfy Activités et Somfy Participations.

2011

Lancement du projet Qualité Groupe, Customer 1st.

Démarrage de la Fondation Somfy, qui a pour vocation de lutter contre le mal-logement.

2012

Création de l'Activité Home & Building.

Somfy entre au capital de Neocontrol, fabricant brésilien de domotique.

2013

La Fondation Somfy lance Les Petites Pierres, première plateforme de financement participatif pour l'accès à un logement décent.

2014

Scission entre les deux branches d'activités. Somfy Participations devient Edify.

Inauguration de deux usines: SOPEM en Pologne, et Dooya en Chine.

2015

Création de l'Activité Connected Solutions.

Lancement du label Act for Green, démarche volontaire d'éco-conception des produits Somfy.

2016

Formalisation et partage du Somfy Spirit, socle identitaire de Somfy qui décrit le modèle de développement du Groupe et définit ses principes d'organisation et de management.

CHIFFRES CLÉS 2016

CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS €

En 2016, le chiffre d'affaires de Somfy a progressé dans toutes les zones géographiques.



CROISSANCE À DONNÉES COMPARABLES



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT



PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ À L'ÉTRANGER



MOTEURS PRODUITS DEPUIS L'ORIGINE

166 000 000

BREVETS DÉPOSÉS EN 2016

41

BREVETS EN PORTEFEUILLE

2 007

NOMBRE D'ÉQUIPEMENTS CONNECTÉS

750 000

NOMBRE DE COLLABORATEURS

8 000

PAYS DANS LESQUELS SOMFY COMMUNIQUE EN TÉLÉVISION

20

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

Pierre Ribeiro
Directeur Général Finances

Jean-Claude Rivier
Industrie & Logistique

Guy Broutechoux
Direction Organisation Management

Denis Maugain
Marketing Stratégique

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

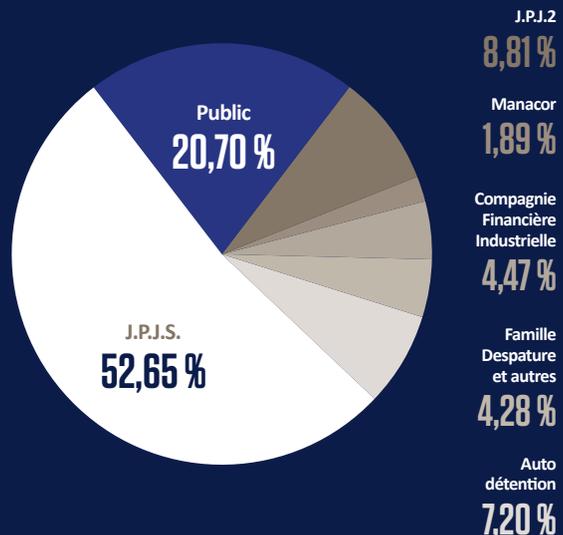
Somfy SA est une société à Directoire et Conseil de Surveillance cotée sur Eurolist d'Euronext Paris (Compartiment A, code ISIN FR 0000120495).

CAPITAL

Le capital au 31 décembre 2016 s'élève à 7 400 000,00 euros, divisé en 7 400 000 actions de 1 euro de nominal, entièrement libérées et toutes de même catégorie.

