



SOMFY^s
BETTER LIVING FOR ALL

Smart living

Rapport d'activité 2017

Ouvrir la voie au Smart Living pour tous

Partout dans le monde, les habitants s'approprient les nouvelles technologies et les intelligences complémentaires des acteurs du bâtiment pour améliorer leur qualité de vie dans l'habitat : pour voir et agir à distance depuis leur smartphone ; rester connectés à leur famille ; laisser les équipements interagir à leur place en toute sérénité.

**Cette nouvelle façon d'habiter nos maisons,
nos logements collectifs, nos bureaux,
c'est ce que nous appelons le Smart Living.**

C'est pourquoi Somfy conduit l'amélioration des cadres de vie en innovant par les usages – de confort, de sécurité, d'économie d'énergie. Et accélère, grâce à sa stratégie d'ouverture, l'interopérabilité entre tous les équipements de l'habitat et avec les nouveaux modes de pilotage – la voix, la robotique.

En 2017, Somfy fait un peu plus entrer tous les habitants dans l'ère du Smart Living.



confort

AMÉLIORER SA QUALITÉ DE VIE grâce au Smart Living n'est pas l'apanage des propriétaires de maison. Depuis deux ans, il investit l'habitat collectif vertical grâce à des contrats avec des acteurs majeurs de l'immobilier qui choisissent TaHoma® pour sa grande flexibilité d'usages. À compter de 2018, la société française Nexity crée pour les propriétaires et locataires de ses logements sa propre App de services gérés par TaHoma®. Outre le pilotage des motorisations Somfy et des équipements de 18 autres marques de l'habitat partenaires (éclairage, chauffage, son...), Nexity y ajoute ses propres usages. Les habitants peuvent, par exemple, communiquer avec leurs voisins et rester connectés avec leur quartier.

Cette personnalisation des usages de TaHoma® aux besoins de clients professionnels est rendue possible grâce à l'ouverture par Somfy des Interfaces de Programmation Applicative (API) de ses produits.



sécurité

DÉTECTEUR DE MOUVEMENT, caméra full HD avec vision nocturne et son, sirène : avec Somfy One, plus besoin de multiplier les équipements pour protéger efficacement son appartement. Ce petit boîtier connecté tout-en-un fait tout. Quant aux services de sécurité associés (télésurveillance, intervention, gardiennage...), ils s'activent en quelques clics – et sans engagement – depuis l'App associée de son smartphone. Rapide à installer – en 5 minutes – Somfy One est aussi très simple à utiliser. Pour recevoir photo et vidéo en cas d'alerte. Vérifier en direct que tout va bien à son domicile. Préserver son intimité grâce au volet de fermeture qui s'actionne automatiquement quand l'habitant rentre chez lui.

Somfy One a reçu deux prix de l'innovation au CES 2017 et est commercialisé depuis mai. Il est aussi pilotable à la voix grâce à sa compatibilité avec l'assistant Amazon Echo.



économie d'énergie

LA MOITIÉ DES THERMOSTATS programmables ne sont jamais utilisés car jugés trop complexes. C'est pourquoi le thermostat connecté lancé par Somfy en septembre 2017 simplifie au maximum le confort et la vie des habitants. Par son mode tactile, déjà, qui permet de régler au toucher la température souhaitée. Malin, ce thermostat autoapprend de son environnement (taux d'humidité de la pièce, inertie thermique du logement) pour se caler sur la température réellement ressentie et proposer des scénarios d'économie d'énergie. Et grâce à la géolocalisation du smartphone de l'habitant, les équipements de chauffe se mettent en mode éco lorsque la maison est vide.

Interopérable avec les volets roulants – pour une protection thermique renforcée – ce thermostat connecté pilote les équipements de chauffe de huit grandes marques et pour toutes les sources d'énergie. Il a reçu un prix de l'Innovation au CES 2018.

Interview de Jean Guillaume Despature

Président du
Directoire de Somfy

“

Pour développer
le Smart Living,
Somfy va innover
par les usages de
confort, de sécurité
et d'économie
d'énergie.

+10,3%

Progression du chiffre d'affaires Groupe
à données comparables

+65%

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

2M

d'équipements connectés aux
plateformes Somfy pour la maison



JEAN GUILLAUME DESPATURE,
PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DE SOMFY



DÉSORMAIS, SOMFY CONDUIT L'AMÉLIORATION DES CADRES DE VIE EN INNOVANT PAR LES USAGES DE SMART LIVING. POURQUOI ?

Le Smart Living correspond à une tendance sociétale qui impacte profondément nos modes de vie. Avec l'avènement du digital, nous avons pris l'habitude de savoir en temps réel ce qui se passe à notre domicile, de partager nos instants de vie comme d'agir sur nos équipements alors que nous sommes à des milliers de kilomètres. Nos comportements changent et nous aurons demain des exigences beaucoup plus fortes vis-à-vis du bâtiment. Il devra interagir toujours plus et mieux avec son environnement extérieur, le climat, le quartier, le coursier qui vient livrer nos courses... Pour Somfy, apporter ces solutions aux occupants des bâtiments implique de rendre nos équipements toujours plus intelligents, notamment en les rendant interconnectés, ouverts et intuitifs. Mais le plus important est de passer des multiples usages possibles aux comportements adaptés pour chacun. Nous avons à relever le défi de l'appropriation et de la personnalisation des usages par chaque utilisateur. C'est ainsi que Somfy entend contribuer au Smart Living.

QUEL RÔLE JOUE VOTRE STRATÉGIE D'OUVERTURE DANS LE DÉVELOPPEMENT DU SMART LIVING ?

C'est un levier de facilitation indispensable, puisque l'épanouissement du Smart Living repose sur la convergence de toutes les intelligences du bâtiment qui seront, je le rappelle, décentralisées. C'est ce qui nous amène, en 2018, à accélérer notre ouverture à de nouveaux partenaires, que ce soit avec d'autres industriels du bâtiment – pour élargir l'interopérabilité entre toutes nos familles d'équipements –, comme avec les principales plateformes de contrôle vocal et de services du marché – pour faciliter les interactions entre l'habitant et ses équipements connectés. Nous ouvrons également nos API* afin de permettre à tous les acteurs qui le souhaitent d'intégrer le pilotage de nos équipements dans leurs propres offres.

APRÈS UNE ANNÉE DE DÉPLOIEMENT, QUELS SONT LES RÉSULTATS DE BELIEVE & ACT ?

Pour la 2^e année consécutive, le chiffre d'affaires de Somfy progresse fortement, ce qui valide d'autant plus la stratégie de digitalisation de notre offre qu'elle nous permet d'accélérer la digitalisation de nos métiers historiques. En 2017, la feuille de route Believe & ACT nous a déjà permis de renforcer notre excellence opérationnelle et la proximité avec l'utilisateur. Et dès 2018, le développement de l'activité solutions d'intérieur pourra s'appuyer sur un important plan d'innovations.

* Application Programming Interface ou Interface de Programmation Applicative.

01

Mieux les comprendre, leur offrir les usages de Smart Living et les services dont ils ont besoin, et une expérience utilisateur unique.

