

LIVING

RAPPORT
D'ACTIVITÉ 2019

SOMFY



ÊTRE LE PARTENAIRE
DE CONFIANCE POUR
L'AUTOMATISATION
DES FENÊTRES ET PORTES

SOMFY 

| | |
|----|---------------|
| 1 | PROFIL |
| 2 | FONDAMENTAUX |
| 10 | VISION |
| 14 | AMBITION 2030 |
| 26 | RÉUSSITES |
| 32 | PERFORMANCES |

ÊTRE LE PARTENAIRE DE CONFIANCE POUR L'AUTOMATISATION DES FENÊTRES ET PORTES

En 2019, Somfy a célébré ses 50 ans. Durant cette année charnière, le Groupe a préparé la suite de son histoire, tout en célébrant les grandes étapes qui ont marqué son évolution et ses succès.

L'audace des pionniers de la marque tout d'abord, à l'orée des années 70, de placer un moteur dans les stores, puis dans les volets roulants. Les premiers automatismes, en 1981, et le début de l'internationalisation d'un Groupe devenu rapidement leader mondial de l'automatisation des ouvertures, grâce notamment à ses croissances externes. L'initiative, en 1997, d'introduire dans les maisons un protocole radio Somfy, pour piloter les produits à partir d'un même point de commande sans fil.

À partir de là, tout s'est accéléré : la radio bidirectionnelle, emmenée par Somfy et Velux, a conquis d'autres marques de l'habitat.

Les utilisateurs des produits ont pu commencer à programmer des scénarios pour leur confort de vie, la sécurité et les économies d'énergie dans le bâtiment. En 2015, avec ses premiers moteurs nativement connectés à Internet, Somfy a fait un grand saut dans l'avenir qui, désormais, sera digital. Et cette année, un nouvel usage est né autour des motorisations : l'aération naturelle et sécurisée pour une meilleure qualité de l'air intérieur.

Autour du Groupe, tout s'accélère aussi. En 2019, Somfy a pris le temps de la réflexion, pour se projeter à dix ans sur ce qui fondera son leadership...

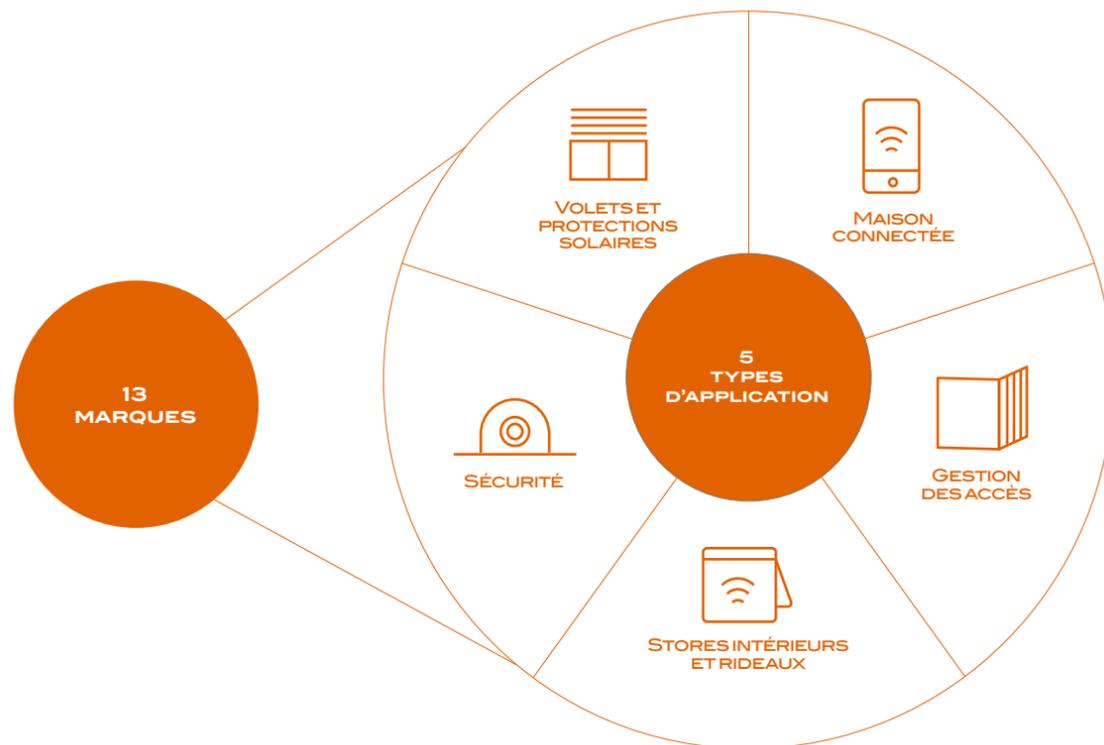
La confiance, assurément. De ses clients et partenaires, de ses parties prenantes et des consommateurs devenus écocitoyens. Et, à travers elle, l'exigence de la mériter. La force d'être un Groupe, aussi, pour innover collectivement et apporter de la valeur utile au quotidien. C'est pourquoi, pour la première fois de son histoire, Somfy a construit une ambition à dix ans : « être le partenaire de confiance pour l'automatisation des fenêtres et des portes ».

LES FONDAMENTAUX

Somfy innove en permanence pour un habitat offrant à ses utilisateurs confort, bien-être et sécurité et s'engage en faveur d'un développement durable.

UN GROUPE CINQUANTENAIRE ROBUSTE ET INNOVANT

UN PORTEFEUILLE DE MARQUES COMPLÉMENTAIRES

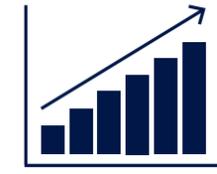


UNE TRAJECTOIRE SOLIDE



1200,2 M€

chiffre d'affaires



+6,1 %

croissance à données comparables

204,8 M€

résultat opérationnel courant

AU CŒUR DE L'INNOVATION



17

centres de R&D dans le monde



2212

brevets en portefeuille



3548

contributeurs sur la plateforme de cocréation My Somfy Lab, dont 1 109 ont pris part à des projets en 2019.



44

demandes de brevets déposées



50 %

des produits Somfy vendus en 2020 sont éco-conçus.

LA VOLONTÉ D'ENTREPRENDRE DES 6 070 COLLABORATEURS DU GROUPE DANS 58 PAYS



AMÉRIQUE DU NORD

CANADA
ÉTATS-UNIS

AMÉRIQUE DU CENTRE ET DU SUD

ARGENTINE
BRÉSIL
COLOMBIE
MEXIQUE

EUROPE DU NORD

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

FRANCE

FRANCE

EUROPE DU SUD

BULGARIE
ESPAGNE
GRÈCE
ISRAËL
ITALIE
PORTUGAL

ALLEMAGNE

ALLEMAGNE

EUROPE DU CENTRE ET DE L'EST

AUTRICHE
CROATIE
HONGRIE
LETTONIE
POLOGNE
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
ROUMANIE
RUSSIE
SLOVAQUIE
SUISSE
UKRAINE

MOYEN-ORIENT & AFRIQUE

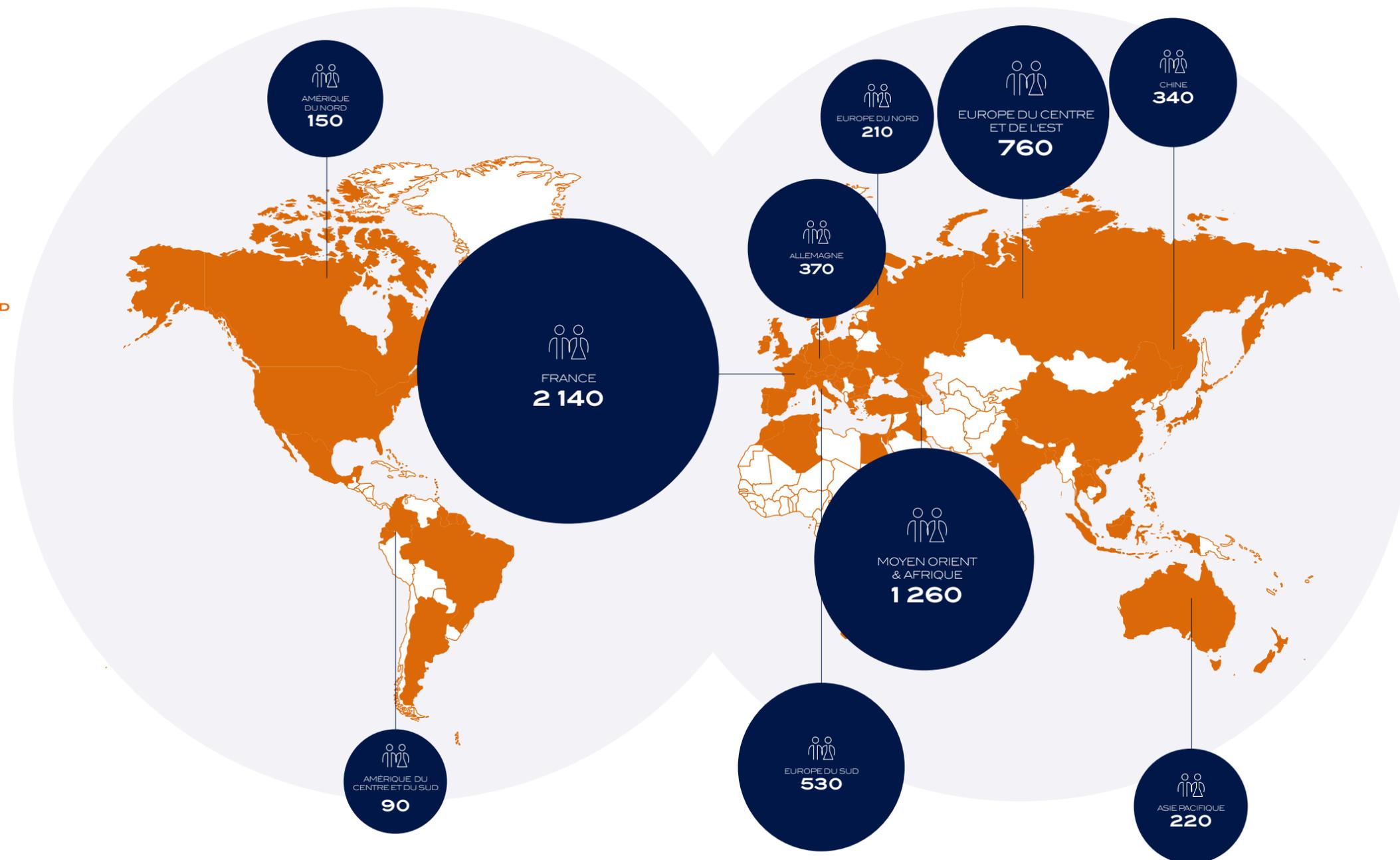
AFRIQUE DU SUD
ALGÉRIE
ARABIE SAOUDITE
CHYPRE
ÉGYPTE
ÉMIRATS ARABES UNIS
JORDANIE
LIBAN
MAROC
TUNISIE
TURQUIE

CHINE

CHINE

ASIE-PACIFIQUE

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



UNE EXIGENCE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

À compter de 2020, Somfy intègre sa Responsabilité Sociétale d'Entreprise en amont de sa stratégie pour en faire le socle de la croissance durable du Groupe. Désormais, toute l'entreprise, en France et à l'international, est alignée sur une stratégie¹ et des engagements RSE communs. Pour renforcer la cohérence et l'ambition de son action, son pilotage est globalisé et confié à la Direction Développement durable. **Denis Maugain, son Directeur, explique comment cette action concertée doit permettre au Groupe d'atteindre son ambition de contribution positive aux grands enjeux de développement durable.**

Denis Maugain : « L'urgence climatique montre que compenser et réparer ne suffisent plus : l'action passe par l'évolution de nos comportements. Par leurs choix stratégiques, les entreprises ont cette capacité unique d'impulser ce changement à moyen terme, sur tous les fronts du développement durable.