www.somfyfinance.com

RÉPARTITION DU CAPITAL (%) AU 31/12/2016



NOTRE PRÉSENCE DANS LE MONDE

58

PAYS

125

FILIALES

47

AGENCES & BUREAUX

8 000

COLLABORATEURS

1 — AMÉRIQUE DU NORD

140 COLLABORATEURS

Canada
États-Unis

2 — AMÉRIQUE LATINE

80 COLLABORATEURS

Argentine
Brésil
Colombie
Mexique

3 — EUROPE DU NORD

190 COLLABORATEURS

Belgique
Danemark
Finlande
Irlande
Norvège
Pays-Bas
Royaume-Uni
Suède

4 — FRANCE

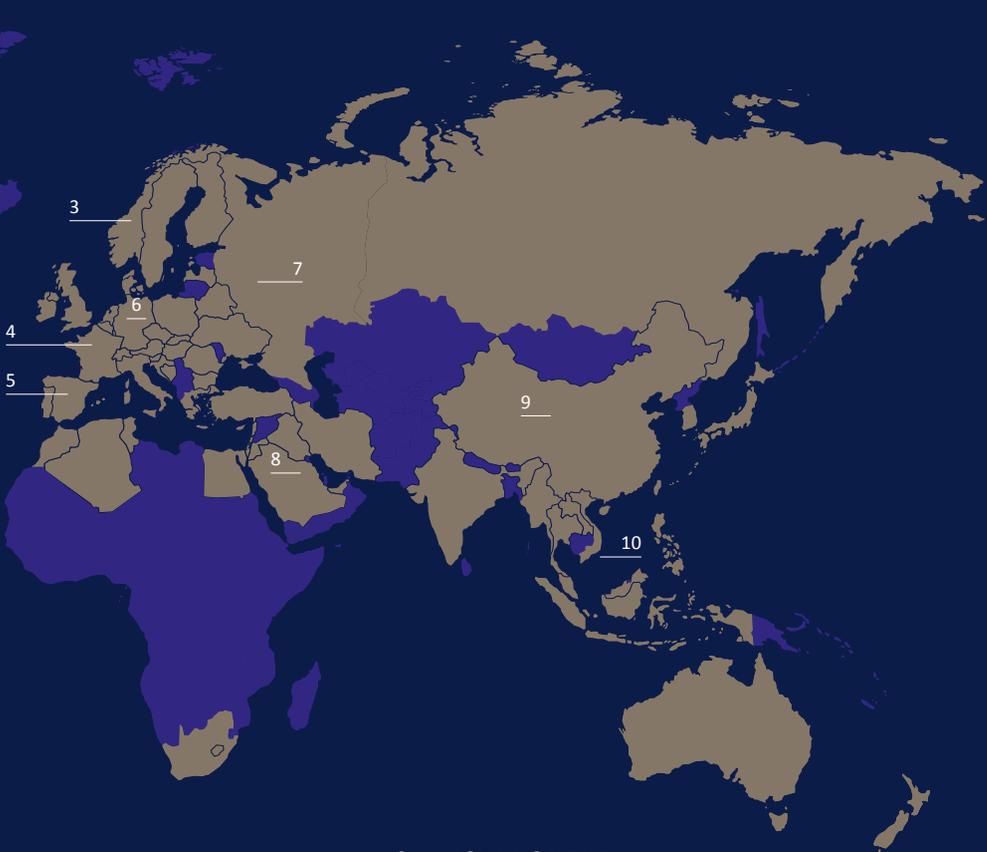
2 130 COLLABORATEURS

France

5 — EUROPE DU SUD

510 COLLABORATEURS

Bulgarie
Espagne
Grèce
Israël
Italie
Portugal



6 — EUROPE CENTRALE

350 COLLABORATEURS

Allemagne
Autriche
Suisse

7 — EUROPE DE L'EST

500 COLLABORATEURS

Croatie
Hongrie
Lettonie
Pologne
République Tchèque
Roumanie
Russie
Slovaquie
Ukraine

8 — MOYEN-ORIENT & AFRIQUE

1 100 COLLABORATEURS

Afrique du Sud
Algérie
Chypre
Égypte
Émirats Arabes Unis
Iran
Jordanie
Liban
Maroc
Tunisie
Turquie

9 — CHINE

2 800 COLLABORATEURS

Chine

10 — ASIE-PACIFIQUE

200 COLLABORATEURS

Australie
Corée
Hong-Kong
Inde
Indonésie
Japon
Malaisie
Nouvelle-Zélande
Philippines
Singapour
Taïwan
Thaïlande
Vietnam



OFFRE CONNECTÉE,
INNOVATION,
EXPÉRIENCE UTILISATEUR



**CONDUIRE
LA TRANSFORMATION
DE NOS MARCHÉS**

FAITS MARQUANTS 2016

INNOVATIONS

Avec le lancement de nombreuses innovations en 2016, Somfy contribue à faire de la **Maison Connectée** une réalité sur le marché, pour les utilisateurs comme pour les professionnels.

TaHoma 2.0 intègre de nouveaux équipements et de nouveaux services. Elle constitue par ailleurs une base technologique pour créer de nouvelles offres adaptées aux besoins des différents marchés: Connexoon pour les installateurs et les consommateurs qui ne souhaitent piloter qu'un type d'applicatif; Raye Din pour les électriciens...

Côté **Sécurité**, Somfy a développé plusieurs nouveaux produits pour étoffer une offre qui répond à l'aspiration de sérénité des consommateurs: Somfy One, solution tout-en-un qui intègre caméra, détecteur de mouvement et sirène; Opendoors, serrure connectée; caméra connectée avec Visidom.

END-USER EXPERIENCE

▶ Déploiement d'un nouvel outil CRM

Dans le cadre de sa stratégie de renforcement du lien avec le consommateur, Somfy a démarré le déploiement d'un nouvel outil de gestion de la relation clients.

Avec l'outil Salesforce, leader sur le marché du CRM, Somfy met ce projet au service de la promesse de la meilleure expérience client. Le lancement de cette solution a été préparé en interne dans une démarche collaborative intégrant une cinquantaine de collaborateurs des métiers de la vente et du marketing. Elle sera déployée dans 70 % des territoires EMEA en 2017.

▶ Le consommateur participe à l'innovation

Avec My Somfy Lab, Somfy lance une nouvelle plateforme web dédiée à la co-conception pour puiser son inspiration chez les utilisateurs finaux et concevoir ses futurs produits et services. L'objectif de cette plateforme est de partir du consommateur pour trouver des solutions, de confronter les nouvelles idées à la réalité du marché et de dénicher de nouveaux territoires d'exploration pour la marque.

DISTRIBUTION

▶ Marque Somfy : l'Europe Centrale franchit le cap des 200 M€ de chiffre d'affaires

Cet excellent résultat est notamment fondé sur la croissance solide du marché allemand. La stratégie de recherche avec une plus grande proximité avec l'uti-

lisateur final a porté ses fruits, notamment avec le lancement de l'activité de vente en ligne.

BUSINESS

▶ L'Activité Solutions Connectées

a continué de se structurer avec l'intégration de l'entité Access Security, et des entreprises MyFox, spécialiste des solutions connectées pour la sécurité de la maison et Opendoors, concepteur de serrures connectées.

Somfy a pris une participation majoritaire dans iHome, un intégrateur de solutions connectées dédiées à l'automatisation dans le résidentiel vertical. Créée en 2007 et active en Thaïlande, Malaisie et Singapour, iHome bénéficie d'un excellent ancrage en Asie du Sud-Est et a su développer un portefeuille de clients et un réseau de prescription solides.