**SE RAPPROCHER
DE NOS UTILISATEURS**

Notre feuille de route stratégique

Début 2017, Somfy s'est doté d'une feuille de route stratégique jusqu'en 2020 : Believe & ACT ! Ses quatre accélérateurs sont nourris par les trois forces intangibles du Groupe – l'innovation, l'ouverture, le Somfy Spirit. Ensemble, ces moteurs de croissance et de performance permettent à Somfy de continuer à transformer l'entreprise, son offre, ses marchés, pour faire du Smart Living pour tous une réalité.

03

**RENFORCER
NOTRE
EXCELLENCE
OPÉRATIONNELLE**

Offrir une qualité, une productivité et rapidité d'exécution sans faille au service de la satisfaction de nos clients et des consommateurs.

02

FAIRE PREUVE D'AUDACE SUR LE MARCHÉ DES PRODUITS D'INTÉRIEUR

Conduire leur développement dans la maison, les logements collectifs, grâce à des motorisations, usages et une distribution en rupture.

*Inspirer
des cadres de
vie meilleurs,
accessibles
à tous*

04

DEVENIR MEILLEURS ENSEMBLE

Donner à tous la possibilité de se réaliser dans son travail et mobiliser nos leviers d'action environnementale et sociétale pour un développement responsable.

3 FORCES POUR SOUTENIR NOTRE STRATÉGIE

Innovation

ADN de Somfy, elle crée les conditions d'une transformation permanente de notre offre, distribution, et de la relation avec nos clients.

Ouverture

Concevoir les usages de Smart Living passe par des synergies d'offres et d'interopérabilité entre les acteurs aux intelligences complémentaires du bâtiment.

Somfy Spirit

Fondée sur l'entrepreneuriat et l'aventure humaine, notre culture d'entreprise est un facteur clé d'agilité et d'anticipation.

① S'approcher de nos utilisateurs

La proximité avec les utilisateurs de nos produits est notre meilleur atout pour les aider à faire de la transformation numérique du bâtiment un levier d'une meilleure qualité de vie. C'est pourquoi Somfy les accompagne à toutes les étapes de leur parcours client ; nourrit la notoriété de sa marque et soigne l'expérience utilisateur de ses produits pour les séduire ; et accélère la digitalisation de son offre pour innover par les usages.

POUR UN SMART LIVING UTILE, SIMPLE, FIABLE, ACCESSIBLE À TOUS

+ 200
gammes
d'équipements
compatibles.

8

familles
d'équipements :
ouvertures, fenêtres,
sécurité, éclairage,
production d'énergie,
ventilation, son,
terrasse.

Ouverture

+ 4

Amazon Alexa,
IFTTT, Assistant Google,
Apple HomeKit :
les équipements
connectés Somfy sont
compatibles avec les
principales plateformes
de contrôle vocal
et de services
du marché.

À l'été 2018, Somfy
ouvre ses API*.
Objectif : permettre
aux autres acteurs
du bâtiment et de
la maison connectée
d'intégrer le pilotage
des équipements Somfy
dans leurs offres.

* Interface de Programmation
Applicative.

+ 3

Avec l'arrivée de nouveaux
partenaires industriels (Sonos,
Legrand, Schneider Electric),
TaHoma® pilote désormais
les équipements de 19 grandes
marques de la maison.

Accès au Smart Living

2M

d'équipements
connectés
à nos solutions.

200 000

foyers connectés
à TaHoma®.

Déploiement territorial

+ de 35

pays commercialisent TaHoma®,
la plateforme Somfy de Smart Living
pour l'habitat, contre 25 fin 2016.

Notoriété

Une première ! En 2017, la marque
Somfy s'est exposée sur deux salons
d'électronique grand public :
le CES de Las Vegas en janvier
et l'IFA à Berlin en septembre.

Parcours utilisateur en Europe–Moyen-Orient–Afrique

SERVICES, ASSISTANCE, OUTILS DIGITAUX RELATIONNELS... EN EUROPE–MOYEN-ORIENT–AFRIQUE (EMEA), SOMFY DÉVELOPPE DES INTERACTIONS AVEC LES UTILISATEURS PARTOUT OÙ LA PRÉSENCE DE SA DISTRIBUTION ET DE SES CLIENTS PROFESSIONNELS EST UTILE. OBJECTIF : AIDER LES CONSOMMATEURS À ENTRER EN TOUTE SÉRÉNITÉ DANS L'ÈRE DU SMART LIVING.

01

Je me renseigne

- Sites Internet Somfy dans 37 pays.
- 3 000 installateurs Experts Somfy en EMEA.
- 1 500 grandes surfaces de bricolage et magasins d'électronique grand public dans 11 pays, dont l'Angleterre, l'Allemagne et l'Italie depuis 2017.

02

J'achète

Auprès de nos partenaires installateurs :

- + 10 % de ventes par les installateurs en 2017.
- + 25 % par les électriciens, canal désormais doté de forces de vente dédiées en France.

Des offres à installer soi-même :

- 10 % du portefeuille Somfy est disponible sur des sites marchands tel Amazon.

Des maisons neuves déjà connectées :

- 3 500 unités livrées par les constructeurs en 2017.

03

+ de
10 000

DEMANDES QUALIFIÉES EN 2017

Je fais installer

- Grâce au **service d'intervention** assuré par des installateurs partenaires. Dans 7 pays dont la Grèce, la Pologne, la République tchèque depuis 2017.



04

Je me fais aider

- Sur les **Forums Somfy d'entraide** entre consommateurs disponibles dans 6 pays dont la Hollande, la Pologne et dans les pays anglophones depuis 2017.
+ de 3 millions de consultations en 2017.
- Via les **vidéos** pratiques postées par Somfy sur YouTube.
964 000 vues pour la plus consultée.
- En France, **Sight Call** est un nouveau service qui permet au Service Consommateur Somfy d'assister les utilisateurs comme s'il était chez eux, grâce à leur smartphone qui sert de caméra.
95 % de taux de satisfaction en 2017.

LA RÉGION EUROPE – MOYEN-ORIENT – AFRIQUE* EN BREF :

37

TERRITOIRES

73%

DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE

+9,9%

DE CROISSANCE À DONNÉES RÉELLES EN 2017

78%

DE NOS SOLUTIONS CONNECTÉES VENDUES
VIA NOS CLIENTS PROFESSIONNELS

89%

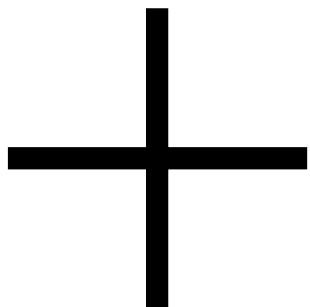
DES UTILISATEURS DE TAHOMA®
LA « CONSEILLERAIENT À UN AMI »

*Ces chiffres s'entendent hors marques BFT et Dooya

05

Je répare/ Je fais évoluer

- Le service **Somfy Assistance**, assuré par des installateurs partenaires, est disponible dans 5 pays et bientôt en Pologne et au Portugal.
+ de 7 000 demandes qualifiées en 2017.
- Un service de **maintenance connectée** verra le jour fin 2018 en France et en Allemagne.
Les installateurs clients de Somfy pourront à distance dépanner les utilisateurs d'équipements connectés, reconfigurer les installations ou vérifier l'état des batteries.



