



LIVING
better



FAIRE DE SOMFY LA RÉFÉRENCE DU LIVING BETTER

Le secteur du bâtiment accélère sa mue avec de fortes attentes sur la flexibilité des usages, l'intégration de nouvelles technologies et une plus grande sobriété énergétique. Dans ce contexte, SOMFY est déterminé à jouer un rôle prépondérant pour inventer les solutions de demain. Forts de notre indépendance, nous avons la liberté d'agir, d'investir et d'innover pour faire avancer le smart living.

Notre actionnariat familial nous donne, en effet, la maîtrise du temps long et l'agilité nécessaire pour investir dans l'avenir. L'offre publique d'achat, lancée par le groupe familial Despature, puis notre sortie de Bourse marquent la confiance forte que nous avons dans le Groupe SOMFY depuis 1984. Elle renforce la liberté de l'entreprise dans le déploiement de sa feuille de route, pour porter notre Ambition 2030 autour de la digitalisation, de l'innovation, de l'excellence opérationnelle et de notre projet humain.

SOMFY traduit cette vision de long terme par Living Better, l'expression de notre engagement utile et responsable pour inspirer de nouvelles façons de vivre, de travailler et de consommer pour tous, que nous devons construire ensemble à travers le monde, afin d'habiter notre planète de manière plus vertueuse et plus pérenne. Agir pour de nouvelles façons de vivre, c'est allier au quotidien un modèle économique durable, la protection de l'environnement et l'épanouissement de chacun.

Cette vision de long terme donne un cap clair pour tous et imprime une vision très positive du smart living. En inspirant de meilleurs cadres de vie accessibles à tous, SOMFY se positionne comme un acteur de référence de l'habitat connecté et performant énergétiquement qui réconcilie confort et frugalité.

**« Notre actionnariat familial
nous donne la maîtrise
du temps long et cette liberté
pour investir dans l'avenir. »**

**JEAN GUILLAUME DESPATURE
PRÉSIDENT DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION DE SOMFY**



CHEZ SOMFY, NOUS NOUS SOMMES DONNÉ POUR MISSION DE VIVRE MIEUX.

Nous sommes convaincus que responsabilité rime avec utilité.
Mener nos activités de manière vertueuse nous permettra
d'exercer une influence vertueuse autant sur
nos parties prenantes que sur la planète.

L'idée de Vivre Mieux guide nos actions pour contribuer
à préserver l'environnement, développer nos équipes et avoir
un impact positif sur les communautés locales, grâce
à l'engagement de nos collaborateurs et à nos actions de mécénat.

Unis par cet engagement, nous agissons en insufflant nos idées
et convictions avec l'état d'esprit adéquat, tout en créant
de nouvelles innovations qui contribuent à améliorer le monde
qui nous entoure. Nous exigeons le meilleur de nous-mêmes
dans l'intérêt de nos équipes, nos clients et nos partenaires.

En tant qu'entreprise familiale, nous restons fidèles
à nos origines. En nous mettant au défi de nous adapter,
nous poursuivons une vision long terme.

Depuis 1969, nous avons évolué d'entreprise familiale régionale
à leader international implanté dans 58 pays.
Cette trajectoire nous incite à toujours avancer,
avec humilité et confiance.

À travers Living Better, notre engagement en faveur du confort
et du bien-être va de pair avec la volonté de rendre nos solutions
plus performantes et plus efficaces sur le plan énergétique.

POUR LA PLANÈTE,
en agissant au quotidien pour préserver les ressources
et la biodiversité en réduisant notre empreinte carbone.

POUR NOS ÉQUIPES,
grâce à un lieu de travail où l'on apprend, où l'on grandit,
et où l'on partage une culture désirée commune.

POUR LA PERFORMANCE DU GROUPE
en tirant parti de la collaboration et de l'innovation.

C'est le moment d'être utile et responsable ensemble.

#LIVING BETTER

EN DIRECT AVEC PIERRE RIBEIRO

Côté marchés, les années se suivent mais ne ressemblent pas avec un exercice 2022 marqué par un fléchissement sensible de la demande. En revanche, SOMFY maintient le rythme de sa transformation pour être aux avant-postes du smart living. Le point avec Pierre Ribeiro, Directeur Général.