MANAGEMENT

Dans un contexte de croissance forte et d'environnement complexe, Somfy a choisi de réaffirmer le socle fédérateur de son identité et sa manière de travailler avec ses équipes, ses partenaires et ses clients. L'esprit d'entreprendre et la quête de réalisation personnelle de chaque collaborateur définissent ce **Somfy Spirit** qui fonde le développement et le succès de Somfy depuis ses origines.

Le 28 septembre 2016, lors de l'événement interne « Somfy Spirit Day » qui a réuni en direct 30 filiales de distribution et les employés de Cluses, les collaborateurs du Groupe ont partagé ces valeurs.

DISTRIBUTION

EN 2016, LE GROUPE SOMFY EST EN CROISSANCE DANS TOUTES LES ZONES D'ACTIVITÉS. CES RÉSULTATS TÉMOIGNENT DE LA VITALITÉ DES NOUVEAUX TERRITOIRES (POLOGNE, RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, CHINE, TURQUIE, PAYS DU LEVANT) ET DU RESSORT DES MARCHÉS HISTORIQUES (ÉTATS-UNIS, ITALIE, PÉNINSULE IBÉRIQUE).

FRANCE

+6,9%

Grâce à des taux d'intérêt bas et aux politiques gouvernementales en faveur de la rénovation et du neuf, le marché de la construction a repris des couleurs en 2016. Dans ce contexte plus favorable, la stratégie de stretching du Groupe continue de porter ses fruits avec le développement de l'offre, le renforcement des canaux de distribution, et la croissance des ventes en ligne qui compense le léger repli en Grandes Surfaces de Bricolage. La croissance de la France est avant tout portée par les applications extérieures. Les ventes de Solutions Connectées augmentent de plus de 50 %.

EUROPE DE L'EST
+19,7%

Le niveau d'activité est soutenu dans tous les pays et pour toutes les marques. La forte croissance est tirée principalement par les

applications extérieures. Les solutions connectées progressent également. La Pologne et la République Tchèque bénéficient des bonnes performances enregistrées par les clients fabricants ainsi que du plan mis en place pour accélérer les ventes sur l'Access. En Russie, les efforts pour acquérir de nouveaux clients et l'approche volume portent leurs fruits, malgré un effet taux de change défavorable.

EUROPE DU NORD
+5,2%

Le taux de motorisation continue de progresser. Les produits d'intérieur enregistrent une belle performance, grâce au soutien du canal de ventes en ligne. Les résultats sont par ailleurs contrastés selon les pays. La Grande-Bretagne est impactée par les inquiétudes des consommateurs liées au Brexit. Les ventes progressent au Bénélux et en Suède, à l'inverse de la Norvège, en repli à l'image de son économie très dépendante du pétrole.

EUROPE DU SUD

+7,9%

Les ventes sont en progression dans tous les pays et sur l'ensemble des applications. Somfy se renforce sur les circuits courts de vente en ligne, avec le lancement de plusieurs sites, et en GSB. Les ventes des produits Access et Sécurité, composants clés de l'offre connectée, contribuent de plus en plus à la croissance. Une solide base clients et l'extension des gammes vers la valeur avec io dynamisent la croissance en Espagne mais aussi en Italie, qui réalise son chiffre d'affaires historiquement le plus élevé.



EUROPE CENTRALE

+7,6 %

En 2016, la marque Somfy a franchi le cap des 200 M€ de chiffre d'affaires en Europe Centrale. Un excellent résultat basé sur le renforcement de la relation clients et la croissance solide du marché allemand. La recherche d'une plus grande proximité avec l'utilisateur final a porté ses fruits, notamment avec le lancement de l'activité de vente en ligne. La croissance de la zone repose sur une stratégie équilibrée en volume et en valeur, assortie d'une bonne croissance de la Home Automation.

MOYEN-ORIENT & AFRIQUE

+15,7 %

Confronté à des environnements complexes, qu'ils soient économiques ou politiques, Somfy réalise de belles performances grâce à une stratégie volontariste. Les marques tactiques sont un excellent support à la croissance. Parmi les principaux contributeurs, les pays du Golfe promeuvent les ventes de produits d'extérieur sur le marché résidentiel, et les programmes de fidélisation des clients. La Turquie poursuit sa croissance, et le Levant renforce sa relation consommateur avec le démarrage de ventes directes dans le nouveau showroom.

← Les taux de croissance sont indiqués à données comparables sur la base du chiffre d'affaires par localisation des clients.



AMÉRIQUE DU NORD

+19,3 %

La croissance est portée par le marché des stores d'intérieur, qui enregistre une belle performance (+ 21,1 % pour la marque Somfy) grâce à un modèle de développement orienté « mass market ». Pour la première fois, une campagne digitale d'envergure a été menée pour développer ce marché prioritaire. Objectifs : construire la notoriété de la marque Somfy, faire connaître les bénéfices de la motorisation et créer du trafic vers les partenaires clés, notamment Springs.

AMÉRIQUE DU SUD

+9,9 %

Malgré un contexte économique difficile au Brésil, le développement du segment d'entrée de

gamme a permis à Somfy de rester compétitif. Une offre connectée a été lancée avec l'appui du Design Center local. Au Mexique, après un début d'année difficile, Somfy enregistre de meilleurs résultats sur la fin de l'année.

CHINE

+18,6 %

Le ralentissement économique a impacté l'activité de la marque Somfy en Chine (-12,2 %), 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 (+26,5 %), en captant les clients à la recherche de solutions plus compétitives sur le marché des Projets. LianDa réalise une excellente année et est désormais profitable de façon structurelle, complétant l'offre du Groupe au service de la stratégie multimarques et multi-applicative.