CROISSANCE

DE L'ACTIVITÉ CONNECTED SOLUTIONS
(MOTEURS ET CONTRÔLES),
À DONNÉES COMPARABLES



02 Faire preuve d'audace sur le marché des produits d'intérieur

Les solutions d'intérieur pour l'habitat individuel et collectif représentent notre principale réserve de croissance en raison de leur faible taux de motorisation (2 %). Afin d'en faire un marché de grande consommation, Somfy innove avec des motorisations simples à installer et à vivre – autonomes, silencieuses et connectées. En parallèle, le Groupe consolide son leadership mondial dans le segment tertiaire.

USA



**SAN-DIEGO (USA)
NOVEMBRE 2017**



Silencieux et autonome grâce à sa batterie embarquée, le moteur pour store d'intérieur **Sonesse 30 Wirefree (Li-ion) RTS** a remporté le prix du « Meilleur produit » au Cedia 2017 à San-Diego en novembre, le salon de référence des professionnels aux États-Unis. Succès commercial en Amérique du Nord en 2017, il est déployé au niveau mondial en 2018.

ALLEMAGNE



**STUTTGART (ALLEMAGNE)
FÉVRIER 2018**

Sur le salon professionnel R+T2018 qui s'est tenu à Stuttgart fin février, Somfy a présenté **Animeo Connect**, sa nouvelle solution connectée pour automatiser les **protections solaires des bâtiments tertiaires**. Elle introduit trois innovations sur le marché :

- grâce à son système en IP (Internet Protocol), tous les équipements se connectent **sans fil** au réseau informatique du bâtiment, ce qui réduit les coûts d'installation,
- les dysfonctionnements sont localisables et analysables à distance, soit un gain de temps pour les installateurs et gestionnaires des bâtiments,
- **pour plus de confort** dans chaque pièce, les occupants adaptent la position des stores depuis leur smartphone ; **pour une meilleure acceptation de l'automatisation**, ils reçoivent des informations sur le gain de performance énergétique pour le bâtiment.

Système « ouvert », Animeo Connect interagit avec la lumière, la ventilation, l'air conditionné. Associé à des capteurs de haute précision, il permet une **gestion toujours plus efficace de l'économie d'énergie** dans chaque pièce et au niveau du bâtiment dans son ensemble.



**EUROPE – MOYEN-ORIENT –
AFRIQUE**

Fin 2018, Somfy lancera en Europe – Moyen-Orient – Afrique son premier moteur pour store à communication bi-directionnelle **io-home-control**. Les équipements d'intérieur pour l'habitat seront alors pleinement intégrés aux **usages de Smart Living** conçus par la plateforme TaHoma®.

**Europe
Moyen-Orient
Afrique**

Asie-Amériques

Un monde d'intérieurs

à connecter

En 2017, Somfy a créé les conditions du lancement, à compter de mi-2018, d'une grande offensive d'innovations pour accélérer le déploiement des usages de Smart Living autour des motorisations pour stores et rideaux, les équipements clés de l'habitat pour Somfy en Asie-Amériques.



Deux priorités : le silence et l'autonomie

Le silence des moteurs et leur facilité d'installation sont des qualités attendues par les utilisateurs de stores et de rideaux. Tout en continuant à élargir sa gamme de moteurs ultra-silencieux Sonesse, Somfy y ajoute progressivement une nouvelle caractéristique : l'autonomie d'un fonctionnement sans fil électrique grâce à une batterie rechargeable embarquée. Un premier moteur tout à la fois silencieux, autonome et connecté (Zigbee) sera commercialisé à partir de fin 2018. À terme, cette gamme couvrira tous les besoins du marché.

INNOVATION MOTEURS

Avec Zigbee 3.0, les stores et rideaux se connectent

À compter du second semestre 2018, Somfy va commercialiser en Amérique du Nord et en Asie des motorisations équipées du protocole de communication « ouvert » Zigbee. Avec cette solution bi-directionnelle, les consommateurs de ces pays pourront pour la première fois bénéficier de la fonctionnalité de retour d'information qui est indispensable pour recevoir un état du statut de ses stores et rideaux (fermés, ouverts) mais aussi créer des interactions avec les équipements d'autres marques. Et donc profiter de tous les usages de Smart Living. Avec Zigbee, Somfy franchit un cap très important pour le développement de ses solutions connectées en Asie-Amériques où son protocole de communication bi-directionnel européen (io-homecontrol) n'est pas autorisé.

USAGES

Un bien-être sur mesure grâce à TaHoma®

Pour capitaliser sur toutes les potentialités d'usages de ses nouveaux moteurs connectés en Asie-Amériques, Somfy va y lancer courant 2018 sa plateforme de Smart Living TaHoma®. Comme en Europe, elle sera associée à une App, pour piloter ses équipements à distance et programmer ses scénarios de vie. Multiéquipement et multimarque, cette version de TaHoma® permettra, dès son lancement, de piloter des applicatifs complémentaires des stores et rideaux : la lumière, les systèmes hi-fi sans fil, la télévision, l'assistant vocal Amazon Alexa. D'autres partenariats suivront.

CONFORT VISUEL, THERMIQUE ET INTIMITÉ PRÉSERVÉE

Pour les habitants d'Amérique du Nord et d'Asie, Somfy conçoit des usages spécifiques en lien avec les stores et rideaux autour de la gestion combinée de la lumière naturelle/artificielle et la qualité de l'ambiance intérieure. Par exemple, pour un « réveil en douceur » : les stores se lèvent progressivement, en rythme avec la lumière et la musique ou la radio. Ces scénarios sont pilotables à la voix, au toucher (via l'App du smartphone ou la commande murale). Ils peuvent aussi se déclencher automatiquement grâce au capteur de lumière associé ou, quand l'habitant rentre/sort, via la géolocalisation de son smartphone.

ORGANISATION

L'Activité Solutions Connectées a ouvert un bureau à Hong Kong afin de superviser le déploiement de ces nouvelles offres au plus près des besoins du marché.