C'est pourquoi nous nous engageons, à travers notre stratégie et nos activités, à :

- **réduire** notre empreinte environnementale,
- **contribuer positivement** au développement et au bien-être de nos collaborateurs et être utile à la société,
- **conduire avec équilibre** notre performance et l'exigence de développement économique pour tous.

En 2020, nous lançons une première feuille de route du développement durable sur trois ans, avec une action à plusieurs niveaux.

Le premier est réglementaire : il s'agit de s'assurer que nos politiques continuent d'évoluer en conformité avec les standards internationaux, en y associant nos fournisseurs.

1. La stratégie RSE de Somfy s'applique à tout le périmètre d'intégration globale du Groupe et donc hors Dooya.

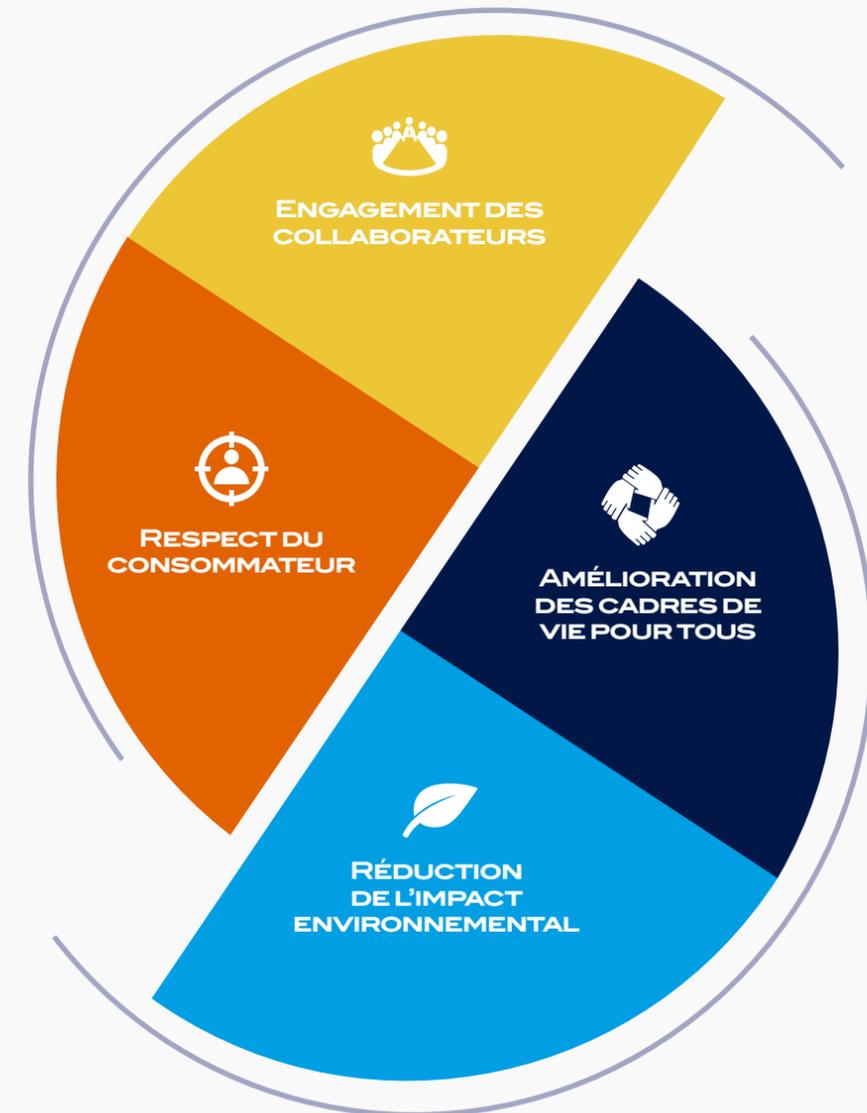
Notre second niveau d'action porte la vocation même de notre stratégie de développement durable : faire en sorte, qu'à travers son activité, le Groupe ait un impact positif et mesurable sur l'environnement et pour la société, les consommateurs et nos collaborateurs. Notre démarche environnementale "We Act for Green", par exemple, s'inscrit en anticipation des grandes transitions environnementales.

En parallèle, nous souhaitons renforcer notre engagement sociétal. Aujourd'hui, il s'exerce principalement à travers la Fondation Somfy et son combat contre le mal-logement. »

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

En 2020, les résultats du Bilan Carbone® réalisé à l'échelle globale vont permettre d'engager l'ensemble du Groupe sur un objectif global ambitieux de réduction de ses émissions de CO₂ et renforcer ainsi les actions déjà en cours. En France, le dernier Bilan des Émissions de Gaz à Effet de Serre, réalisé en 2019 et portant sur l'exercice 2018, a montré que l'empreinte carbone des trois sites d'assemblage en France a baissé de 6 % en quatre ans (soit 3 484 tonnes équivalent CO₂/an) alors même que leurs effectifs ont progressé de 34 %.

LES QUATRE PILIERS RSE



L'ÉTHIQUE ET LES RÉGLEMENTATIONS SONT TRANSVERSES À CES QUATRE PILIERS.

« LES PILIERS DE NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE SONT INTÉGRÉS DANS LES CHOIX STRATÉGIQUES DE L'ENTREPRISE. »

**FAITS MARQUANTS RSE
À DÉCOUVRIR PAGES 8-9**



26ÈME

En 2019, Somfy se positionne dans le Top 30 du classement de l'indice Gaïa, qui distingue chaque année les 70 PME et ETI françaises les plus performantes en matière environnementale, sociale et de gouvernance, sur un panel de 230 sociétés.

-7,2% EN 2 ANS

Diminution des émissions de CO₂ liées à la consommation électrique en veille des moteurs Somfy (soit 37,41 kg de CO₂/an/moteur en 2019 contre 40,30 kg de CO₂ en 2017) grâce au programme volontaire d'écoconception Act for Green®. La consommation électrique et les matières premières de ses produits sont les deux principaux leviers d'action de Somfy pour réduire son empreinte environnementale.



RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Denis Maugain : « Notre engagement environnemental est une injonction à innover toujours plus dans deux domaines en particulier : renforcer le programme d'écoconception de nos produits et accroître la contribution de nos automatismes aux économies d'énergie et à une meilleure qualité de l'air dans le bâtiment. C'est aussi une invitation donnée à nos principaux fournisseurs, clients et partenaires de travailler ensemble pour en amplifier les bénéfices. »



50%

Grâce aux efforts d'écoconception réalisés en 2019, plus de 50 % des produits Somfy vendus dans le monde sont labellisés « Act for Green » au 1^{er} janvier 2020. Soit pratiquement le double par rapport à 2018 (28 %).

20x

L'automatisation multiplie par 20 l'utilisation des protections solaires, augmentant considérablement les bénéfices en termes de confort, santé et d'économies d'énergie.

Source : résultats de l'étude Estia menée en 2015

WE ACT FOR GREEN

À travers son programme environnemental baptisé « We Act for Green », Somfy réduit son empreinte carbone grâce à trois leviers : les pratiques écoresponsables de ses collaborateurs, l'écoconception des produits et l'impact positif de ses solutions d'automatisation sur les consommations des bâtiments. En 2020, un levier Opérations vient compléter cette démarche systémique. Il prend en compte l'ensemble des activités liées aux opérations du Groupe comme les usines, les transports, la chaîne logistique...



AMÉLIORATION DES CADRES DE VIE POUR TOUS

Denis Maugain : « Déjà très active, notre action sociétale va s'internationaliser et se diversifier. Soutenir nos communautés de proximité dans leurs enjeux (par exemple, l'éducation et l'insertion professionnelle) est un nouvel axe d'engagement, en France comme à l'étranger. »

Elle va aussi s'exprimer plus fortement dans notre activité en lien avec notre vision : "Inspirer des cadres de vie meilleurs accessibles à tous". Notre intention est, entre autres, de mieux prendre en compte les cas d'usage de nos produits par les personnes âgées ou les personnes en situation de handicap. »

INCLUSION

L'insertion professionnelle des jeunes et des publics en difficulté est un axe prioritaire de la contribution de Somfy. En 2019, en France, Somfy a signé une charte d'engagement avec l'État français pour devenir le chef de file de l'inclusion dans son territoire d'origine, la vallée de l'Arve. Avec l'Accord Handicap, entré en vigueur début 2020, Somfy se dote aussi en France de moyens accrus pour le recrutement, l'insertion et le maintien dans l'emploi de personnes en situation de handicap.



PLATEFORME PARTICIPATIVE LES PETITES PIERRES

Cette année, la générosité des donateurs privés a permis de financer 83 projets en France : des hébergements d'urgence et des centres d'accueil, des dispositifs d'accès à l'hygiène, des habitats partagés... Créé à l'initiative de la Fondation Somfy, ce fonds de dotation s'est ouvert progressivement à trois partenaires : en 2018, à la Fondation Schneider Electric et la Fondation BTP+, et aujourd'hui, à Valfidus. Être plus nombreux à soutenir les dons aide la lutte contre le mal-logement de moyens accrus.