« 2025 One Way est articulé en trois axes : nos clients, nos équipes et notre performance avec des bénéfices précis attendus pour chacun d'eux. »

2022 est-elle l'année du retour à la normale ?

P. R. — Après deux exercices exceptionnels liés à la crise sanitaire et aux investissements importants réalisés par les ménages dans leur intérieur, la demande a fléchi en raison des incertitudes géopolitiques et économiques. Pour autant, nos résultats restent supérieurs aux années précédant le Covid. Notre croissance a progressé de 3,7 % pour un chiffre d'affaires de plus de 1,5 milliard d'euros et notre marge opérationnelle courante s'est établie à 18,2 %. Au regard de ces résultats et de notre capacité à retrouver un très bon niveau de service, 2022 est une année positive.



Quelle est la vocation du plan 2025 One Way lancé en 2022 ?

P. R. — Étape de notre Ambition 2030, ce plan d'exécution vise à apporter des avantages concrets d'ici trois ans à nos clients, à nos équipes et à notre performance avec des bénéfices précis attendus pour chacun d'eux. Il a été pensé pour visualiser ce que sera SOMFY en 2025 et pour que chaque collaborateur puisse se projeter et mesurer les effets de son engagement. Ce plan, nous l'avons partagé en avant-première et en direct avec 400 clients français de notre réseau Somfy Expert à Avignon en janvier 2023. Il a été très bien accueilli. Nous réussirons à mener notre transformation à la condition de réaliser ce plan. C'est à SOMFY de jouer.

Quelles actions SOMFY a-t-il initiées pour justement renforcer cette relation client ?

P. R. — Nous agissons à trois niveaux : la fiabilité de notre chaîne logistique, la vitalité de notre R&D avec des lancements cette année et la digitalisation de l'expérience client. En 2022, notre priorité a été de restaurer le taux de service affecté par la pénurie des composants électroniques.



Nos équipes ont redoublé d'efforts pour revoir le design de nos produits afin d'y incorporer des composants disponibles sur le marché. Cette mobilisation a été récompensée avec un taux de service remonté à 90 %. Nous visons 95 % en 2023. Pour le fiabiliser à long terme, nous investissons dans notre outil industriel avec la construction d'une usine au Portugal et un projet de centre logistique dans le grand ouest de la France. Enfin, nous optimisons l'interface avec notre réseau de clients en lançant un portail unique, véritable vitrine de l'ensemble de nos services.

La place de l'innovation est-elle encore intacte dans ce contexte pour défendre nos positions ?

P. R. — Plus que jamais, elle est indispensable pour reconquérir des parts de marché. Notre maîtrise de l'interopérabilité des objets et nos travaux avec des partenaires pour rendre l'IoT plus accessible font de SOMFY une entreprise technologique. Aujourd'hui, l'innovation est tirée par la prise de conscience environnementale des consommateurs et la nécessité d'améliorer la performance énergétique des bâtiments. Avec près de 66 % de nos moteurs labellisés Act For Green et notre engagement de réduire de 50 % les émissions de CO₂ de nos moteurs d'ici 2030, SOMFY fait preuve de détermination.

« Le soutien de notre actionnariat, couplé à ces tendances de fond, nos atouts et nos investissements, dessinent un avenir prometteur. »

Nous avons lancé deux innovations majeures : le moteur solaire RS100 Solar io pour reprendre le leadership en motorisation solaire et l'adaptation de notre gamme de moteurs pour stores intérieurs au protocole Zigbee principalement pour le marché américain. En parallèle, nous accompagnons nos clients avec un démonstrateur en ligne pour évaluer les gains énergétiques liés aux solutions SOMFY.

Comment SOMFY se projette-t-il en 2023 ?