LA RÉGION ASIE-AMÉRIQUES EN BREF :

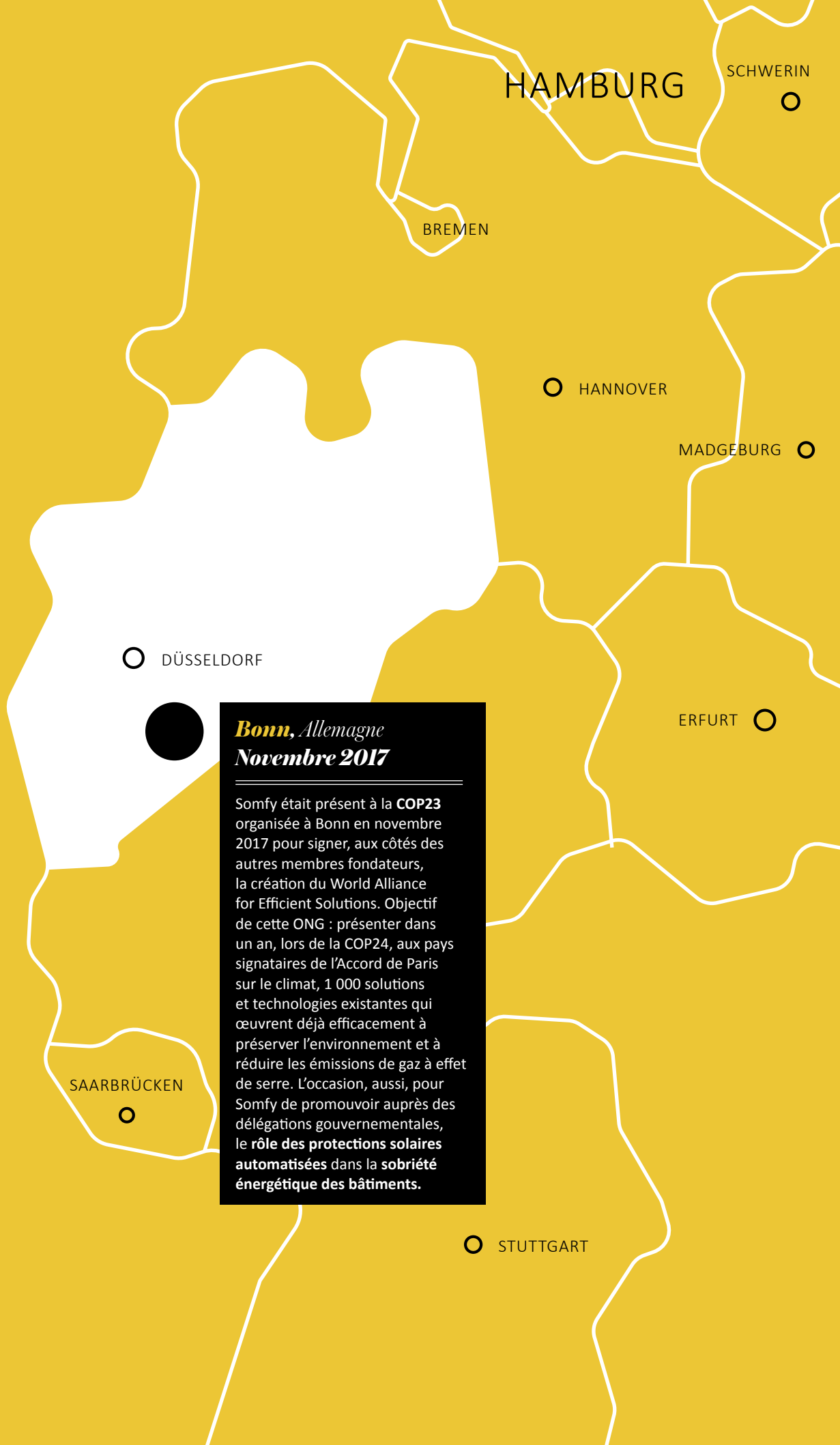
20	territoires
27%	du chiffre d'affaires du Groupe
+11%	de croissance à données réelles en 2017
60%	de nos ventes de nos solutions d'intérieur (tertiaire et résidentiel)
+20%	de croissance de ces solutions sur le segment résidentiel en 2017

DISTRIBUTION



De nouveaux canaux pour développer le marché

Pour faire des stores et rideaux un équipement de grande consommation, Somfy structure les canaux de distribution adaptés aux spécificités de chaque pays. Aux États-Unis, le marché se développe en partenariat avec des fabricants de produits porteurs. Pour toucher directement les consommateurs, les produits Somfy sont également vendus dans des magasins de décorateurs d'intérieur dont le réseau a continué à se déployer en Inde et à Singapour. En Asie, la marque cible aussi les promoteurs immobiliers pour équiper les appartements du résidentiel vertical. Mais aussi les consommateurs des sites Internet marchands.



Bonn, Allemagne
Novembre 2017

Somfy était présent à la **COP23** organisée à Bonn en novembre 2017 pour signer, aux côtés des autres membres fondateurs, la création du World Alliance for Efficient Solutions. Objectif de cette ONG : présenter dans un an, lors de la COP24, aux pays signataires de l'Accord de Paris sur le climat, 1 000 solutions et technologies existantes qui œuvrent déjà efficacement à préserver l'environnement et à réduire les émissions de gaz à effet de serre. L'occasion, aussi, pour Somfy de promouvoir auprès des délégations gouvernementales, **le rôle des protections solaires automatisées** dans la **sobriété énergétique des bâtiments**.



03 Renforcer notre excellence opérationnelle

L'excellence opérationnelle de nos équipes est essentielle pour offrir une qualité sans faille à nos clients et utilisateurs et pérenniser notre modèle économique durable dans un environnement toujours plus concurrentiel. Sa consolidation passe par une attention constante à la satisfaction client et par une grande agilité à innover sur nos marchés tout en maîtrisant la croissance de nos dépenses.



INNOVATION

Polycompétence des équipes, autonomie de décider partout où se joue la satisfaction client, coopération étroite avec la R&D et Somfy France, contacts directs des opérateurs avec les clients... En quelques années, **l'usine de Cluses** s'est dotée de l'agilité nécessaire à sa mission : industrialiser les offres innovantes à haute teneur technologique.

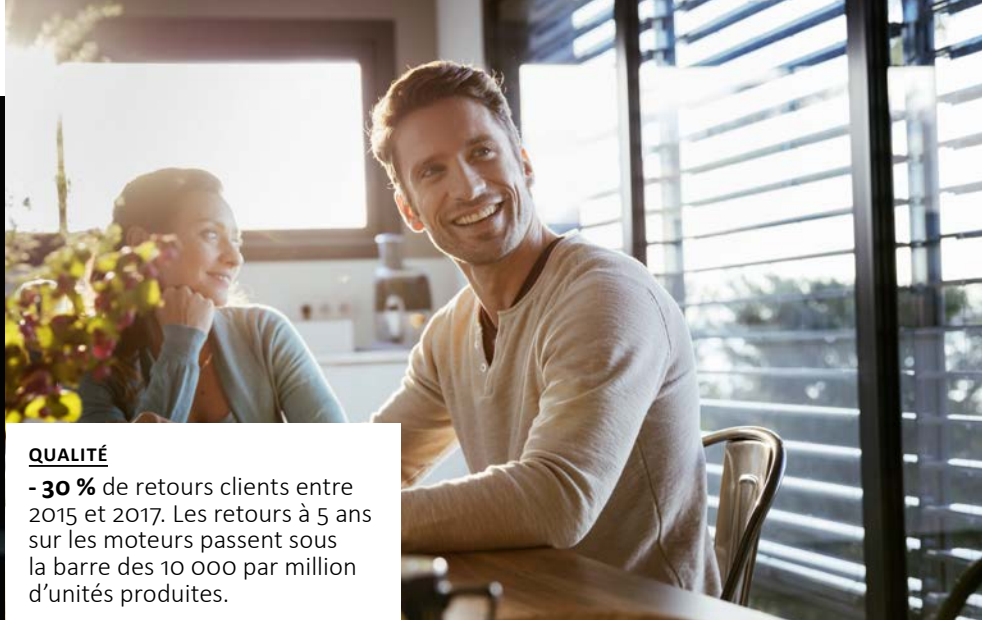


SATISFACTION DES CLIENTS

En 2017, Somfy a réalisé une enquête de satisfaction auprès de ses clients professionnels dans 20 pays. Avec un « **Customer Net Promoter Score** » de 69, Somfy obtient un résultat comparable à celui d'Apple ou d'Amazon.