1 157 873 €

(+ 54 % par rapport à 2018) collectés au profit de 83 projets associatifs en France



ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Denis Maugain : « La première promesse faite à nos collaborateurs est d'abord celle du sens, d'un environnement de travail sûr et sain, et du respect nécessaire à la diversité et à l'inclusion. À l'écoute de leurs attentes, le Groupe veille à la qualité de vie au travail et à l'épanouissement professionnel de chacun. Et, en anticipation de ses métiers stratégiques de demain, adapte ses pratiques de recrutement, de formation et d'évolution des carrières pour soutenir le développement des compétences. C'est notamment l'un des objectifs de la cartographie des compétences en cours de réalisation (lire page 23). »



89/100

note 2019, en France, de Somfy à l'Index de l'égalité salariale Femmes-Hommes du ministère du Travail français

ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES-HOMMES

En France, l'accord de 2018 relatif à l'Égalité Professionnelle Femmes-Hommes enregistre ses premiers résultats :

- objectif atteint de 30 % de femmes aux postes de cadres,
 - impact neutralisé des congés de maternité et parentaux sur les augmentations individuelles de rémunération,
 - budget de formation alloué spécifiquement pour faciliter l'évolution de femmes aux postes d'encadrement,
 - en usine, budget dédié à la mise en œuvre d'initiatives de prévention des TMS (troubles musculo-squelettiques) : animations, formations, adaptation des postes de travail.
- En 2020, l'action s'élargit à la prévention des comportements sexistes et à la déconstruction des stéréotypes.



ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS DANS LA FONDATION SOMFY

Réhabilitation de logements, mécénat de compétences, échange d'idées... Depuis neuf ans, la Fondation Somfy offre aux collaborateurs du Groupe la possibilité de s'impliquer de multiples manières dans ses actions contre le mal-logement en donnant de leur temps de travail aux associations qu'elle soutient. En 2019, deux nouveaux formats d'implication des collaborateurs ont été créés. En partenariat avec l'ONG Planète Urgence, les « Congés Solidaires » ont déjà permis à quatre

volontaires de partir deux semaines à l'étranger pour partager bénévolement leurs expertises. À Madagascar, par exemple, un collaborateur a formé l'équipe de l'Alliance française sur des outils informatiques. En fin d'année, pour lancer le programme « Retraites Solidaires », Somfy a constitué un groupe pilote de futurs retraités afin de les aider à s'engager progressivement auprès d'associations sur leur temps de travail et de les préparer à ce changement de vie.

11 FILIALES

de distribution sont impliquées dans **A House is a Home**, le programme international de lutte contre le mal-logement de la Fondation Somfy, à travers un soutien financier et humain*

* En Australie, par exemple, des collaborateurs ont participé à la réhabilitation d'un centre d'hébergement de femmes et de familles sans-abri victimes de violences domestiques.

650

collaborateurs sont engagés dans les actions de la Fondation Somfy, en France et à l'international, au travers d'une centaine de missions proposées

NOTRE VISION POUR 2030

« SOMFY CAPITALISE SUR LE DIGITAL POUR ENRICHIR LA PROPOSITION DE VALEUR DE SON CŒUR DE MÉTIER. »



ENTRETIEN AVEC JEAN GUILLAUME DESPATURE, PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DE SOMFY

Valeurs, confiance, humilité, exigence : alors que le Groupe s'apprête à écrire une nouvelle page de son développement, Jean Guillaume Despature partage ses convictions sur les conditions essentielles au leadership de Somfy.

En quoi 2019 a-t-elle été une année marquante pour le Groupe ?

J. G. D. : C'est l'année où Somfy prend véritablement conscience de tout le potentiel des technologies digitales pour réinventer sa proposition de valeur sur son cœur de métier. Le numérique va transformer profondément notre offre, mais aussi notre distribution et nos opérations. Ce mouvement, qui va s'amplifier avec notre nouvelle ambition pour 2030, portera notre croissance rentable dans l'avenir. Je vois au moins deux succès représentatifs en 2019.

Le premier, c'est la percée de nos solutions domotiques sur le marché du résidentiel collectif neuf en France, sur lequel Somfy n'était quasiment pas présent, et qui tire la motorisation sur ce segment. Pourquoi avons-nous réussi ? Parce que pour les promoteurs immobiliers, la domotique est un levier d'apport de nouveaux services dans leur offre de logements, autour de la performance énergétique, de la sécurité et du confort au quotidien, et que notre proposition de valeur répond à leurs cas d'usages spécifiques.

De la même manière, l'accélération de notre activité sur les applicatifs pour stores et rideaux (+ 7,5 %) – un vivier de croissance très

important, notamment en Amérique du Nord – traduit la valeur que nous avons su créer pour l'utilisateur autour de nos nouveaux moteurs connectés. Et ce n'est qu'un début, puisqu'en 2020, Somfy poursuit le déploiement de sa gamme Zigbee 3.0 qui va encore accroître l'interopérabilité de nos motorisations. Au sein de l'Alliance Zigbee, et aux côtés d'Amazon, Apple et Google, nous sommes fiers de participer à une initiative portant la convergence sur IP (Internet Protocol) des protocoles de communication pour les équipements de la maison connectée.

La cohérence de notre stratégie de digitalisation depuis dix ans nous positionne aujourd'hui en partenaires des plus grands acteurs du secteur. C'est un grand motif de satisfaction.

Comment cette valeur nouvelle pour le client se traduit-elle sur l'activité et la rentabilité ?

J. G. D. : Notre capacité à réinventer les bénéfices autour de nos applicatifs cœur est clé dans notre performance en 2019. Les produits lancés il y a moins de trois ans représentent 16,7 % du chiffre d'affaires des produits d'intérieur. ●●●

« L'AMBITION 2030, C'EST CRÉER DE LA VALEUR DANS TOUS LES DOMAINES POUR ÊTRE « LE PARTENAIRE DE CONFIANCE ». »



... Nos investissements stratégiques d'innovation restent de fait soutenus sans toutefois pénaliser notre marge opérationnelle courante qui poursuit sa dynamique d'amélioration et s'établit à 17,1 % du chiffre d'affaires à données réelles. À moyen terme, l'entreprise pourra compter sur de nouveaux leviers de gains de productivité, notamment l'ERP (Enterprise Resource Planning), déployé au niveau du Groupe à partir de 2021, et la segmentation de nos lignes de produits et territoires géographiques mise en place en 2020 avec Ambition 2030 (lire page 17).

+ 6,1%

Croissance du chiffre d'affaires du Groupe
À données comparables

Cette année, le Groupe a travaillé à un nouveau cadre stratégique : Ambition 2030. Avec elle, Somfy donne une nouvelle impulsion à son leadership : « être le partenaire de confiance ». Pourquoi ? Quels sont les enjeux ?

J. G. D. : Le développement de Somfy a toujours été guidé par une vision à long terme de l'évolution de son métier et de ses marchés. C'est cette réflexion à un horizon de dix ans, conduite par le Comité Stratégique du Groupe, qui nous amène aujourd'hui à faire évoluer la manière dont nous souhaitons exprimer notre leadership, autour du partenariat et de la confiance.

Ambition 2030 est à la fois une clarification de nos priorités et une réaffirmation de notre cœur de métier : l'automatisation des fenêtres et des portes du bâtiment.



+ 7,5%

Croissance de l'activité des produits d'intérieur (stores et rideaux)
À données comparables

C'est aussi une forme d'humilité qui me semble essentielle car les attentes de nos clients et des consommateurs évoluent. Pour Somfy, cela signifie repenser en profondeur notre offre autour du service, du digital, et d'une meilleure compréhension de ces besoins, pour les satisfaire ces dix prochaines années.

Pour assurer la croissance du Groupe dans la durée, je vois deux aspects sur lesquels Somfy devra tout particulièrement se surpasser : la création de valeur, j'entends par là l'utilité que nous apportons à la vie quotidienne des consommateurs, à la performance de nos clients industriels et installateurs, au Smart Living et aux écosystèmes de la Maison Connectée ; et la contribution positive de notre entreprise, de nos activités, à un développement plus durable.

Une fois que nous aurons apporté la preuve de cette valeur de l'entreprise sur le long terme, nous aurons non seulement renforcé la confiance de nos parties prenantes, mais nous l'aurons aussi enrichie en l'enracinant dans de nouveaux territoires d'expression.

Avec le transport, le secteur du bâtiment est à l'avant-poste de la réduction des émissions de gaz à effet de serre : quelle doit être la contribution des automatismes Somfy à cette bataille pour le climat ?

J. G. D. : En l'espace de cinq ans, nous avons déployé notre démarche volontaire d'écoconception à plus de 50 % des quantités de produits Somfy vendues dans le monde. Toutefois, la lutte contre le réchauffement climatique nous engage à être plus ambitieux.

C'est l'enjeu de l'alignement de tout le Groupe derrière une même stratégie développement durable, qui nous permettra de nous fixer des objectifs forts de réduction de notre empreinte carbone globale.

Vis-à-vis de nos clients, je souhaite aussi que le Groupe s'engage rapidement sur une contribution mesurable de nos produits à la performance énergétique des bâtiments. Les bénéfices de nos motorisations et automatismes en termes d'économies réalisées sur l'éclairage, le chauffage et la climatisation sont réels et confirmés par de nombreux cas d'études, mais leur mesure reste à standardiser. C'est une de nos priorités à compter de 2020.

Votre ambition pour 2030 vise aussi à permettre à chaque collaborateur de mieux tirer avantage de la puissance d'être un Groupe. Avec quelles évolutions majeures ?

J. G. D. : C'est d'abord une nécessité en raison de la dynamique de nos marchés, et qui se concrétise par une nouvelle organisation fonctionnelle pour renforcer notre excellence au quotidien, permettre à chaque collaborateur d'aller plus en profondeur dans le cœur de son métier, mais aussi de mobiliser l'intelligence collective de tout un Groupe.

Ensemble, avec tous nos métiers, savoir-faire et expertises, nous sommes assurément plus forts. Avec cette nouvelle organisation, nous serons plus performants pour continuer à renouveler notre proposition de valeur avec agilité et efficacité.

Ce fonctionnement décloisonné sera en outre une possibilité donnée à tous de se saisir de parcours professionnels enrichissants, internationaux et variés. Parce que Somfy agit à la convergence des enjeux de la Maison Connectée et de la performance énergétique du bâtiment, nous écrivons l'une des pages les plus exigeantes et stimulantes de l'histoire du Groupe. C'est pour tous les collaborateurs une source puissante d'engagement et de fierté.