ASIE-PACIFIQUE

+7,2 %

Les performances du Groupe sont contrastées sur ce territoire. Les pays émergents enregistrent une croissance faible, tandis que les pays matures continuent de se développer plus rapidement. Ainsi l'Australie réalise une excellente année (+12,2 %), dynamisée par les applications intérieures, de même que le Japon grâce au marché des applications extérieures.

HOME & BUILDING

L'Activité Home & Building a réalisé une croissance soutenue en 2016. Elle repose sur le développement de l'offre io et l'impact des innovations produits.



UNE ACTIVITÉ EN CROISSANCE SUR TOUS LES SEGMENTS

+10,3 %

Croissance
de l'Activité
Home & building

+9,7 %

Applications
extérieures

+14,7 %

Applications
intérieures

LA CONNECTIVITÉ PROGRESSE

▶ **Dans la zone EMEA**, plus de 90 % de l'offre Home & Building est aujourd'hui disponible en versions RTS, Wirefree et connectée (io). En 2016, les solutions io ont enregistré une forte accélération de leurs ventes sur ce territoire.

▶ **En Asie-Pacifique**, où le marché des stores d'intérieur prédomine, la Connectivité s'impose comme l'une des conditions clés pour faire décoller le taux de motorisation des applications d'intérieur, avec des solutions simples et accessibles.

← Les taux de croissance
sont indiqués à
données comparables.

► **Aux États-Unis**, un partenariat avec le fabricant Springs a permis de lancer MyLink, une solution plug & play d'accès à la motorisation qui remporte un grand succès.

LE SUCCÈS DES INNOVATIONS

Perçu comme une innovation majeure à la fois par les clients professionnels et les utilisateurs finaux, **Smart & Smooth**, le premier moteur tubulaire 100 % connecté, monte en puissance sur le marché européen. La télécommande **Nina** continue d'être déployée avec succès sur un nombre croissant de pays en Europe. Sur le marché de la motorisation des produits d'intérieur, en résidentiel et en tertiaire, Somfy a renforcé sa position de leader du segment des moteurs silencieux, en complétant son offre par le moteur **Ultra Quiet**, le plus puissant et le plus silencieux du marché. Le moteur pour rideaux **Iriso Wirefree**, co-développé en partenariat avec le fabricant Sedar (Dubai) a été lancé dans le monde entier.

LE CONSOMMATEUR AU CENTRE DE LA DÉMARCHE

Depuis 2015, Somfy a réorienté toute sa stratégie autour de l'expérience utilisateur et du renforcement du lien avec le consommateur, que ce soit via des contacts directs ou à travers son réseau de clients et partenaires. Le déploiement d'un nouvel outil de Gestion de Relation Client a permis de renforcer la coopération au sein des équipes Somfy au service de la satisfaction client.



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 ET D'EXTÉRIEUR, VOLETS ROULANTS ET BATTANTS.

POUR LE TERTIAIRE
L'ACTIVITÉ DÉVELOPPE ÉGALEMENT DES SOLUTIONS POUR LA FAÇADE HAUTE PERFORMANCE UTILISANT DES TECHNOLOGIES OUVERTES OU FERMÉES.

ACCESS

La poursuite de la stratégie multimarques porte ses fruits et l'Activité Access réalise une croissance de + 8,9 %.



PERFORMANCE

+8,9 %

Croissance de l'Activité Access, à données comparables

UN PORTEFEUILLE 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 a réalisé en 2016 des performances supérieures à celles du marché et accru sa présence dans les canaux professionnels et dans les canaux directs. Dans les pays à fort potentiel de croissance, l'Europe de l'Est et le Moyen-Orient, Somfy a accéléré fortement son développement.

Plusieurs nouveautés ont été lancées en visiophones & caméras :

- **caméras de surveillance Visidom** (3 caméras IC100 / ICM100 / OC100),
- **Visiophone V100**, nouvelle entrée de gamme de l'offre Visiophone plug & play,
- **gamme VsystemPRO**, une offre visiophone réservée aux installateurs.

► **BFT**

En 2016, le chiffre d'affaires de BFT est en croissance de +5,8 % à données comparables. Après plusieurs années difficiles, le marché français lance des signaux particulièrement encourageants à la suite d'une réorganisation de l'entreprise. La situation est identique sur le marché italien, avec une hausse des ventes chez les grossistes de matériel électrique. En 2016, BFT a lancé Giuno, automatisme à battant hydraulique, les versions en 230 du produit iconique Deimos et la deuxième version du logiciel U-Base permettant de programmer et de gérer les installations en wifi et en déporté. BFT a augmenté sa visibilité en participant à Intertraffic Amsterdam 2016 et grâce aux événements « Innovation in tour », au cours desquels les installateurs ont pu interagir avec les produits BFT grâce aux outils d'interconnectivité développés par l'entreprise.

► **Pujol**

Pujol continue sa croissance, grâce à de très bonnes performances sur les marchés export, en particulier dans les pays du Maghreb, et une bonne évolution dans les marchés domestiques, notamment l'Italie. Cette croissance s'appuie principalement sur les ventes des moteurs centraux pour rideaux commerciaux, et de l'électronique et accessoires complémentaires.

► **Simu**

Grâce à une présence accrue sur le terrain, la Business Unit ICC (fermetures industrielles et commerciales) a entretenu un lien fort avec ses filiales et ses clients. Ces différentes visites et formations clients ont porté leurs fruits, notamment sur les moteurs centraux et dans les Business Areas Moyen-Orient, Europe Centrale et Europe du Sud.