OPTIMISATION

La mise en place d'une gestion des **stocks** à l'échelle du Groupe a déjà permis de réduire leur niveau d'une quinzaine de jours en 2017.



QUALITÉ

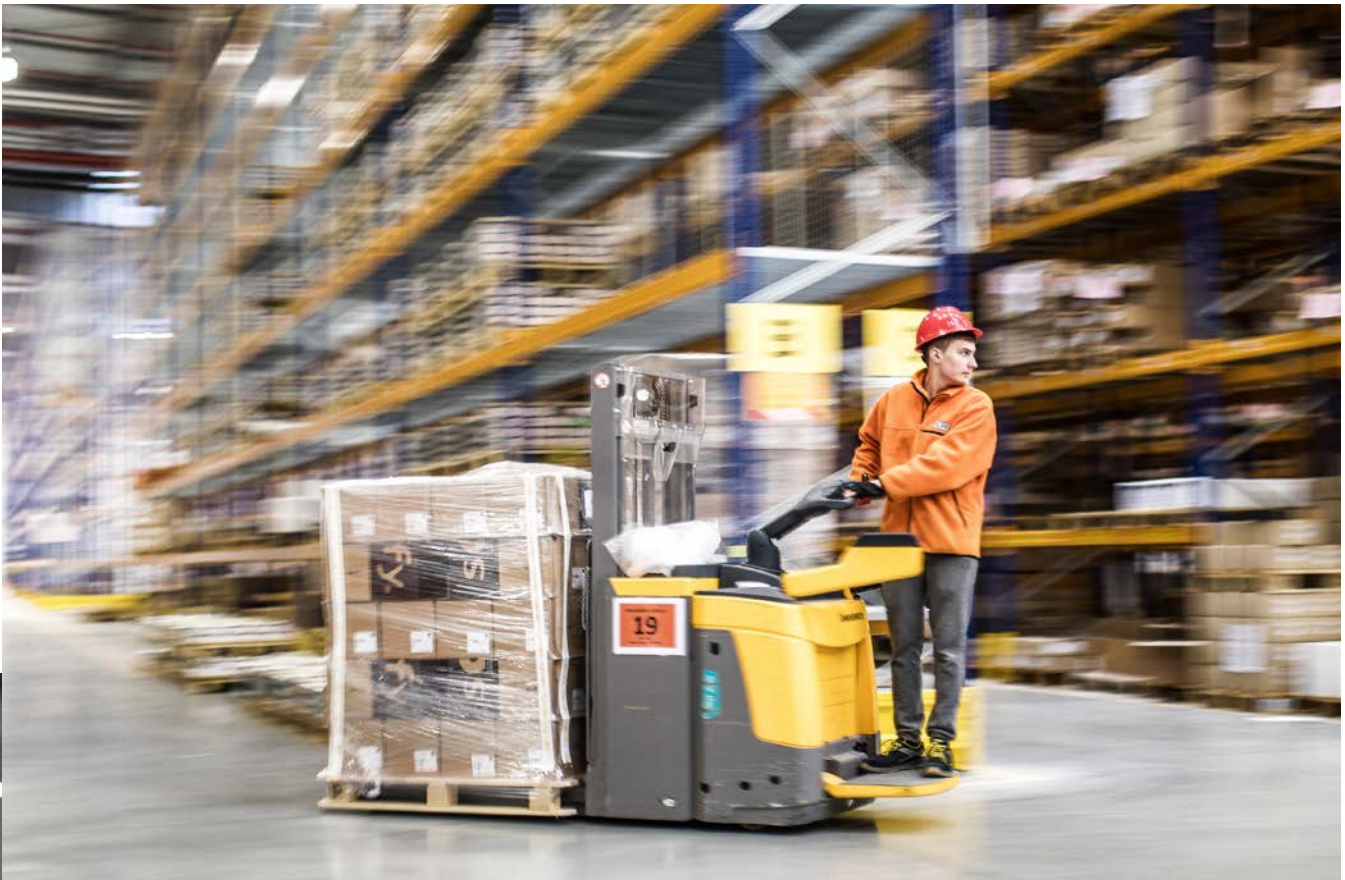
- **30 %** de retours clients entre 2015 et 2017. Les retours à 5 ans sur les moteurs passent sous la barre des 10 000 par million d'unités produites.

SOPEM (Pologne)

Un site industriel conçu pour la satisfaction client

ACCOMPAGNEMENT DE LA CROISSANCE CONTINUE DES VENTES DU GROUPE, ENGAGEMENT À LIVRER LES CLIENTS POLONAIS ET TCHÈQUES EN 24 HEURES, PILOTAGE DE L'INNOVATION SUR LES MOTEURS POUR STORES VÉNITIENS D'EXTÉRIEUR... POUR RÉALISER SES MISSIONS, SOPEM ACTIVE TOUS LES LEVIERS DE L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE.





◀ À 10 H 00 CHAQUE MATIN, LES ÉQUIPES DES ÎLOTS DE PRODUCTION SE RÉUNISSENT POUR PASSER EN REVUE LES INDICATEURS CLÉS DE **L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE** DE LA VEILLE : SÉCURITÉ, QUALITÉ, DÉLAIS, COÛTS.

◀ LA VOCATION PREMIÈRE DE L'USINE SOPEM – OUVERTE EN JANVIER 2014 – EST **D'ACCOMPAGNER LA CROISSANCE** DES VENTES DU GROUPE.