AMBITION 2030

ÊTRE LE PARTENAIRE DE CONFIANCE POUR L'AUTOMATISATION DES FENÊTRES ET DES PORTES

Depuis toujours, Somfy guide son développement par une vision à long terme de son activité : « Inspirer des cadres de vie meilleurs, accessibles à tous ». Dans dix ans, ses clients professionnels et les consommateurs auront probablement des attentes très différentes vis-à-vis de Somfy.

La structuration de ses marchés aura évolué. L'exigence de développement durable sera toujours plus forte. Ces transformations qui s'opèrent à grande vitesse amènent aujourd'hui le Groupe à donner un nouveau cap à la manière d'exprimer son leadership : « être le partenaire de confiance pour l'automatisation des fenêtres et des portes ». Et, pour la première fois de son histoire, à construire une ambition à dix ans qui réunit toute l'entreprise autour d'une stratégie commune intégrant en amont ses engagements RSE (lire page 6). En 2030, avec cette ambition, Somfy aura réaffirmé et consolidé son leadership. Dix ans au cours desquels le Groupe aura repensé en profondeur ses modèles d'activités. Mais aussi la proposition de valeur qu'il apporte à travers ses produits, ses services et sa contribution à un développement plus durable. À travers cette ambition, Somfy entend aussi réaffirmer la priorité donnée à ses activités cœur de métier : l'automatisation des fenêtres et des portes de tous les bâtiments. Car c'est là que se jouera la capacité du Groupe à faire la différence sur ses marchés et à assurer sa croissance rentable et durable.

LES 4 PILIERS STRATÉGIQUES POUR RÉUSSIR



Delivering performance

Lire page 16



Rising Value to customers

Lire page 18



Forward-looking in Smart Living

Lire page 20



Inspiring & Engaging

Lire page 22

LES SIX RAISONS DE CHANGER MAINTENANT

1

LE CONSOMMATEUR EST ROI

Hyperconnecté, il s'informe et influence en temps réel, achète indifféremment en ligne et dans les enseignes physiques. Même dans les canaux de vente professionnels, c'est lui qui décide.

Somfy doit ainsi repenser sa relation avec lui, réinventer ses modèles de distribution et rebooster le pouvoir de la marque.

2

L'UTILITÉ AVANT TOUT

Le marché de la Maison Connectée est bouleversé par de nouveaux entrants tels que Google, Apple, Facebook et Amazon. Il faut réfléchir à créer de la valeur non plus en termes de produits mais d'usages, en prenant en compte les attentes des utilisateurs.

Somfy doit créer de nouveaux partenariats et pousser l'innovation pour notamment établir de nouvelles barrières à l'entrée.

3

L'URGENCE CLIMATIQUE

Elle modifie les comportements de consommation et accroît les exigences environnementales et sociétales vis-à-vis des produits, mais aussi des marques et des entreprises.

Somfy doit poursuivre ses engagements et accélérer sa démarche en matière de développement durable.

4

DES OPPORTUNITÉS À CAPTER

Les nouveaux marchés de Somfy dans le bâtiment – produits d'intérieur, automatisation des fenêtres – se structurent différemment des marchés historiques, avec des modèles d'activité à inventer.

Somfy doit réinventer de nouveaux modèles d'activité.

5

L'ÉVOLUTION DU SECTEUR

La productivité du secteur de la construction est trois fois moins importante que celle de l'industrie. Très vite, la recherche de performance deviendra une attente majeure des acteurs du bâtiment.

Dans une industrie de long terme, Somfy doit rechercher à la fois croissance et profitabilité.

6

LA FORCE DU COLLECTIF

Repenser les modèles organisationnels historiques est clé pour renouveler la proposition de valeur.

Somfy doit réinventer son modèle organisationnel pour tirer avantage de la puissance d'être un Groupe.



RENFORCER NOTRE PERFORMANCE

ENJEU

Sur un marché en mutation constante, l'accélération de la transformation du Groupe dépend de sa capacité à placer toutes ses forces au service de ses objectifs stratégiques. Somfy doit investir au bon moment, au bon endroit sur ses marchés afin d'atteindre une plus grande excellence opérationnelle. Tout cela ne sera possible que par la professionnalisation des métiers, la digitalisation des opérations et des offres, le cadrage des priorités et la mise en œuvre d'actions collectives.

LEVIERS

PRIORISER LES ACTIONS DU GROUPE

Chaque marque, chaque activité et chaque territoire doivent jouer un rôle complémentaire et se voir attribuer des priorités claires. C'est l'objectif de la feuille de route stratégique qui sera déployée dès 2020 et de la mise en œuvre, au 1^{er} janvier, d'une segmentation des activités et territoires géographiques de Somfy (lire ci-contre). Cette stratégie se concrétise déjà depuis deux ans par une vague d'innovations sur le marché des produits d'intérieur pour développer les activités cœur de métier de Somfy et, en 2019, avec le lancement de la gamme de solutions Somfy air, destinée à améliorer la qualité de l'air intérieur (lire pages 27-28).

RENFORCER LE PORTEFEUILLE DE MARQUES

Plus qu'un produit, le consommateur achète une expérience, une histoire. Marque forte, qui porte la promesse et la vision du Groupe directement auprès de l'utilisateur, la marque Somfy est un capital stratégique. En réponse à la complexité de la distribution du Groupe (internationalisation, canaux multiples, diversification des clients), le portefeuille multimarque est un atout à renforcer pour répondre à tous les besoins et créer des synergies. À l'image de celles déployées en France entre BFT et Somfy au niveau de leur distribution.

BOOSTER L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

Répondre à l'exigence d'efficacité et de compétitivité des clients, mais aussi accélérer la réduction de l'empreinte carbone du Groupe impliquent de gagner en performance individuelle et collective. Cette amélioration continue passe par l'harmonisation, au niveau de toute l'entreprise, des pratiques de gestion opérationnelle de l'activité. Notamment à travers l'adoption d'un ERP¹ unique, à partir de 2021 (lire ci-contre), et du déploiement en cours des sept processus du Somfy Group Management Systems.



ACTIONS 2019

UNE SEGMENTATION STRATÉGIQUE

TROIS ACTIVITÉS PRIORITAIRES

ACTIVITÉS CŒUR DE MÉTIER

Elles portent la croissance rentable de Somfy et accélèrent la digitalisation de sa filière.
> Produits d'extérieur, d'intérieur et d'accès résidentiel (motorisations, capteurs et solutions de commande).

ACCÉLÉRATEURS

Ils renforcent la proposition de valeur des activités cœur de métier et permettent de gagner des parts de marché.
> Fenêtres intelligentes, serrures, gammes Sécurité et Smart Home, gestion de l'accès urbain et des parkings, solutions de commande pour le bâtiment tertiaire, et services.

COMPLÉMENTS DE GAMME

Ils créent de la rentabilité additionnelle et apportent au Groupe des avantages tactiques nécessaires à la réalisation d'Ambition 2030.
> Thermostats, éclairages, volets battants, accès industriels et commerciaux, ouvrants pour fenêtre et écrans de projection.

CINQ TERRITOIRES PRIORITAIRES



ZONES CLÉS

pour assurer le leadership du Groupe, tant géographique que sur toutes ses activités cœur de métier.



ZONES DE CONQUÊTE

pour élargir le leadership de Somfy sur au moins une activité cœur de métier, avec un niveau d'investissement élevé.



ZONES À OPPORTUNITÉS

pour développer de nouveaux marchés sur les activités cœur de métier, qui vont accélérer la croissance du Groupe.



ZONES MATURES

pour asseoir les positions du Groupe en capitalisant avec agilité sur les développements réalisés pour d'autres régions.



ZONES EN CROISSANCE

pour tirer parti de leur dynamisme, avec l'objectif d'améliorer la rentabilité de l'activité tout en y conduisant des investissements mesurés.

SO!ONE, UN NOUVEL ERP¹ GROUPE COMMUN

En phase de digitalisation de ses activités, Somfy a lancé le projet So! One, le futur ERP¹ du Groupe. Cette plateforme de travail commune à l'échelle internationale sera le socle d'un fonctionnement décloisonné et plus agile. Elle permettra de digitaliser les opérations, d'harmoniser les processus métier, de simplifier le Système d'Information et d'enrichir l'expérience client et l'offre de services. En 2019, So! One est entré en phase de conception afin d'adapter la solution technologique retenue aux besoins du Groupe. Une mise en place de la solution est prévue dans deux sites pilotes en 2020 pour un déploiement effectif à partir de 2021.

LES USINES CAPITALISENT SUR LE DIGITAL

Dès mai 2020, l'usine tunisienne du Groupe va s'appuyer sur le digital pour simplifier et améliorer ses opérations de production. Pour atteindre le meilleur niveau de performance, les équipes pourront agir en anticipation plutôt qu'en réaction : automatisation des ordres de fabrication, disparition des saisies de données sur papier – et donc des risques d'erreur –, traçabilité en temps réel des composants et de la qualité. Le déploiement à l'échelle du Groupe en 2022 permettra une visibilité en temps réel des données de production.

1. Enterprise Resource Planning (progiciel qui gère de manière unifiée et transverse des processus aussi différents que la production, les commandes, les stocks ou la facturation).



APPORTER PLUS DE VALEUR À NOS CLIENTS

ENJEU

Dans la maison, l'interopérabilité des équipements et les nouveaux modes de pilotage – par la voix, la robotique – font naître des possibilités nouvelles pour améliorer le confort, la sécurité et l'économie d'énergie. Hyperconnecté, l'utilisateur veut pouvoir agir à distance et laisser les objets interagir à sa place en toute sérénité. Le numérique transforme aussi le bâtiment, les métiers des clients professionnels de Somfy.

Pour le Groupe, ces évolutions sont une injonction à s'appuyer sur les potentialités du digital pour réinventer la proposition de valeur de ses activités cœur de métier.

LEVIERS

PENSER UTILISATEUR FINAL

Somfy doit aller plus loin dans la satisfaction de l'utilisateur final pour concevoir une proposition de valeur unique et cohérente avec ses nouveaux usages. Aujourd'hui, le Groupe insuffle cet état d'esprit à tous ses métiers afin d'être

capable de proposer une expérience utilisateur sans couture et différenciante d'un bout à l'autre du parcours client, depuis l'avant-vente aux services d'assistance.

Une approche qui permet également de conquérir de nouveaux clients, acteurs du bâtiment (gestionnaires de bâtiments tertiaires, promoteurs immobiliers, syndicats de copropriété...).