LA CONNECTIVITÉ EN MARCHÉ

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.

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

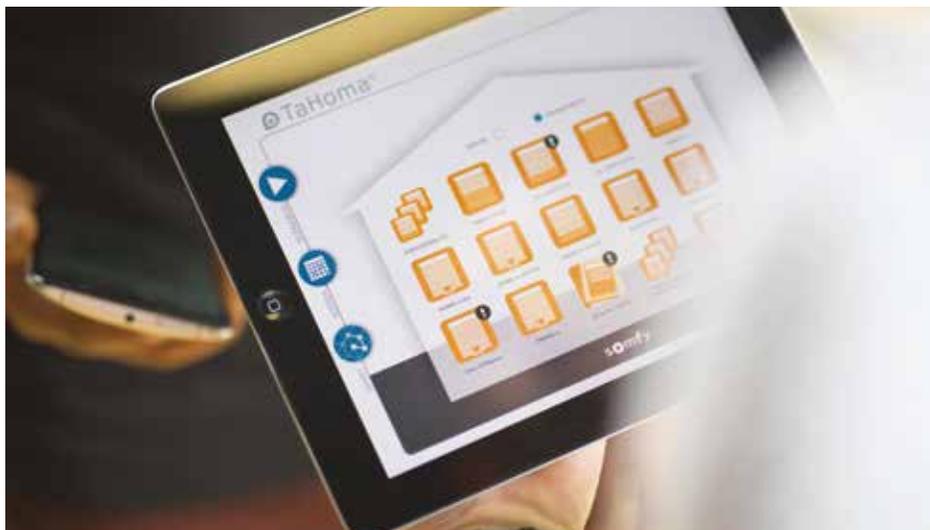
ACCESS DÉVELOPPE UNE GAMME D'AUTOMATISMES POUR LES GRILLES ET RIDEAUX DE MAGASINS ET LES PORTES DE BÂTIMENTS INDUSTRIELS, AINSI QUE DES SOLUTIONS COMPLÈTES DE CONTRÔLE DES ACCÈS URBAINS.



► **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.

CONNECTED SOLUTIONS

Synonymes de bénéfices essentiels et concrets en termes de confort et de sécurité, les Solutions Connectées renouvellent la relation entre Somfy et le consommateur, tout en dynamisant la croissance de toutes les entités du Groupe.



ACCÉLÉRATION DE LA CONNECTIVITÉ

+17,3 %

Croissance de l'Activité Connected Solutions (hors moteurs), à données comparables

62 000

boxes connectées dont plus de 30 000 en 2016

750 000

près de 750 000 équipements connectés dont 320 000 en 2016

LE DIGITAL TRANSFORME L'INDUSTRIE DE LA MAISON

► La transformation digitale change la donne de l'industrie du bâtiment et de la maison : de plus en plus, ses acteurs se tournent vers le client final et pensent service plutôt que projet ou produit. Dans ce contexte de transformation, le marché de la maison connectée prend de la substance car synonyme de bénéfices concrets pour le consommateur en termes de confort, de sécurité ou d'économies d'énergie. La demande pour les solutions connectées devient plus mature dans de nombreux territoires. 320 000 nouveaux équipements ont été connectés en 2016, et 30 000 boxes ont été installées. L'offre connectée Somfy est désormais disponible dans 25 pays. Somfy s'appuie sur la dynamique des solutions connectées pour renforcer

TAHOMA

91%

c'est le taux de satisfaction des utilisateurs

70%

des utilisateurs l'utilisent quotidiennement

son lien direct avec les utilisateurs. Et réinvente ainsi sa stratégie historique push/pull consistant à donner envie aux consommateurs de demander de nouveaux équipements aux acteurs professionnels.

DES SOLUTIONS DE CONNECTIVITÉ POUR L'ENSEMBLE DES ACTIVITÉS DU GROUPE

► En 2016, l'Activité Connected Solutions a continué de se structurer avec l'intégration des entreprises MyFox, spécialiste de la sécurité connectée de la maison, et Opendoors, concepteur de serrures connectées. L'entité Access Security (alarmes, caméras, portiers vidéo), convergeant sur les mêmes enjeux, a rejoint l'Activité en fin d'année, ce qui porte le nombre de nouveaux collaborateurs à 110 en 2016. Organisées en Business Units légères, les équipes opèrent dans un esprit « start up », pour fournir des outils de connectivité à l'ensemble des entités du Groupe et développer de nouveaux business dans les domaines de la sécurité, du confort et des économies d'énergie pour les utilisateurs de la maison.



L'ESPRIT START-UP

L'ACTIVITÉ CONNECTED SOLUTIONS A POUR MISSION DE FOURNIR LES OUTILS DE CONNECTIVITÉ POUR L'ENSEMBLE DES ENTITÉS DU GROUPE (ACTIVITÉS, TERRITOIRES...). ELLE DÉVELOPPE PAR AILLEURS DE NOUVEAUX BUSINESS AUTOUR DES BÉNÉFICES DE SÉCURITÉ, DE CONFORT ET D'ÉCONOMIES D'ÉNERGIE, EN LIEN AVEC LE CŒUR DE MÉTIER DE SOMFY.

En 2016, elles ont contribué activement à la politique d'innovation du Groupe.