Le site de SOPEM est à l'image du quartier de la banlieue de Cracovie où il a vu le jour début 2014 : en plein développement. Dans son centre logistique qui livre en 24 heures les clients de Pologne et de République tchèque, la surface vient tout juste d'être doublée. Les bureaux sentent bon le neuf dans le centre de R&D spécialisé dans les moteurs pour stores vénitiens d'extérieur – dits « carrés » –, un équipement

très répandu dans les pays germanophones. Quant à l'usine, qui assemblera 2,6 millions de moteurs en 2018, elle entame sa dernière phase d'agrandissement, « *pour avoir toujours un temps d'avance* », précise Sébastien Fonta, directeur du site. Dans quelques années, SOPEM atteindra en effet sa vitesse de croisière, soit une production annuelle de 5 millions d'unités. Car si SOPEM est constamment en transformation >>>

» c'est que ce site absorbe l'essentiel de la croissance mondiale de Somfy depuis quatre ans. Notamment à destination de son périmètre de proximité : les pays d'Europe du Centre et de l'Est où l'activité du Groupe a progressé de 11,1 % à données comparables en 2017. Exigence d'une qualité sans faille et du respect des délais côté clients, mais aussi maîtrise des coûts et observation des règles de sécurité : ces indicateurs clés de l'excellence opérationnelle font partie du quotidien des 450 employés du site. Chaque matin, tous les effectifs passent en revue les résultats de la veille sur leur périmètre. 80 % des problèmes du jour sont directement résolus au niveau de chaque entité. Les 20 % restants sont gérés l'après-

midi par la direction. Avec deux objectifs : remettre le plus rapidement possible tous les indicateurs au vert et traiter les causes racines. *« SOPEM bénéficie d'une dynamique continue de progrès basée sur la coopération et la responsabilisation, poursuit Sébastien Fonta. En 2017, nous avons organisé une trentaine de workshops internes sur des thématiques ciblées et reçu plus de 300 idées d'amélioration émanant du personnel. Nous généralisons aussi l'analyse directement en usine des moteurs retournés par nos clients afin de gagner en rapidité et d'apprendre constamment des problèmes rencontrés. »* Avec des résultats, puisqu'en un an, le taux de retours a été divisé par deux sur la gamme de moteurs silencieux Sonesse.



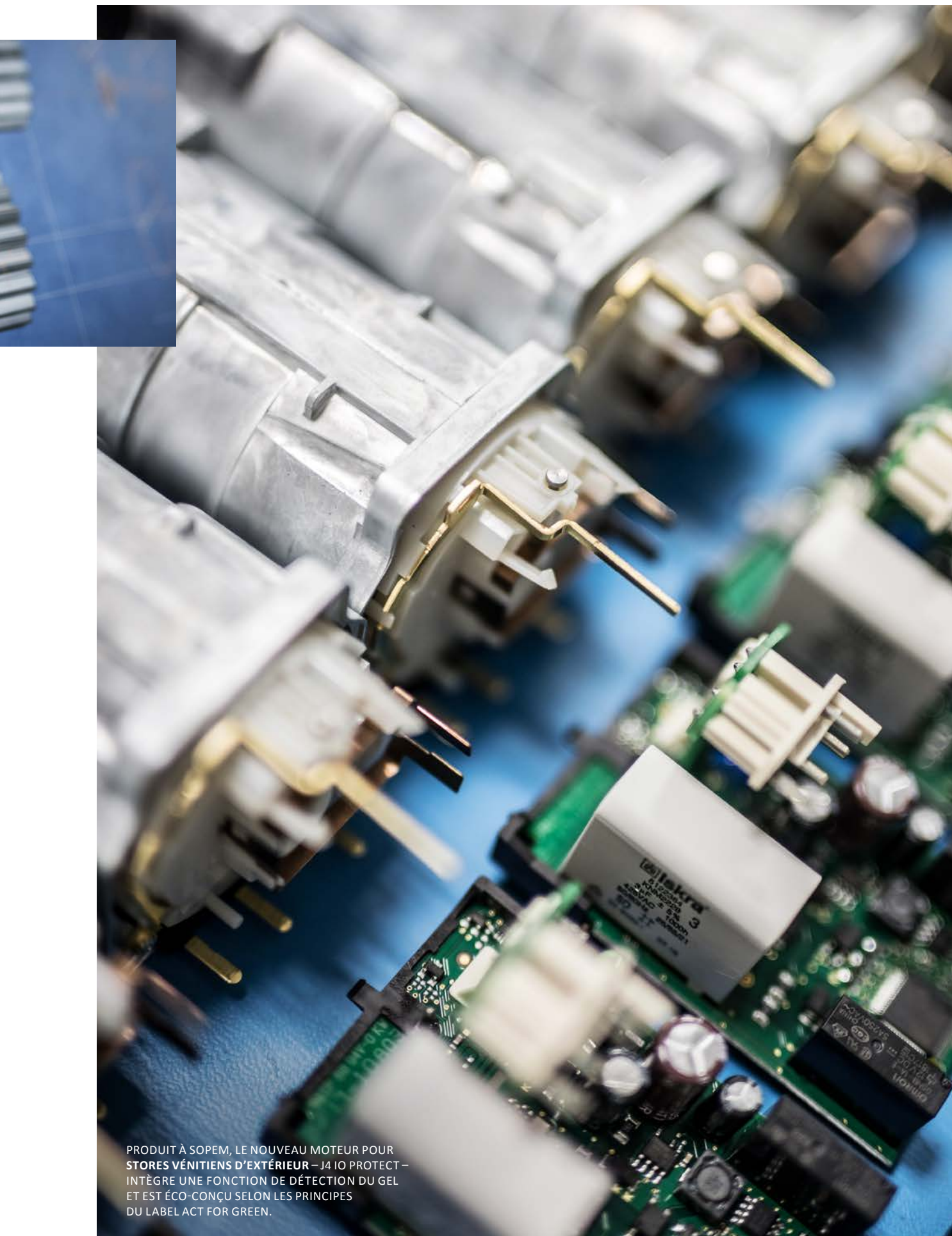
▲ OUVERT EN 2017, LE CENTRE DE R&D CONDUIT L'INNOVATION DE SOMFY SUR LES AUTOMATISMES POUR STORES VÉNITIENS D'EXTÉRIEUR. AU PLUS PRÈS DES ATTENTES DES CLIENTS, PUISQUE L'EUROPE DU CENTRE ET DE L'EST CONSTITUENT LEURS PRINCIPAUX MARCHÉS.



◀ SOPEM LOCALISE PROGRESSIVEMENT SES FOURNISSEURS À PROXIMITÉ DE L'USINE. AFIN DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE, ILS ONT MIS EN PLACE DES **EMBALLAGES RÉUTILISABLES ET RETOURNABLES** POUR L'APPROVISIONNEMENT EN COMPOSANTS.

▼ LA PRODUCTION DE L'USINE – DES MOTEURS ET POINTS DE CONTRÔLE – EST DESTINÉE **AU MONDE ENTIER** ET À UN GRAND NOMBRE D'ÉQUIPEMENTS : STORES INTÉRIEURS, VOILETS ROULANTS, STORES VÉNITIENS D'EXTÉRIEUR, GRILLES DE MAGASIN.





PRODUIT À SOPEM, LE NOUVEAU MOTEUR POUR
STORES VÉNITIENS D'EXTÉRIEUR – J4 IO PROTECT –
INTÈGRE UNE FONCTION DE DÉTECTION DU GEL
ET EST ÉCO-CONÇU SELON LES PRINCIPES
DU LABEL ACT FOR GREEN.