ACCÉLÉRER LA DIGITALISATION DES ACTIVITÉS

En dépit d'amélioration récente en termes de productivité, l'industrie du bâtiment est encore loin derrière les autres. En tant que leader, Somfy doit conduire la digitalisation de sa chaîne de valeur et de ses activités cœur de métier,

comme il l'a fait avec le moteur nativement connecté Smart & Smooth RS100. À l'avenir, valoriser les données issues des équipements dans le respect du consommateur, pour toujours mieux comprendre ses besoins, va donner une longueur d'avance à Somfy comme à ses clients professionnels.

CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE GRÂCE AUX SERVICES

Les services ont toujours fait partie des offres du Groupe. Somfy doit aller plus loin pour développer sa proposition de valeur.

Aujourd'hui, la connectivité des équipements fait émerger de nouvelles possibilités de services à distance pour les clients professionnels. C'est l'enjeu du programme PROST lancé en 2019 (voir ci-contre). Pour les utilisateurs, Somfy propose un service de télésurveillance en complément du système d'alarme.

Avantage compétitif à court terme, ces services complémentaires permettront de prendre position auprès de nouveaux clients et canaux de distribution.



ACTIONS 2019

UNE NOUVELLE PLATEFORME D'OUTILS ET DE SERVICES DIGITAUX POUR LES PROFESSIONNELS

La connectivité des produits Somfy est une source d'efficacité pour ses clients professionnels. Pour les installateurs, c'est aussi une opportunité d'activité additionnelle grâce aux télé-services – notamment la maintenance à distance – qu'ils peuvent valoriser auprès du client. En 2019, pour accompagner au mieux ses clients dans la digitalisation de ses activités cœur de métier, Somfy lance le programme PROST (PROfessional Somfy Tools). Il se concrétise dans un premier temps par Serv-e-go, un outil de diagnostic et de maintenance à distance des produits connectés Somfy. Cette offre a été lancée en phase test en 2019 auprès d'une cinquantaine de clients français et européens. Un projet d'application mobile tout-en-un est également en cours. Il offrira la possibilité aux installateurs de configurer et de dépanner une installation connectée rapidement et simplement.





INVENTER LE SMART LIVING

ENJEU

L'habitat et les espaces de vie connaissent des changements majeurs. Les grands défis (urbanisation, empreinte carbone, vieillissement des populations), la digitalisation et l'essor des services réorganisent les habitudes des utilisateurs et bouleversent les acteurs historiques.

Tourné vers l'avenir, le Groupe innove en permanence afin de s'inscrire dans les tendances du Smart Living et apporter de la valeur dans son offre globale tout en développant des partenariats pour offrir aux clients une meilleure expérience.

LEVIERS

PRÉPARER LE FUTUR DE L'HABITAT

La percée de la technologie et des objets connectés dans l'habitat et les espaces de vie redessinent les besoins des occupants. Une nouvelle donne dans le Smart Living qui nécessite pour Somfy d'investir de nouveaux terrains de jeu, d'intégrer dans son offre de nouvelles briques technologiques (IoT, énergie solaire, Power Over Ethernet...). Pour garder

un temps d'avance, le Groupe va s'appuyer sur l'innovation prospective du TEC (Technical and Expertise Center), son métier d'ingénierie et de futurs partenariats stratégiques.

ADOPTER UNE DISTRIBUTION OMNICANAL

L'e-commerce et l'irruption sur les marchés de l'habitat d'acteurs en relation directe avec le consommateur (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft (GAFAM),

fournisseurs de services) bouleversent les canaux de distribution traditionnels. Ces évolutions poussent le Groupe à renforcer ou à repenser ses positions commerciales auprès de ses clients professionnels.

Mais aussi à se saisir des opportunités qui s'ouvrent sous l'impulsion de l'omnicanal et de l'urbanisation, dans les circuits courts, le résidentiel vertical et les bâtiments tertiaires. Pour prendre pied sur ces nouveaux marchés, Somfy doit inventer des modèles d'affaires inédits, à l'image

de la box Smart Home (TaHoma DIN-Rail) développée pour l'immobilier neuf (voir l'encadré ci-contre). Le Groupe doit également mieux capitaliser sur l'offre existante, comme la solution Shadow Management de modélisation de l'ombre portée sur les bâtiments. En 2019, elle a permis à la clinique belge LE CHIREC d'optimiser son efficacité énergétique.

CRÉER DE NOUVEAUX ÉCOSYSTÈMES

L'interopérabilité – des équipements, des marques, des espaces de vie connectés – est essentielle au développement du Smart Living.

Depuis plusieurs années déjà, Somfy adopte des protocoles de communication ouverts et universels, à l'instar de Zigbee 3.0 en 2020 (lire page 26). Pour offrir aux utilisateurs une offre toujours plus complète autour de l'automatisation des fenêtres et des portes, le Groupe renforce son ouverture aux principaux écosystèmes de la Maison Connectée, innove avec les fournisseurs de services et mène des réflexions sur la data et l'intelligence artificielle. Un exemple : le programme So Open qui est une étape importante qui montre la volonté de Somfy de développer de nouveaux partenariats.



ACTIONS 2019

SOMFY SÉDUIT L'IMMOBILIER NEUF AVEC TAHOMA® DIN-RAIL

Dans l'immobilier neuf, l'heure est aux appartements connectés et Somfy accompagne les professionnels du secteur (promoteurs et électriciens) grâce à TaHoma® DIN-Rail. Spécialement conçue pour les besoins du neuf, elle s'installe directement dans le tableau électrique et devient partie intégrante de l'habitation. Elle connecte ainsi les équipements installés en standard – motorisation de volets roulants, solution de gestion de la lumière, chauffage... – mais aussi les nouveaux produits ajoutés par les occupants. TaHoma® DIN-Rail est déployée depuis 2019 sur une trentaine de territoires d'Europe, du Moyen-Orient et d'Afrique.

En France, Somfy a, entre autres, conclu des partenariats avec les promoteurs Bouygues Immobilier, Nexity¹ et Promogim, et, en Pologne, avec Echo Investment. En Asie, Somfy a également lancé une solution TaHoma® dédiée aux logements collectifs. Elle équipe notamment le parc immobilier neuf de son partenaire thaïlandais Sansiri. Pour le Groupe, ce nouveau marché représente un potentiel global de 35 000 nouveaux appartements connectés à compter de 2021.

1. Nexity bénéficie d'une solution spécifique, avec sa propre application pour les occupants.



TOUJOURS PLUS D'INTEROPÉRABILITÉ

En 2019, Somfy poursuit sur sa lancée d'ouverture et d'interopérabilité avec les acteurs de la Maison Connectée. Au-delà des nouvelles opportunités en Amérique du Nord grâce à Zigbee 3.0 (lire page 26), Somfy a conclu plusieurs partenariats, notamment avec le distributeur Leroy Merlin pour intégrer sa box Enki. Il renforce également sa collaboration avec les fabricants Schneider Electric et Danfoss sur les marchés de l'hôtellerie et de l'immobilier neuf en Europe et en Asie. Ainsi, début 2020, le plancher chauffant Danfoss rejoint l'écosystème TaHoma®. Déjà compatible avec Velux, TaHoma® verra son interopérabilité s'élargir aux principaux acteurs de la fenêtre en France et en Allemagne, offrant, autour du programme Somfy air (lire page 27), une proposition de valeur unique sur le marché pour l'aération naturelle sécurisée.

5 167 909

équipements connectés à la plateforme technologique Somfy (Overkiz inclus)



INSPIRER ET ENGAGER

ENJEU

Depuis 50 ans, le succès de Somfy repose sur des hommes et des femmes talentueux et engagés. Avec Ambition 2030, Somfy s'inscrit dans cette trajectoire et met au coeur de son projet le développement des collaborateurs.

LEVIERS

« ONE SOMFY, ONE TEAM ! »

« One Somfy, One Team » est le mantra utilisé par les équipes. Il illustre des modes de fonctionnement renouvelés et l'engagement de l'ensemble des collaborateurs des filiales, des fonctions et des territoires autour d'une ambition commune. L'objectif est de travailler de façon rapprochée en partageant les expériences et de déployer rapidement les meilleurs standards pour mieux tirer parti de la puissance du Groupe.

DÉVELOPPER UNE DIVERSITÉ INCLUSIVE

Chez Somfy, la diversité est un credo. C'est un devoir sociétal en même temps qu'une source de performance. Le Groupe souhaite favoriser la mobilité entre ses opérations à l'étranger et son siège social en France et également développer les communautés de métiers.

FAIRE DE SOMFY « A GREAT PLACE TO GROW »

Somfy souhaite attirer les talents mais aussi offrir des parcours de développement à l'ensemble de ses collaborateurs. L'objectif est de leur permettre de réaliser leur potentiel mais aussi de garantir leur employabilité sur le long terme, le Groupe opérant dans un secteur en profonde mutation où les compétences doivent pouvoir évoluer très vite.

FAIRE RÉUSSIR LES ÉQUIPES...

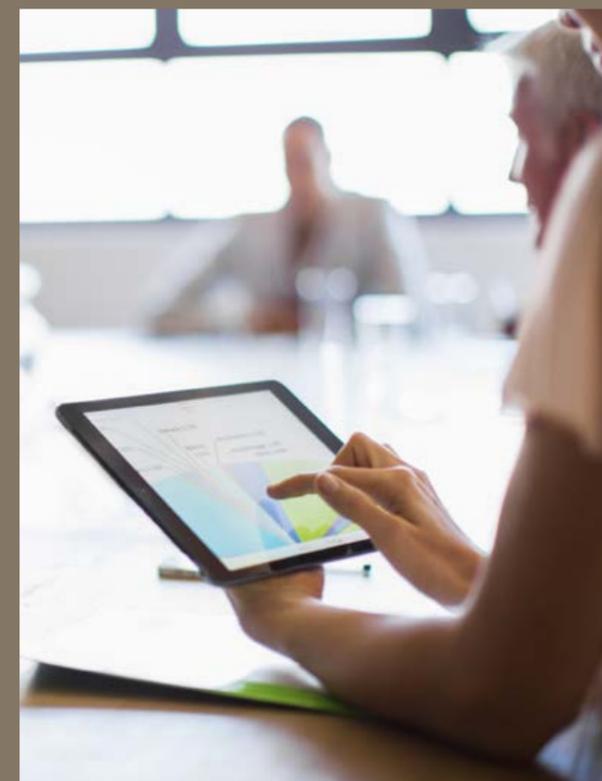
... est au centre de la mission des leaders de Somfy. Les leaders et les managers du Groupe ont pour vocation principale d'orienter les actions des équipes en leur communiquant la vision du projet de l'entreprise, de mettre en place les conditions de la réussite des collaborateurs mais aussi d'agir comme des coaches pour les faire grandir.