► **Somfy** continue par ailleurs de renforcer sa présence au sein des alliances technologiques et industrielles (Thread, ZigBee, Open Connectivity Foundation) qui définissent les protocoles de la maison connectée de demain. Cette participation permet à Somfy de défendre au sein de ces standards les besoins spécifiques à ses applicatifs.

2016, UNE ANNÉE D'INNOVATIONS

► **TaHoma** propose un nouveau design de box (V2), une nouvelle interface sécurité (« Serenity ») accessible à tous, et des compatibilités natives élargies avec les offres du Groupe ou de partenaires représentant un vrai avantage concurrentiel. À noter : 70 % des utilisateurs utilisent quotidiennement TaHoma et 60 % acquièrent d'autres solutions Somfy par la suite.

► **Connexoon** offre un premier niveau de box domotique pour connecter ses équipements motorisés io. Avec 30 % des boxes vendues, il remporte un franc succès dès sa première année !

Somfy a par ailleurs élargi sa gamme Sécurité avec **Visidom**, nouvelle offre de caméras connectées, et la **serrure connectée**.

L'enrichissement de l'offre Somfy avec les gammes MyFox sera effective au second trimestre 2017, avec notamment le lancement du Somfy One, système de sécurité tout-en-un, primé en janvier dernier au CES de Las Vegas.



PROJET COLLECTIF,
AGILITÉ,
AMÉLIORATION
CONTINUE

**CULTIVER LA VOLONTÉ
D'ENTREPRENDRE**

RESSOURCES HUMAINES

LA TRANSFORMATION MANAGÉRIALE EN MARCHÉ

2016 a été une année de changement qui a vu Somfy réaffirmer ses valeurs et mettre en œuvre les bases de sa transformation managériale.

INCARNER ENSEMBLE LE SOMFY SPIRIT

► **Le 28 septembre 2016**, 30 filiales ont participé au lancement mondial du Somfy Spirit, un événement qui a consisté à partager avec tous les collaborateurs de Somfy le sens de la culture originelle de Somfy et les principes d'organisation et de management qui ont fondé son succès. Deux autres événements ont été organisés : en octobre avec BFT, Simu et WAY, et en novembre avec les sites industriels.

Alors que l'entreprise connaît une croissance forte dans un environnement complexe, Somfy a choisi de réaffirmer le socle fédérateur de son identité et sa manière de travailler et d'interagir avec ses équipes, ses partenaires et ses clients. L'esprit d'entreprendre et la quête de réalisation personnelle de chacun grâce au projet collectif définissent l'essentiel du Somfy Spirit.

SOMFY SPIRIT

30 pays ont participé en multiplex au Somfy Spirit Day de septembre

17 L'édition Somfy Spirit a été traduite en 17 langues



LE DIGITAL AU SERVICE DE LA TRANSFORMATION MANAGÉRIALE

► **Parce que le digital change profondément la manière de travailler** au sein de l'entreprise, Somfy s'est doté d'une nouvelle Direction Organisation & Management. Elle rassemble tous les leviers nécessaires : Ressources Humaines, Systèmes d'information et Communication interne, au service de la transformation managériale. En associant pratiques managériales fondées sur la confiance et la subsidiarité, et technologies digitales collaboratives respectueuses des individus, Somfy se donne ainsi les moyens de développer la responsabilisation, l'agilité, l'audace, et donne à chaque collaborateur l'opportunité de s'accomplir dans son activité professionnelle.

INDUSTRIE

UNE ORGANISATION AGILE AU SERVICE DE LA CROISSANCE

En 2016, l'outil industriel devient plus agile et poursuit son internationalisation.



INNOVATION ET AMÉLIORATION CONTINUE À CLUSES

► Avec le projet de transformation de l'usine de Cluses démarré en 2015, le site de production historique est devenu le centre de lancement et de montée en puissance des innovations du Groupe. Des objectifs clairs ont été définis et partagés avec l'ensemble des équipes. Ils ont permis d'améliorer la performance globale du site en termes de sécurité des personnes, de qualité des produits, de respect des délais et d'optimisation des coûts.

La transformation s'est traduite également par un pilotage au plus proche du terrain, la gestion des projets en équipes pluridisciplinaires, un outil méthodologique unique et partagé par tous, la méthode de résolution de problèmes 8D. Ces changements ont généré un nouvel état d'esprit, plus agile et entièrement tourné vers l'innovation, garantissant la montée en cadence des nouvelles gammes, dans le respect des délais.

CAPACITÉ DE PRODUCTION DU GROUPE SOMFY

> **20 000 000** de moteurs /an

8 sites de production :
2 France, 2 Italie, 1 Tunisie,
2 Chine, 1 Pologne

50 Réseau de plus de 50
entrepôts logistiques

POURSUITE DE L'INTERNATIONALISATION

► Inaugurée en 2014, l'usine de SOPEM (Pologne) a pour vocation d'accompagner la croissance en volume du groupe Somfy et de répondre à la forte croissance de l'activité en Europe de l'Est et en Europe Centrale. Elle a continué en 2016 de monter en puissance, avec le démarrage de nouvelles lignes qui ont permis au site d'atteindre une production de 1,4 M de moteurs par an.

► Somfy a ouvert par ailleurs un centre logistique en Pologne, destiné aux marchés d'Europe de l'Est.

QUALITÉ

TRANSFORMATION DE LA CULTURE QUALITÉ

Le projet Customer 1st est entré dans une nouvelle phase, avec le déploiement des chantiers et la mise en œuvre du Système de Management de la Qualité.