DOUBLÉE EN SURFACE DEPUIS DÉBUT 2018, LA **PLATEFORME LOGISTIQUE DE SOPEM** ASSURE UN RÔLE DE HUB DE LIVRAISON POUR SERVIR LES CLIENTS DES TERRITOIRES EN FORTE CROISSANCE D'EUROPE DE L'EST. AVEC UN ENGAGEMENT DE LIVRAISON SOUS 24 HEURES POUR LA POLOGNE ET LA RÉPUBLIQUE TCHÈQUE. PARMI LES PRODUITS ACHEMINÉS, 70 % SONT ASSEMBLÉS DANS D'AUTRES USINES DE SOMFY. CETTE PLATEFORME GÈRE AUSSI L'EXPÉDITION DES PRODUCTIONS DE L'USINE SOPEM VERS LES AUTRES CENTRES LOGISTIQUES MONDIAUX.



04 Devenir meilleurs ensemble

Présentes dans 57 pays, nos équipes agissent comme une fédération d'entrepreneurs liés par des valeurs et un projet d'entreprise communs : *inspirer des cadres de vie meilleurs, accessibles à tous*. Grâce à sa culture d'entreprise – le Somfy Spirit – qui favorise l'épanouissement, et à ses actions sociétales et environnementales, sources de fierté, Somfy crée les conditions de l'engagement nécessaire à notre performance collective.



AUDREY BAJEUX, ÉQUIPIÈRE QUALITÉ À L'USINE DE CLUSES (FRANCE)

« J'ai débuté à l'usine de Cluses en 2007 en tant qu'opératrice avant de devenir équièpe Qualité. Aujourd'hui, je suis spécialisée dans l'analyse des moteurs pour volets roulants de la gamme Smart & Smooth renvoyés par nos clients intégrateurs. Ce moteur connecté permet de réaliser en usine un diagnostic très fin de l'origine des problèmes rencontrés. C'est pourquoi, quand tout porte à croire qu'ils ne proviennent ni du produit ni de nos procédés de fabrication, mais bien d'une mauvaise manipulation, je vais directement chez nos clients tester avec eux les moteurs qu'ils nous renvoient. Ensemble, nous arrivons à un diagnostic partagé de la cause de la non-qualité qui permet ensuite au client de prendre les mesures correctives. C'est une démarche bénéfique à tous : nos clients apprécient que Somfy soit à leur côté et nous, nous apprenons sans cesse de leurs difficultés pour nous améliorer en continu. »

AURÉLIE ZILBER, RESPONSABLE DE LA BUSINESS UNIT END-USER DE SOMFY IBERIA (ESPAGNE)

« Parce que l'organisation de Somfy est matricielle, notre succès se joue beaucoup sur la coopération entre nos différentes entités. La nouvelle académie Leadership & Management que j'ai suivie récemment insiste entre autres sur ce point. En préparation à cette formation, j'ai interviewé les partenaires internes de mon équipe End-User qui a tout juste 6 mois d'existence – la logistique, le marketing, le centre de compétences End-User. Nous avons identifié les points forts et ceux perfectibles de notre coopération. Ce diagnostic nous a permis de mettre en place un plan d'actions mais également d'instaurer des moments de convivialité avec nos collègues pour sortir des relations purement opérationnelles. De cette formation très concrète avec des jeux de rôle, j'ai retenu que la communication et mes attitudes de manager sont capitales pour faire progresser mon équipe dans sa coopération avec les autres. Depuis, nous faisons un point sur nos modes de fonctionnement à tous à chaque réunion d'équipe. »



*« Faire vivre
le Somfy Spirit
au quotidien »*

*« Unir nos forces
pour créer les
nouveaux usages
de Smart Living »*



BRUNO VIGNON, DIRECTEUR DU PÔLE HIGH SECURITY DE SOMFY

« Une intégration d'entreprise ne se décrète pas. Elle se construit par la volonté – ou pas – des équipes à coopérer. Lorsque Somfy rachète Myfox en octobre 2016, l'ambition est claire : s'appuyer sur ce pionnier de la sécurité connectée et sur son expertise de l'expérience utilisateur digitale pour renforcer Somfy sur ce segment. Et donc compléter notre propre offre de sécurité – des alarmes, visiophones, caméras. Dès le départ, c'est la volonté de chacun de respecter et préserver les forces de l'autre qui a fait la différence. De là sont nés des projets communs, notamment basculer l'alarme Somfy pour les clients professionnels sur la plateforme Cloud de Myfox, très robuste en termes de services et de vidéo. À partir de là, l'engouement à travailler ensemble est venu naturellement. Fin 2018, nous lancerons notre première alarme Pro développée ensemble. »

A portrait of Linda Rose, a woman with dark hair, resting her chin on her hand. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter. The text is in a white, italicized serif font.

« *Lutter contre le mal-logement
avec la Fondation Somfy* »

LINDA ROSE, ASSISTANTE DÉPARTEMENT DES ACHATS DE SOMFY SAS (FRANCE)

« Je m'intéresse aux associations soutenues par la Fondation Somfy depuis quatre ans. En 2017, nous étions 20 personnes du service Achats à avoir participé à la rénovation d'un centre d'accueil de jeunes en difficulté des Apprentis d'Auteuil. Il y a un an, la Présidente du Fonds Lecordier était venue chez Somfy parler des problématiques particulières des femmes SDF, le fait, par exemple, qu'elles doivent marcher toute la nuit pour rester en sécurité. Cette situation m'avait interpellée et lors de la journée de partage d'idées organisée par la Fondation Somfy en novembre, j'ai travaillé avec dix autres collaborateurs sur le défi posé par cette association : trouver les bons messages pour faire tomber les préjugés et l'ignorance de ce que vivent les femmes dans la rue. Le soir, en rentrant chez moi, j'ai mis en place un virement mensuel de 15 euros, soit le coût d'un kit mensuel d'hygiène. C'est important de redistribuer un peu de la chance que la vie nous donne. »

**STEFAN SINNBERG, RESPONSABLE POINTS DE VENTE & ÉVÉNEMENTIEL
DE LA BUSINESS AREA EUROPE CENTRALE (ALLEMAGNE)**

« Plus de 450 clients allemands et autrichiens ont accepté notre invitation à venir sur les trois étapes allemandes de la Coupe du monde de biathlon 2018. Il faut dire que Somfy a la chance de sponsoriser, depuis 2005, l'équipe des "champions" du biathlon français dont Martin Fourcade. Ce sport à suspense, très riche en émotions, nous permet de vivre des moments conviviaux en dehors du cadre habituel de nos relations commerciales. Cette saison, nous avons encore accentué la dimension « privilège » pour nos clients en leur ouvrant grand les coulisses des événements. Par exemple, la visite des pas de tirs, avec une séance d'exercices une fois les épreuves terminées, ou encore du camion de fartage aux couleurs de Somfy où sont entreposées les 320 paires de ski de l'équipe de France. Sans oublier, bien sûr, des temps d'échanges entre nos clients et les athlètes. »



***« Grâce au
biathlon, vivre des
moments intenses
avec nos clients »***

Résultats financiers 2017

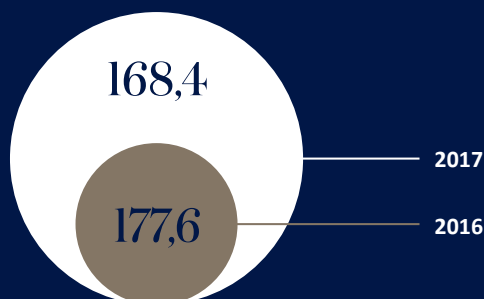
CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS €

Le chiffre d'affaires est ressorti à 1 246,6 M€ sur l'exercice 2017, en augmentation de 10,1 % en termes réels et 10,3 % à données comparables, dont 8,5 % au premier semestre et 12,3 % au second semestre.