ACTIONS 2019

UN RÉFÉRENTIEL COMMUN POUR DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS

Data Scientists, marketeurs du digital, développeurs UX (expérience utilisateur), experts en cybersécurité... Certains métiers du numérique sont particulièrement clés pour le Groupe afin de répondre aux enjeux de demain en termes de digitalisation. Ainsi, pour mieux identifier et renforcer les métiers qui seront stratégiques pour conduire le succès d'Ambition 2030, Somfy a créé un référentiel commun au Groupe sur ses emplois et ses compétences. À fin 2019, 60 % des filières métiers ont pu être cartographiées, avec le descriptif précis des attendus, savoirs, savoir-faire et savoir être de plus d'une centaine d'emplois. Ce référentiel s'accompagnera de la mise en place progressive de plans d'actions associés en matière de développement des collaborateurs (formations, actions du management) et de recrutement. Notamment dans le digital où les compétences doivent s'adapter rapidement. Ce référentiel est aussi un outil mis à la disposition des collaborateurs pour préparer leur projet d'évolution professionnelle. Notamment en France, où le nouvel accord d'entreprise sur la Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC), signé en 2019, est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2020.



UNE NOUVELLE ORGANISATION AU SERVICE D'AMBITION 2030



Jean Guillaume Despature entouré du nouveau comité exécutif

Afin de relever les transformations toujours plus profondes de l'industrie du bâtiment, et répondre aux objectifs de son projet à dix ans « Ambition 2030 », le Groupe a mis en place, au 1^{er} janvier 2020, une nouvelle organisation guidée par trois principes majeurs.

Une organisation par fonctions, construite autour de métiers globaux, pour faciliter le déploiement de standards et animer le développement des compétences des collaborateurs. Les sept fonctions

de l'organisation travaillent ensemble au service de la croissance et de la performance de Somfy.

Davantage centrée sur le client, avec un nombre d'interfaces réduit, des rôles et des responsabilités clairs pour assurer une prise de décision plus rapide et une meilleure allocation des ressources.

Qui facilite et pilote la digitalisation des produits, de la relation client et des opérations.



1. JEAN GUILLAUME DESPATURE

Président du Directoire

Avec cette nouvelle organisation, Somfy se dote de moyens pour renforcer sa position de leader de l'automatisation des ouvertures du bâtiment. Fidèle aux valeurs d'innovation et d'entrepreneuriat qui caractérisent le Groupe, ce nouveau Comité Exécutif écrira un chapitre important de l'aventure du Groupe.



2. PIERRE RIBEIRO

Directeur Général Finance et Membre du Directoire

Pour nourrir sa démarche d'amélioration continue, le Groupe va déployer un nouveau Système de Management de la Performance. Les contrôleurs de gestion deviennent de véritables partenaires pour accompagner les métiers dans leurs projets. La réorganisation de la démarche Conformité renforce aussi la fonction Finances dans sa mission de gestion des risques.



3. VALÉRIE DIXMIER

Directrice des Ressources Humaines & Organisation

À court terme, les équipes RH vont accompagner la transformation organisationnelle de l'entreprise et veiller au partage du nouvel état d'esprit « One Somfy, One team ». Car la coopération est le socle de la réussite d'Ambition 2030. Leur rôle sera également celui d'un partenaire afin de s'assurer que toutes les équipes de Somfy puissent s'appuyer sur les compétences, la professionnalisation et les talents nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie du Groupe.



4. MARIE ZIEGLER

Directrice Stratégie & Perspectives

Nouvelle fonction au service de sa performance globale, Stratégie & Perspectives est en charge de définir et de déployer la stratégie du Groupe, et ainsi d'aider chaque équipe à mieux prioriser ses actions. L'anticipation des tendances de marché et la création de modèles d'activités innovants sont aussi au cœur de ses missions.



5. BRUNO BARLET

Directeur des Ventes Sud & Est (France, Europe de l'Est et du Sud, Afrique et Moyen-Orient et Asie-Pacifique)

6. JEAN PASCAL REY

Directeur des Ventes Nord & Ouest (Europe du Nord et du Centre, Amérique du Nord et du Sud).

Présentes dans 58 pays, les équipes des filiales de distribution se recentrent sur leurs métiers de ventes pour accroître la performance commerciale du Groupe et toujours mieux accompagner les clients dans l'évolution de leurs besoins. Elles sont désormais pilotées par deux Directions des Ventes, qui ont chacune la responsabilité de zones géographiques équilibrées et cohérentes. Créer des standards communs et partager les bonnes pratiques vont permettre de consolider le leadership de Somfy et d'accélérer les prises de position sur de nouveaux marchés.



7. MARC WESTERMANN

Directeur Produits & Services

Le développement du portefeuille d'offres de toutes les marques du Groupe est désormais assuré par la Direction Produits & Services dont la mission est, notamment, de poursuivre la digitalisation des activités cœur de métier, renforcer l'expérience de la marque et optimiser la performance économique du portefeuille d'offres. La coopération entre les équipes des différentes lignes de produits sera un levier clé de la satisfaction client et de l'innovation pour renouveler sans cesse la proposition de valeur de Somfy.



8. JEAN-CLAUDE RIVIER

Directeur Ingénierie & Qualité

Rassembler au sein d'une même direction les métiers d'ingénieurs et de développeurs consolide la capacité de Somfy à fournir à ses clients la meilleure offre au moment opportun. Le client est au centre de la réflexion dès les premières phases de recherche et de développement. Pour innover, le Groupe peut notamment s'appuyer sur l'excellence de ses technologies et de la qualité.



9. BRUNO STRAGLIATI

Directeur Opérations & Logistique

En lien avec les équipes des Ventes et Produits & Services, le pilotage intégré des Achats, des unités de production et de la chaîne logistique va placer le client au cœur des préoccupations pour satisfaire ses attentes, en termes de délais de livraison, d'amélioration continue et d'optimisation des coûts.

LES RÉUSSITES EN 2019

L'innovation a soutenu le développement des activités cœur de métier, avec une vague sans précédent de nouveautés pour les stores intérieurs et rideaux, un nouvel usage – la qualité de l'air intérieur – et la naissance de la nouvelle serrure connectée. Somfy a aussi renforcé ses positions sur le marché résidentiel neuf.



AVEC ZIGBEE 3.0, SOMFY RENFORCE SA POLITIQUE D'OUVERTURE

Zigbee 3.0 est désormais le standard dominant de la Maison Connectée. Porté par une alliance de plus de 400 industriels dont Google, Apple, Amazon, IKEA, ce protocole radio mondial garantit en effet l'interopérabilité de leurs équipements. Somfy a choisi l'Amérique du Nord, un de ses principaux marchés de protections solaires intérieures et extérieures, pour intégrer, dès 2020, Zigbee 3.0 dans une offre de Smart Shading comprenant des motorisations pour stores d'intérieur et rideaux, des télécommandes et une application

TaHoma®, la box Smart Home de Somfy. Les occupants peuvent ainsi créer des scénarios pour améliorer leur confort visuel, préserver leur intimité ou simuler une présence. Avec Zigbee 3.0, TaHoma® est désormais compatible avec les grandes marques de l'univers de l'éclairage aux États-Unis (Amazon Echo, Samsung SmartThings, Philips Hue, Leviton) et les principaux écosystèmes et assistants vocaux de la Maison Connectée : Amazon Alexa, Google Assistant, Control4, Elan, Savant, Crestron, SmartThings, IFTTT.



Prix CEPro Best Product au CEDIA 2019 pour la motorisation Sonesse® 30 WireFree Zigbee® Li-ion. Le salon CEDIA Expo réunit chaque année à Denver plus de 20 000 professionnels et 500 exposants des secteurs de la Smart Home et des technologies pour l'habitat.

Set & Go Connect
Pour ses clients fabricants et installateurs, Somfy lance en parallèle cet outil qui simplifie l'intégration et l'installation des produits Zigbee 3.0.



UN SOUFFLE D'INNOVATION DANS L'AIR

Après trois années de recherche, Somfy a lancé en 2019 son nouveau programme Somfy air pour répondre aux enjeux environnementaux autour de la qualité de l'air intérieur tout en levant les différents freins à l'aération : manque de temps, peur du cambriolage ou de la déperdition de chaleur. De la plus simple à la plus connectée, la gamme de solutions Somfy air est pensée pour répondre à tous les besoins, quel que soit le niveau d'équipement de l'habitat. La nouvelle motorisation pour baie coulissante, Sliding air io, est ainsi dotée d'une position « air » permettant d'entrouvrir la baie tout en la maintenant bloquée par mesure de sécurité. L'utilisateur peut aussi consulter à distance l'état de ses fenêtres (ouvertes, fermées) et être alerté en cas de tentative d'intrusion grâce au capteur IntelliTAG™ air io. Combinées à TaHoma®, les baies et fenêtres motorisées peuvent par exemple interagir avec le chauffage ou les volets roulants et être pilotées depuis un smartphone. Conçu en partenariat avec le fabricant de fenêtres Liébot, Sliding air io a reçu le Trophée de l'Innovation du salon Batimat 2019. Cette nouvelle gamme d'offres ouvre au Groupe un nouveau marché au potentiel important.

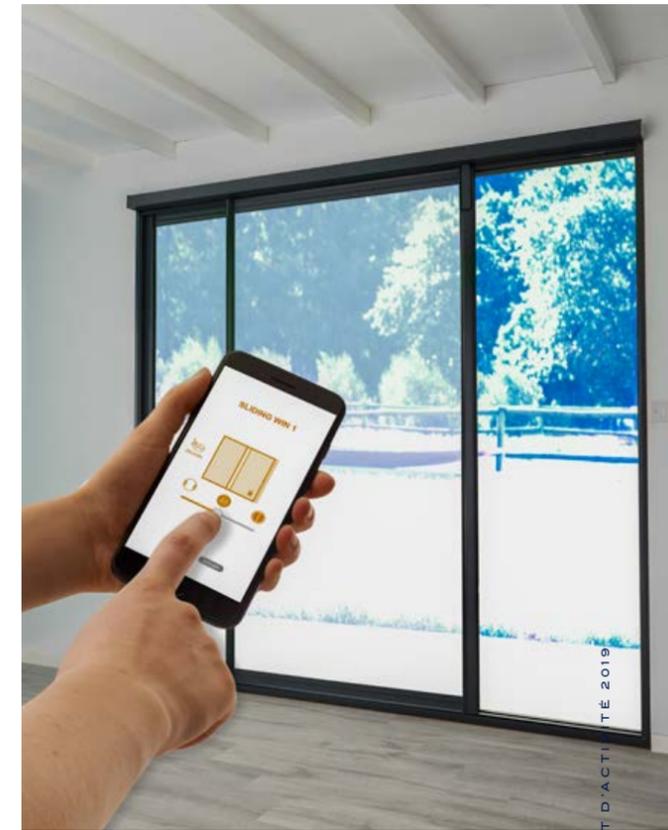
36 M

de fenêtres fabriquées chaque année en France, en Allemagne et en Pologne



UN CHAUFFAGE TOUJOURS OPTIMAL DANS CHAQUE PIÈCE

Sur le marché de la Maison Connectée, le chauffage est l'applicatif le plus demandé. En lien avec TaHoma®, Somfy innove avec la vanne thermostatique io qui permet de gérer la température des radiateurs pièce par pièce pour un confort thermique au plus juste dans tout l'habitat. Son capteur de température intégré offre aussi à l'occupant la possibilité de créer des scénarios de programmation plus personnalisés, en concertation par exemple avec les volets roulants et les capteurs d'ensoleillement.