S'INSCRIRE DANS UNE DÉMARCHE D'AMÉLIORATION CONTINUE

► **Les rituels de management AIC** (Animation à Intervalle Court), déjà adoptés par les usines et la Logistique, ont été étendus à certaines fonctions administratives et aux filiales française et allemande. Accompagnés de la méthode de résolution de problèmes 8D, ils permettent à chaque équipe de définir ses indicateurs de performance, et de progresser dans une démarche d'amélioration continue.

ACADÉMIE QUALITÉ

► **Créée en 2014**, l'Académie Qualité aide les managers à identifier et développer les comportements qui contribueront à la transformation de la Culture Qualité. Elle a donné naissance à un réseau qui rassemble aujourd'hui plus de 130 ambassadeurs Qualité. Des managers de tous horizons (filiales, Activités, sites industriels, R&D...) ont participé à la première Académie Internationale, organisée en Pologne en octobre 2016.

110

managers ont suivi l'Académie Qualité depuis 2014

< 12 000

Les retours 5 ans moteurs sont inférieurs à 12 000 ppm



CUSTOMER 1ST CHALLENGE

► **Pour expliquer les étapes** et les enjeux du nouveau Système de Management de la Qualité, rien de mieux qu'un jeu ! Somfy a lancé en novembre un roadshow, le Customer 1st Challenge : autour d'un *serious game*, techniciens, cadres et managers se réunissent en AIC et jouent en équipe pour relever divers défis et améliorer le leadership de Somfy.

SOMFY À LA RECHERCHE DE CLIENTS TRÈS SATISFAITS

► **En 2016**, Somfy a travaillé sur la mise en place d'une nouvelle mesure de la fidélité et de la loyauté des clients, le « **Customer Net Promoter Score** ». Une première enquête de satisfaction a été menée en France, Allemagne, Autriche et Suisse. 16 enquêtes seront réalisées en 2017 dans différents pays. Elles vont permettre à Somfy de mieux comprendre les besoins clients pour répondre à leurs attentes et mieux les anticiper.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

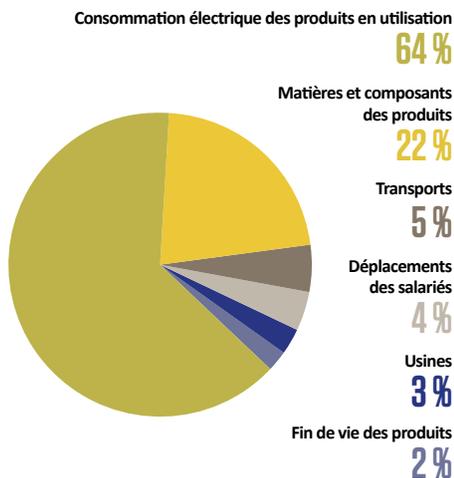
AGIR SUR LES SITES

- ▶ En 2016, le groupe Somfy a poursuivi la réduction des impacts environnementaux de ses sites.
 - Mise en place d'actions en faveur de la mobilité douce.
 - Camion circulant au gaz entre les sites français.
 - Sur les sites de SITEM en Tunisie et de SOPEM en Pologne, un éclairage à LED a permis de réduire de 60 % la consommation d'électricité.

138 ordinateurs ont été réutilisés ou recyclés suite à leur renouvellement en France

16 % de produits bio et locaux ont été servis au restaurant d'entreprise de Somfy à Cluses (France)

RÉPARTITION DE L'EMPREINTE CARBONE DE SOMFY



LE LABEL
ACT FOR GREEN®

- ▶ Somfy a lancé en 2015 le label Act for Green®, démarche volontaire d'éco-conception des produits Somfy. Les critères Act for Green® découlent de la volonté de Somfy de réduire ses impacts environnementaux :
 - maîtrise des émissions de gaz à effet de serre, par des consommations électriques sobres et le choix de composants électroniques moins impactants,
 - utilisation de matériaux recyclés et recyclables dans la composition des packagings,
 - matériaux sélectionnés pour leur faible nocivité sur la santé et l'environnement,
 - durabilité des produits,
 - déclaration des impacts environnementaux disponible conforme au programme PEP ecopassport*.

60 % des produits Somfy vendus posséderont le label Act For Green® en 2018

7 En 2016, 3 nouveaux produits labellisés Act for Green® ont été lancés sur nos marchés, ce qui porte à 7 le nombre de produits Somfy labellisés



*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).

FONDATION SOMFY

UNE ACTION CITOYENNE QUI REPOSE SUR LA SOLIDARITÉ

En 2016, la Fondation Somfy poursuit son action citoyenne de lutte contre le mal-logement et pour le mieux vivre ensemble.

OUVERTURE SUR L'INTERNATIONAL

► **Fondée en 2011**, la Fondation Somfy est aujourd'hui un mécène à part entière, tant en termes d'apports financiers qu'humains. Ces leviers d'action sont mis au service des deux programmes portés par la Fondation : la plateforme participative Les Petites Pierres, et le programme A House is A Home, qui s'est consolidé en 2016.

LES PETITES PIERRES

► **Les Petites Pierres** (www.lespetitespierres.org) est une plateforme de crowdfunding solidaire qui double les dons. Elle permet à chacun de faire un don à des projets associatifs dans le domaine de l'accès à un habitat décent. En 2016, 47 nouveaux projets ont été financés sur Les Petites Pierres grâce à la générosité du public, abondée par le groupe Somfy, avec un total de 511 633 € collectés par les associations.