P. R. — Nos activités sont tirées par des évolutions sociétales structurantes et de long terme : l'amélioration de la performance énergétique du secteur du bâtiment, premier émetteur de CO₂, et la montée en puissance de l'habitat connecté pour créer plus de valeur, de confort et de sécurité. SOMFY a plusieurs autres atouts : une architecture de marque repositionnée pour accompagner sa stratégie, une transformation digitale qui avance vite et des équipes engagées. Le soutien de notre actionnariat, couplé à ces tendances de fond, nos atouts et nos investissements, dessinent un avenir prometteur. Pour ces raisons, 2023 sera l'année du rebond et de la reconquête du marché.



PROFIL

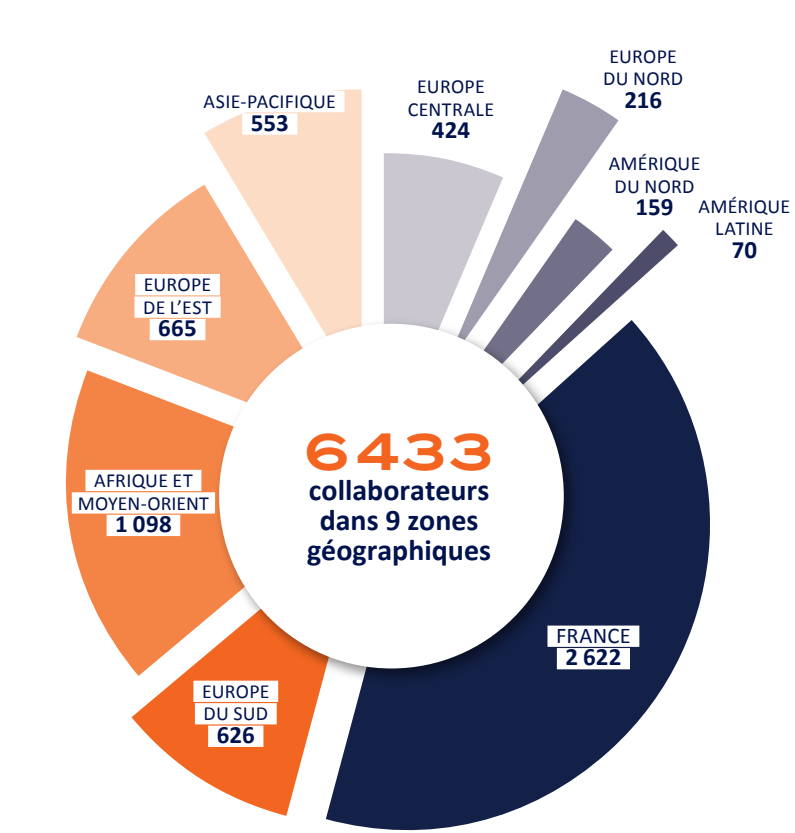
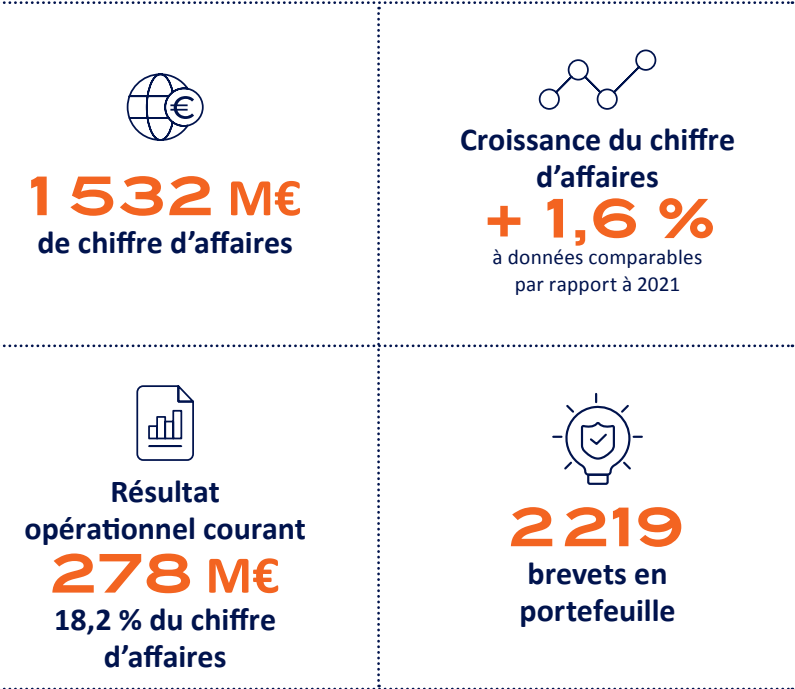
Entreprise familiale et indépendante d'envergure internationale, SOMFY est la référence du « Living Better ». Acteur de la maison connectée et de ses cas d'usages, le Groupe innove pour la maison et le bâtiment dans trois domaines : le confort et le bien-être, la sécurité des personnes et des biens et les économies d'énergie. SOMFY conçoit, assemble et distribue des moteurs et des automatismes intégrés dans les stores, les volets, les portes et les portails ainsi que des systèmes intelligents qui en assurent le pilotage. Il distribue également des produits connectés et des applications digitales.