AVEC IZYMOTM, L'ÉCLAIRAGE SE CONNECTE

Transformer l'éclairage existant de sa maison en un équipement connecté, c'est possible grâce aux micromodules Izymo™. Ainsi, sans travaux lourds, il devient simple de piloter ses lampes depuis son smartphone, pour simuler une présence ou lancer son scénario préféré à son retour chez soi. Lancé en 2019 en Europe, Moyen-Orient et Afrique, Izymo™ rencontre un grand succès, notamment auprès du canal de vente des électriciens et du résidentiel neuf.





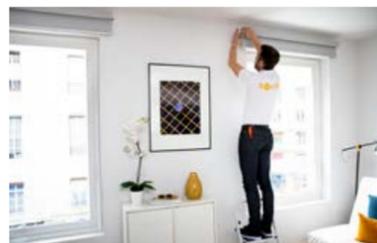
↓

LE MOTEUR D'INTÉRIEUR LE PLUS SILENCIEUX DU MARCHÉ

38 décibels, soit le niveau acoustique d'un bruissement de feuille, c'est la performance de la nouvelle gamme Sonesse ULTRA. Ce qui en fait le moteur pour stores et rideaux le plus silencieux du marché. Récompensé d'un prix de l'Innovation au Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas en janvier 2020, le modèle Sonesse ULTRA 30 WireFree est par ailleurs sans fil et connecté. Depuis l'application associée, les occupants peuvent créer des scénarios de vie pour leur confort visuel ou leur intimité par une interopérabilité avec d'autres objets connectés, ou simplement suivre en temps réel le niveau de recharge de la batterie du moteur. Avec cette nouvelle gamme, Somfy offre désormais le choix entre trois niveaux acoustiques (standard, silence, ultra-silence) pour motoriser les stores et rideaux.

3 M
Cap de moteurs Sonesse installés franchi en juin 2019


Prix de l'Innovation CES 2020



UNE GAMME « AUTONOME » SUR BATTERIE

Pour les stores et les rideaux, Somfy poursuit le déploiement de moteurs sans fil qui se glissent à l'intérieur de n'importe quel type de stores. Avec le silence et la connectivité, leur simplicité d'installation est en effet un levier clé du développement de la motorisation des protections solaires d'intérieur. Équipés d'une batterie ne nécessitant qu'une recharge par an, ils peuvent aussi fonctionner à l'énergie solaire.

60
nouveaux moteurs autonomes lancés entre 2018 et 2020

+30 %
des ventes pour la gamme de moteurs autonomes Somfy en 2019

LE MOTEUR QUI AÈRE

Le moteur pour volets roulants Smart & Smooth Operator RS100 s'enrichit d'une version « Air » en partenariat avec le fabricant Zurflüh-Feller. Il permet de ventiler naturellement la maison en toute sécurité grâce à une fonctionnalité inédite de blocage du tablier. Quatre ans après son lancement, la technologie de motorisations nativement connectées Smart & Smooth continue à conduire l'innovation du secteur.



SOMFY ÉQUIPE LE SIÈGE D'AMERICAN AIRLINES

En septembre 2019, American Airlines a inauguré son nouveau siège social à Dallas-Fort Worth dont six bâtiments de bureaux qui abriteront à terme plus de 7 000 employés de la compagnie aérienne. Somfy a participé à ce projet colossal en fournissant 2 155 motorisations silencieuses Sonesse, équipées de la technologie bidirectionnelle filaire RS485 SDN (Somfy Digital Network). L'équipe projet de Somfy s'est également chargée de la mise en service des deux premiers bâtiments.



EN ALLEMAGNE, SOMFY CONNECTE DES MAISONS EN STANDARD

Déjà partenaire de plusieurs acteurs majeurs de l'immobilier collectif neuf (Bouygues Immobilier, Nexity, Promogim... Lire page 21), Somfy a aussi conclu un nouvel accord avec Viebrockhaus, l'un des plus importants constructeurs allemands de maisons individuelles.

800

maisons Viebrockhaus seront chaque année équipées de TaHoma®, la box Smart Home de Somfy, associée à des motorisations RS100 io Hybrides pour volets roulants. En complément, des packs sécurité seront proposés, dont des détecteurs d'ouverture de fenêtres. Les propriétaires auront aussi accès au service client de Somfy et à la boutique en ligne pour compléter leur installation (capteurs, caméras extérieures, micromodules IzyMo™ pour la lumière, etc.).



LES SOLUTIONS D'EXTÉRIEUR EN PLEINE DYNAMIQUE

Cette année encore, le Groupe a connu une très forte croissance d'activité (+ 15,2 %) sur le segment du store screen extérieur en Europe du Nord et Centrale, et en Amérique du Nord, où l'offre Maestria rencontre les attentes du marché. La gestion dynamique de son portefeuille multimarque (Somfy, Simu, ASA) permet au Groupe de maintenir sa position de leader. Sur le marché des brise-soleil orientables, Somfy consolide ses positions et enrichit son offre de motorisations équipées d'une détection de gel et d'obstacle. Nouveau marché pour Somfy, les solutions pour pergolas rencontrent, quant à elles, un beau succès qui valide la pertinence de l'écosystème complet de Somfy – motorisation du toit, des stores latéraux, capteurs solaires, gestion de la lumière – pilotable par TaHoma®.





UNE FORTE CROISSANCE POUR LES PRODUITS D'ACCÈS SOMFY

Les ventes de motorisations et applicatifs pour portails et portes de garage continuent sur leur belle trajectoire de croissance. En 2019, cette dynamique a notamment été portée par les produits connectés Smart io destinés à une installation par des professionnels. Un an après son lancement, cette gamme a su remporter la confiance des leaders français de la fabrication de produits porteurs. Ce qui permet de démocratiser un peu plus le déploiement d'accès connectés chez les particuliers : depuis 2015, le nombre de motorisations io pour portails et portes de garage connectées aux plateformes Smart Home (TaHoma®, Connexoon®) a été multiplié par cinq.

En 2019, le fabricant polonais Wisniewski a également renforcé son partenariat avec Somfy sur les motorisations de portes de garage, ce qui ouvre désormais une extension de cet accord à d'autres applicatifs connectés (serrure, vidéophone, récepteur pour portails). Les produits d'accès commercialisés directement auprès des utilisateurs ont de leur côté fait peau neuve en 2019. Ces offres simples à installer soi-même sont désormais articulées autour de quatre nouvelles gammes qui s'adaptent précisément aux besoins des clients des différents canaux de ventes courts de Somfy (grandes surfaces de bricolage, e-retailers, fabricants).

+1M

Nombre de produits d'accès Somfy vendus dans le monde en 2019



L'OUTDOOR CAMERA ET HOME KEEPER PRO, SUCCÈS DE L'ANNÉE

Lancées fin 2018 en Europe, ces deux offres se sont hissées parmi les meilleures ventes de l'écosystème Sécurité de Somfy. Caméra d'extérieur dotée d'une sirène et capable de commander l'allumage d'un luminaire, l'Outdoor Camera séduit par sa triple fonction de détection, d'alerte et de dissuasion des tentatives d'effraction. Conçue pour faciliter l'installation et la maintenance par des professionnels, la gamme d'alarmes Home Keeper Pro (27 équipements) peut de son côté piloter les volets roulants, l'éclairage et les automatismes de portail et de garage. Son diagnostic et paramétrage sont réalisables à distance pour plus de performance et un meilleur service rendu aux utilisateurs.



BFT LANCE DES NOUVELLES GAMMES DE PRODUITS

BFT est la marque du Groupe spécialiste de la gestion et de la sécurisation des accès (résidentiel, urbain, tertiaire, industriel). En 2019, BFT a lancé quatre familles de produits pour l'habitat basées sur de nouvelles technologies. Avec, à nouveau, une promesse de haute fiabilité et de sécurité. L'opérateur ICARO Veloce pour portails coulissants, par exemple, est capable d'actionner jusqu'à 1 000 kg à une vitesse de 25 mètres/minute, soit une performance deux fois supérieure aux capacités des moteurs traditionnels. Sur le marché de l'accès urbain, BFT propose aussi une nouvelle station de paiement pour les parkings, Espas 30 Ultra, avec une interface utilisateur optimisée.



LA SERRURE CONNECTÉE NOUVELLE GÉNÉRATION

Les particuliers qui louent régulièrement leur logement ou qui se font livrer des colis à domicile en leur absence vont adorer la nouvelle gamme de serrures connectées Somfy. Door Keeper ne se contente plus uniquement d'ouvrir/fermer la porte d'entrée à distance et de gérer les droits d'accès temporaires, elle informe en temps réel sur son statut (verrouillée/déverrouillée) via l'application pour smartphone Somfy Keys. Surtout, elle devient un outil actif de la sécurité de la maison grâce à son détecteur de tentative d'intrusion intégré IntelliTag™. Plus simple d'usage et plus robuste, elle adopte aussi un nouveau design très harmonieux.



2020

Door Keeper est présentée au Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas.



En 2019, la satisfaction client atteint un très bon niveau.

Voici les principaux résultats de l'enquête conduite au niveau Groupe dans 17 pays (hors France), auprès d'installateurs, de distributeurs, fabricants et assembleurs :



de clients « satisfaits » ou « très satisfaits ».



Le Consumer Net Promoter Score (CNPS) mesure la loyauté des clients à travers la question « Recommanderiez-vous Somfy à un collègue ou un ami ? ».



considèrent que Somfy est une « entreprise responsable ».