A HOUSE IS A HOME

► **La problématique du mal-logement** est présente dans le monde entier. En tant qu'entreprise internationale, Somfy souhaite apporter sa propre contribution pour permettre au plus grand nombre d'avoir accès à un habitat décent. Le programme A House is A Home, lancé en France et au Brésil en 2015, s'est ainsi ouvert à 8 nouveaux territoires en 2016 (Allemagne, Espagne, Belgique, Liban, Pologne, Chine, États-Unis, Australie).

L'IMPLICATION DES SALARIÉS

► **Par son engagement citoyen**, la Fondation Somfy concrétise les valeurs de responsabilité, d'ouverture et de respect de l'entreprise. Le mécénat humain, mis en place en France, a permis en 2016 d'apporter aux associations les compétences de 165 collaborateurs, au cours de 62 journées d'action solidaires.

100 Depuis 2013, 100 projets ont été financés par Les Petites Pierres

1 234 000 euros ont été apportés aux associations



Association Quatorze.

SPONSORING

UN ENGAGEMENT GAGNANT DANS LA DURÉE

Partenaire de la Fédération Française de Ski, Somfy soutient l'équipe de France de Biathlon depuis 2005, et de l'ensemble du ski nordique depuis 2014.



← Martin Fourcade, le meilleur biathlète de sa génération.

SPONSOR DU SKI NORDIQUE ET DE SES TALENTS

- En 2016, l'entreprise a développé ses actions de sponsoring autour de trois grands thèmes :
 - le partenariat officiel des équipes de France de ski nordique,
 - le sponsoring de trois champions de biathlon : Martin Fourcade, Marie Dorin-Habert et Simon Fourcade,
 - et le parrainage de jeunes talents, dans le cadre du Programme Somfy Ski Talents.

UNE PASSION PARTAGÉE PAR LES COLLABORATEURS

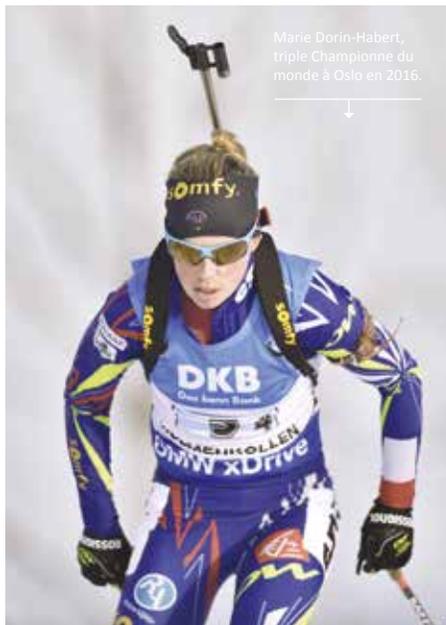
Engagé dans le sponsoring sportif du ski nordique pour les salariés nombreux à pratiquer les sports de montagne, Somfy exprime ainsi son ancrage montagnard et son attachement aux valeurs sportives d'endurance, de précision et d'humilité. Chaque année, les salariés partagent des moments privilégiés avec les sportifs, à l'entraînement, pendant les compétitions ou lors du Somfy Ski Challenge. Et le 10 mai 2016, pour la clôture de la saison, plus de 1000 salariés ont célébré un moment exceptionnel avec « leurs » champions !

BIATHLON

UNE MOISSON DE MÉDAILLES OLYMPIQUES

PAR ORDRE CHRONOLOGIQUE

- ▶ **Raphaël Poirée**
Argent Poursuite, Bronze en Relais 2002 –
Bronze en Relais 2006
- ▶ **Florence Baverel**
Or Sprint, Bronze en Relais 2006
- ▶ **Vincent Defrasne**
Bronze en relais 2002 –
Or Poursuite, Bronze en Relais 2006
- ▶ **Vincent Jay**
Or Sprint 2010
- ▶ **Marie Dorin-Habert**
Bronze Sprint, Argent en Relais 2010
- ▶ **Marie-Laure Brunet**
Bronze Poursuite, Argent en Relais 2010
- ▶ **Martin Fourcade**
Argent Mass Start 2010 – Or Poursuite,
Or 20 km, Argent Mass start 2014



DES PERFORMANCES EXCEPTIONNELLES POUR LA SAISON 2015-2016

BIATHLON

Championnats du Monde (Oslo – Norvège)

6 titres de Champion(ne) du Monde :
Individuel et Mass start Dames, Individuel,
Sprint et Poursuite Hommes, Relais mixte.

4 titres de Vice-Champion(ne) du Monde
(Sprint, Individuel et Relais Dames,
Mass start Hommes)

1 médaille de bronze
(Poursuite Dames)

Coupe du Monde

37 podiums
dont 17 victoires

5 globes de cristal
(Général, Poursuite, Sprint, Individuel
et Mass start Hommes)

SKI DE FOND

Coupe du Monde

14 podiums
dont 3 victoires

Championnats du Monde des - 23 ans (Rasnov – Roumanie)

1 titre de Champion du Monde
(Sprint Hommes)

1 titre de Vice-Champion du Monde
(15 km Libre Hommes)

2 médailles de Bronze
(15 km Libre et Sprint Hommes)

COMBINÉ NORDIQUE

Coupe du Monde

1 podium

SOMFY 

SOMFY SA
50, AVENUE DU NOUVEAU MONDE
BP 152 - 74307 CLUSES CEDEX - FRANCE
TÉL : + 33 (0)4 50 96 70 00
WWW.SOMFY.COM