À l'affût des nouveaux usages et des besoins, SOMFY développe de nouveaux produits interopérables avec les acteurs de la maison et du bâtiment connectés. Présent sur les marchés de la construction et de la rénovation, il réduit l'empreinte carbone de ses solutions et les rend accessibles au plus grand nombre *via* ses implantations sur les cinq continents et son portefeuille de marques complémentaires. Avec des solutions adaptées à chaque marché, SOMFY tisse une relation de confiance avec ses clients et ses partenaires, basée sur l'excellence de ses produits et de ses services.

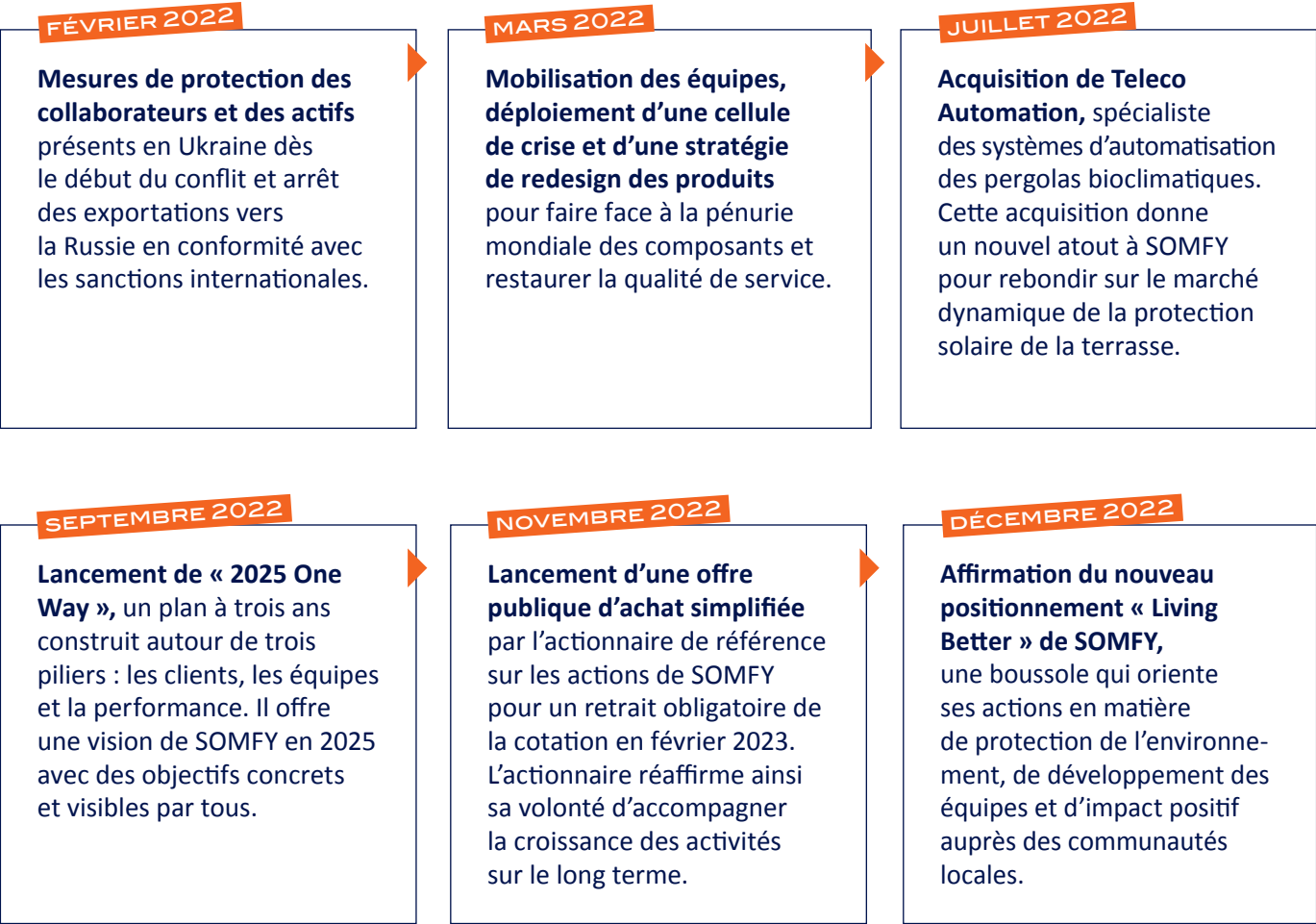
C'EST AINSI QUE, CHAQUE JOUR, SOMFY ÉCRIT LE FUTUR DE L'HABITAT POUR VIVRE MIEUX. IL LE FAIT EN ÉTANT UTILE ET RESPONSABLE.