L'enquête montre également la bonne perception et adhésion des clients à :
 > l'offre de services de Somfy, qu'ils jugent en phase avec les besoins actuels du marché,
 > l'intégration de la digitalisation dans ses solutions.

LES PERFORMANCES EN 2019



CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS €



Le chiffre d'affaires est ressorti à 1 200,2 M€ sur l'exercice 2019, en augmentation de 6,5 % en termes réels et 6,1 % à données comparables, dont 4,7 % au premier semestre et 7,5 % au second semestre.



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT EN MILLIONS €



Le résultat opérationnel courant s'est élevé à 204,8 M€ sur l'exercice. Il a représenté 17,1 % du chiffre d'affaires et s'est inscrit en hausse de 15,2 % en termes réels. À taux et périmètre constants, le ROC s'élève à 201,3 M€, soit 16,8 % du chiffre d'affaires.



Pierre Ribeiro
Directeur Général Finance
et Membre du Directoire

« LA PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE REFLÈTE L'INTÉRÊT GRANDISSANT DES CONSOMMATEURS DE TOUS HORIZONS POUR LES **SOLUTIONS MOTORISÉES ET CONNECTÉES** DE L'HABITAT MAIS AUSSI LE SUCCÈS DE NOMBREUX PARTENARIATS ET PRODUITS LANCÉS RÉCEMMENT. »



INVESTISSEMENTS INCORPORELS ET CORPORELS NETS EN MILLIONS €



À 53,3 M€ (contre 57,3 M€ en 2018), les investissements incorporels et corporels ont été maintenus à un niveau normatif, en phase avec la mise en œuvre de la stratégie du Groupe.



CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT EN MILLIONS €



La capacité d'autofinancement est en progression de 23,3 % à 220,1 M€, compte tenu de la croissance de l'activité et de la première application de la norme IFRS 16.



RÉSULTAT NET EN MILLIONS €



Le résultat net est ressorti à 163,2 M€, en hausse de 16,3 %.

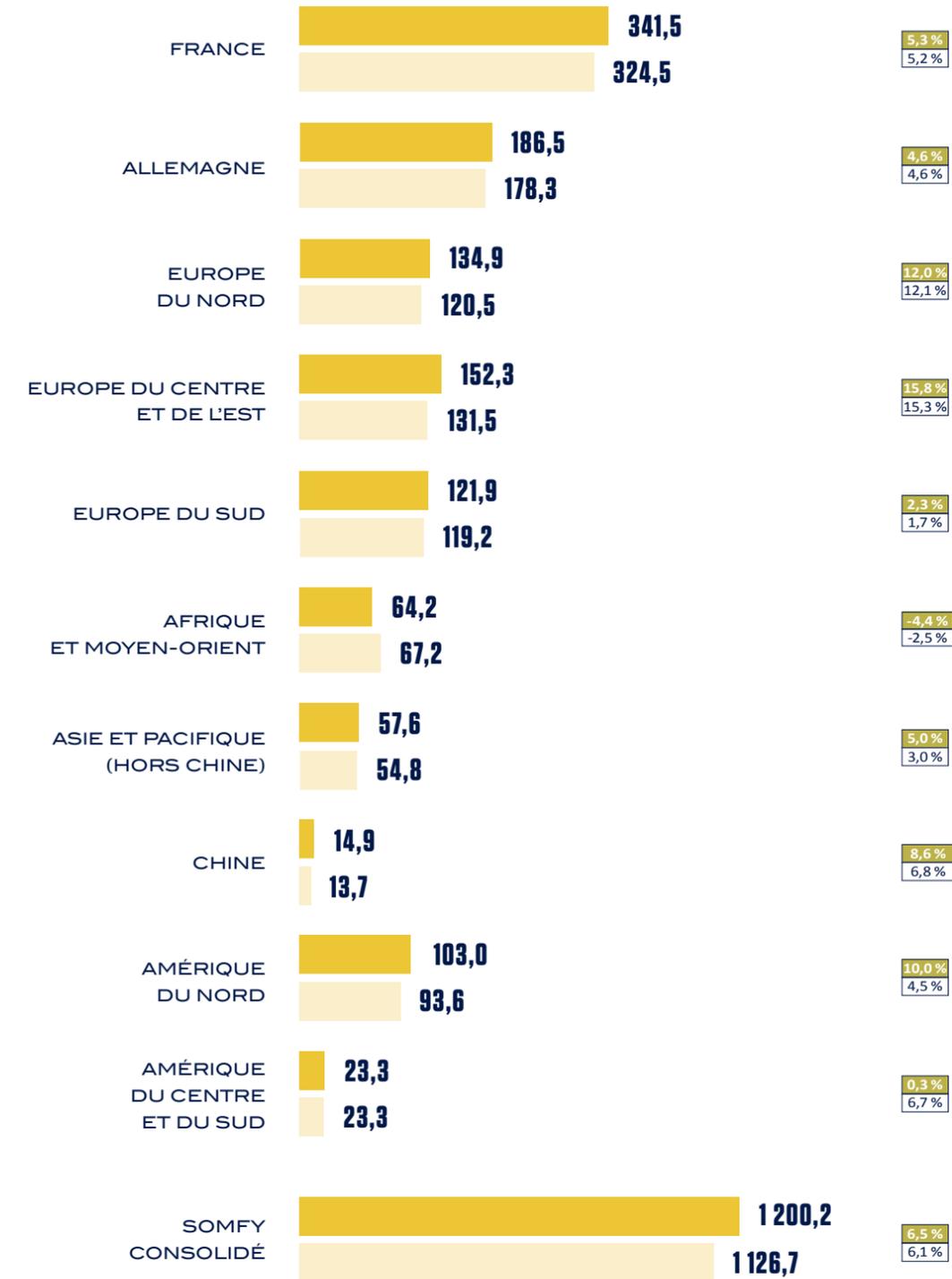


EXCÉDENT FINANCIER NET EN MILLIONS €



Le solde financier net a fortement augmenté et est resté excédentaire, à hauteur de 310,5 M€, à fin décembre. Il intègre un impact de la norme IFRS 16 de 48,3 M€.

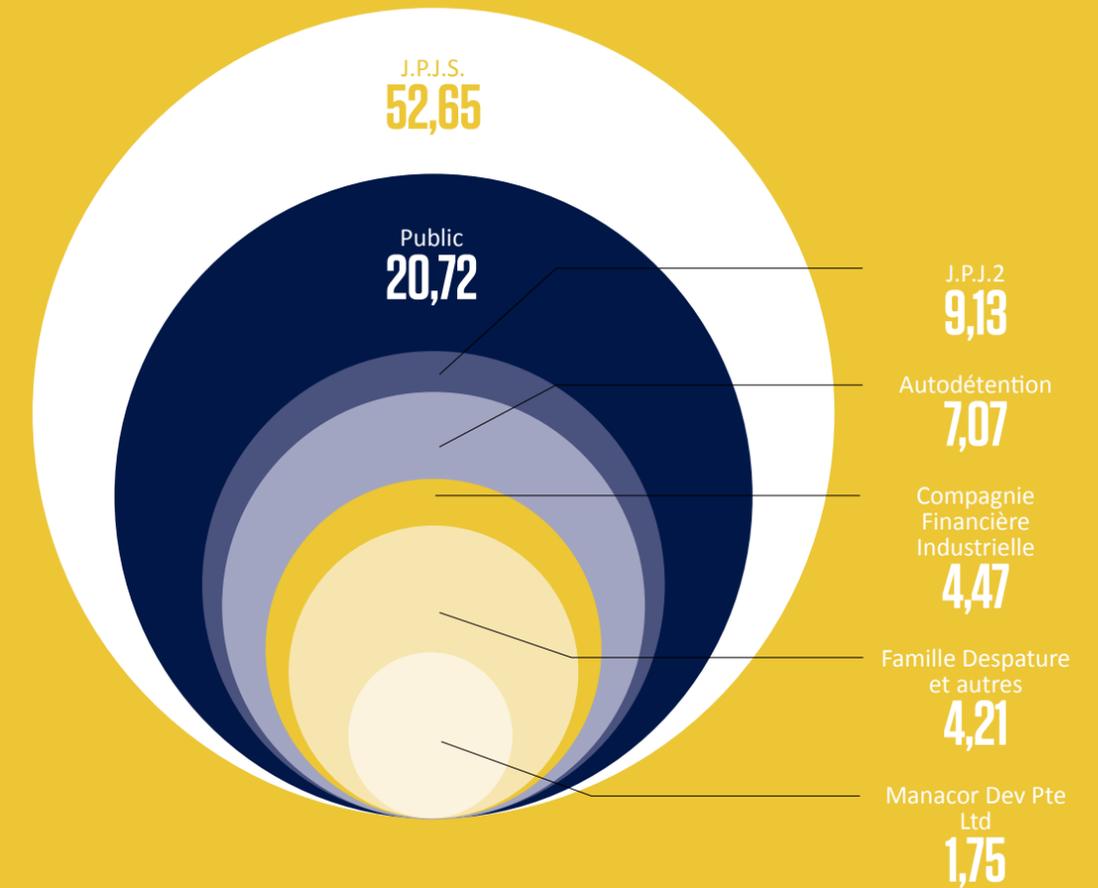
CHIFFRE D'AFFAIRES PAR LOCALISATION DES CLIENTS
EN MILLIONS €



● 31.12.19 ● 31.12.18 ● Variation N/N-1 ○ Variation N/N-1 à données comparables



RÉPARTITION DU CAPITAL EN %
AU 31/12/2019



RELATIONS ACTIONNAIRES



COTATION

Somfy SA est une société à Directoire et Conseil de Surveillance cotée sur Euronext d'Euronext Paris (compartiment A, Code ISIN FR0013199916).



CAPITAL

Le capital au 31 décembre 2019 s'élève à 7 400 000 €, divisé en 37 000 000 actions de 0,20 € de nominal, entièrement libérées et toutes de même catégorie.

Saison
2019-2020



SOMFY

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

Conception et réalisation : W

Crédit photos : American Airlines, Laurent Cousin, Jakob Helbig/Getty Images, Pierre et Gilles, Sémaphore, Sémaphore and Co, Somfy, Somfy Activités SA, Somfy Activités SA/Vanessa Andrieux, Somfy Activités SA/Arnaud Childéric, Somfy Activités SA/Getty Images, ©Somfy Activités SA / Lukkien, Somfy Activités SA/Hervé Thiery, Viebrockhaus, Westend61/Getty Images, Zoom.

Ce document est imprimé avec des encres végétales par l'imprimerie Monterrain, labellisée « Imprim'Vert », sur un papier 100 % recyclé.

#YellowPower



somfy