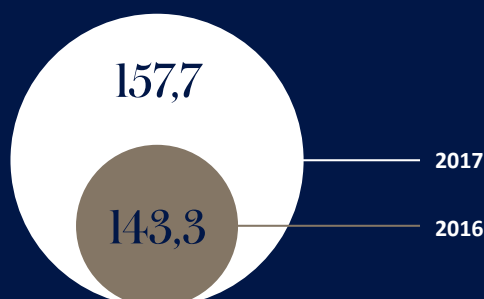
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT EN MILLIONS €

Le résultat opérationnel courant s'est élevé à 168,4 M€ sur l'exercice. Il a représenté 13,5 % du chiffre d'affaires et s'est inscrit en recul de 5,2 % en termes réels. À taux et périmètre constants, le ROC est stable à 178 M€, soit 14,3 % du chiffre d'affaires.



RÉSULTAT NET EN MILLIONS €

Le résultat net est ressorti à 157,7 M€, en progression de 10,1 %. Abstraction faite des dégrèvements fiscaux, il se serait élevé à 135,4 M€ et aurait reculé de 5,5 %.



INVESTISSEMENTS INCORPORELS ET CORPORELS NETS EN MILLIONS €



À 64,5 M€ (comme en 2016), les investissements incorporels et corporels ont été maintenus à un niveau soutenu, en phase avec la mise en œuvre de la stratégie du Groupe.

CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT EN MILLIONS €



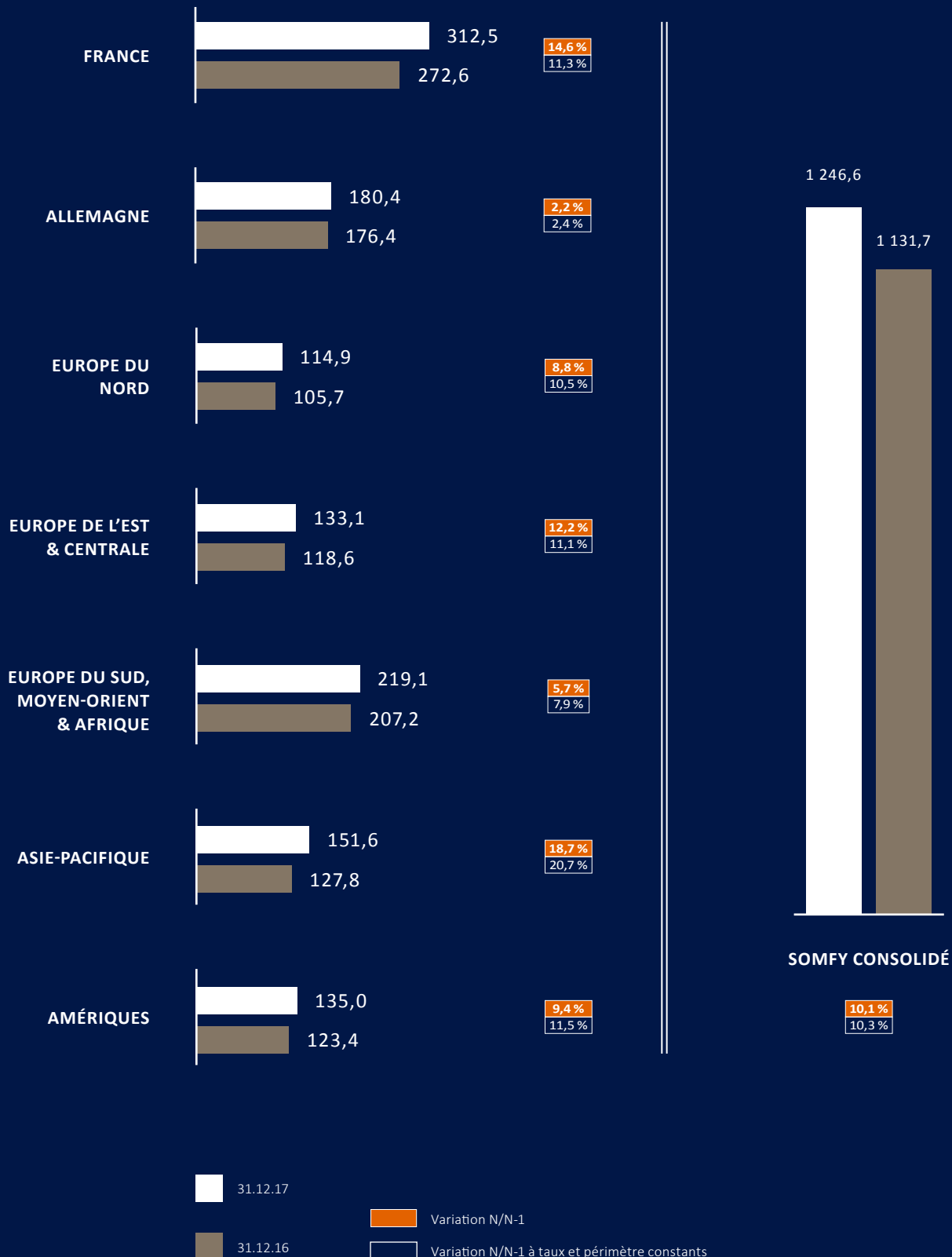
La capacité d'autofinancement a atteint 208,1 M€, en progression de 14,5 % par rapport à 2016.

EXCÉDENT FINANCIER NET EN MILLIONS €



Le solde financier net a fortement augmenté et reste excédentaire, à hauteur de 104,6 M€, à fin décembre.

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR LOCALISATION DES CLIENTS EN MILLIONS €





SOMFY, SPONSOR DE L'ÉQUIPE
DE FRANCE DE BIATHLON DEPUIS 2005

*Merci à
nos champions*



**MARTIN
FOURCADE**
Quintuple champion
olympique
AVEC SOMFY DEPUIS 2009

“PHÉNOMÉNAL”
“FABULEUX” “ÉPOUSTOUFLANT” “BRAVO”
“SUBLIME” “MAGIQUE” **somfy.**

CONCEPTION ET RÉALISATION : 

CRÉDIT PHOTOS : PHOTOTHÈQUE SOMFY, ARNAUD CHILDÉRIC, ADRIEN DASTE, GETTY IMAGES, STÉPHANE RAMBAUD,
LAURENT SALINO/AGENCE ZOOM, SÉMAPHORE - PIXPOCKET, RADO VLEUGEL, X.

CE DOCUMENT EST IMPRIMÉ AVEC DES ENCRE VÉGÉTALES PAR L'IMPRIMERIE MONTERRAIN, LABELISÉE « IMPRIM'VERT », SUR UN PAPIER CERTIFIÉ FSC.



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