2022 : DES CHIFFRES

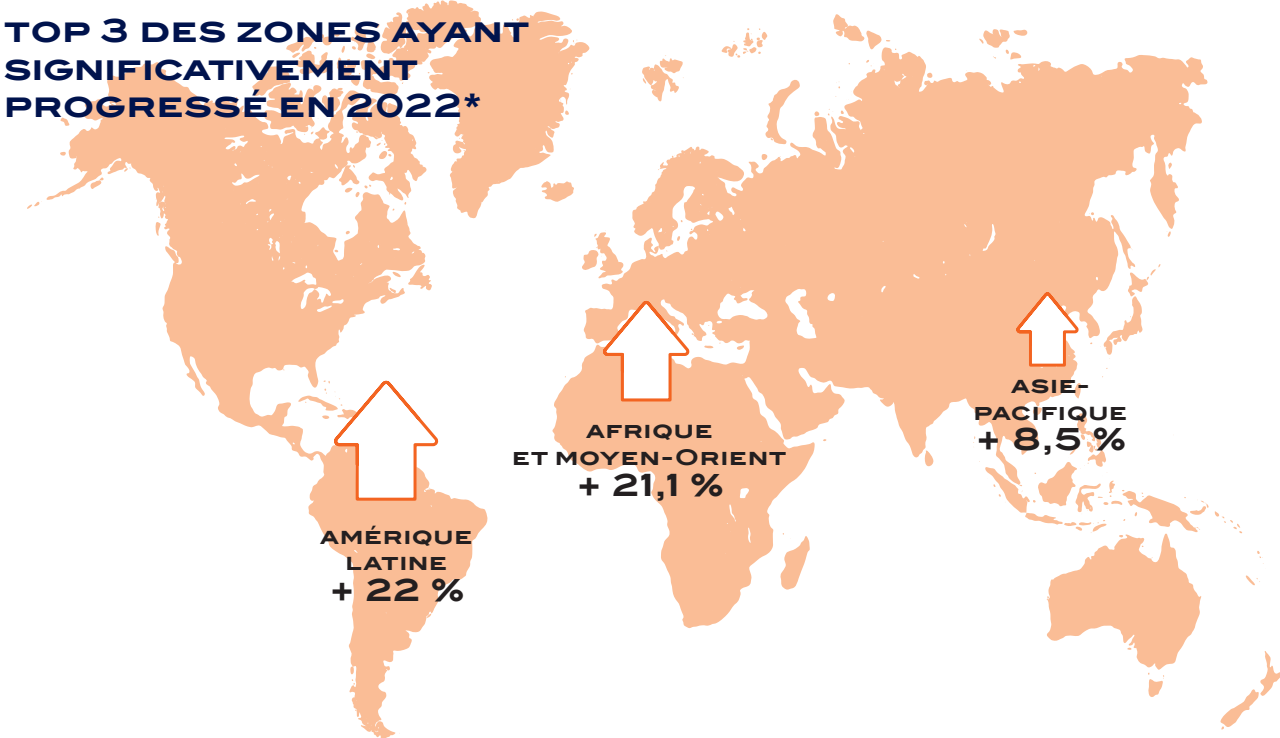
Caractérisée par la sortie de la crise sanitaire et le début du conflit en Ukraine, l'année 2022 démontre la capacité du Groupe à s'adapter et à continuer de générer de la croissance.



ET DES FAITS



TOP 3 DES ZONES AYANT SIGNIFICATIVEMENT PROGRESSÉ EN 2022*



* À données comparables.

VISION : INSPIRER DE MEILLEURES FAÇONS DE VIVRE, ACCESSIBLES À TOUS

AMBITION

ÊTRE LE PARTENAIRE DE CONFIANCE POUR L'AUTOMATISATION DES OUVERTURES ET DES FERMETURES DE LA MAISON ET DU BÂTIMENT.

RESSOURCES

Humaines

- ▶ 6 433 collaborateurs salariés dont 41 % en France et 59 % à l'international

Intellectuelles

- ▶ 18 centres R&D dans 10 pays
- ▶ 8,7 % du chiffre d'affaires (CA) investis en R&D
- ▶ 66 % des collaborateurs ayant bénéficié d'une formation dans l'année ⁽¹⁾

Industrielles et commerciales

- ▶ 8 sites de production dans 5 pays
- ▶ Présence commerciale dans 58 pays

Financières

- ▶ Actionnariat familial historique et pérenne
- ▶ Solidité financière

Environnementales

- ▶ Équipe dédiée à l'empreinte carbone
- ▶ Label de certification Act For Green ⁽²⁾ des produits depuis 2015

Société Civile

- ▶ Fondation SOMFY depuis 2004

MÉTIERS

- ▶ Recherche & Développement
- ▶ Achats
- ▶ Assemblage
- ▶ Marketing-prescription
- ▶ Vente
- ▶ Distribution

TENDANCES MARCHÉS

- ▶ Efficacité énergétique
- ▶ Bâtiment connecté
- ▶ Digitalisation des usages
- ▶ Maison refuge

PRINCIPES ORGANISATIONNELS

- ▶ Architecture par fonctions
- ▶ Culture client
- ▶ Digitalisation du modèle organisationnel

APPLICATIFS

- ▶ Volets et protections solaires
- ▶ Stores intérieurs et rideaux
- ▶ Smart Home
- ▶ Stores extérieurs et pergolas
- ▶ Accès et Sécurité

VALEUR CRÉÉE

PLANET

- ▶ 24 % de réduction de l'empreinte carbone sur les scopes 1 et 2 par rapport à 2019 ⁽³⁾
- ▶ 14 % de réduction de l'intensité carbone du scope 3 ⁽⁴⁾
- ▶ 65,9 % de produits labellisés Act For Green ⁽⁵⁾
- ▶ 5 % de réduction des consommations électriques annuelles par moteur
- ▶ 55 % d'électricité d'origine renouvelable

PEOPLE

- ▶ 6,3 % des collaborateurs ayant bénéficié d'une promotion
- ▶ 25,8 % de femmes dans le management
- ▶ 201 emplois créés en 2022
- ▶ 7,3/10 taux d'engagement des collaborateurs
- ▶ 12 parcours de formation créés sur mesure en interne, disponibles pour tous les collaborateurs

PROSPERITY

- ▶ Médaille d'or EcoVadis

Clients

- ▶ Client Net Promoter Score (CNPS) de 45,4 en 2021
- ▶ 12 891 interactions clients via My SOMFY Lab
- ▶ 40 demandes de brevets déposées
- ▶ 24 nouveaux produits et services
- ▶ 6,1 % du CA réalisé avec les 24 nouveaux produits des deux dernières années ⁽⁶⁾

Partenaires

- ▶ 2 800 experts
- ▶ Longévité de la relation avec les fournisseurs

Ancrage territorial

- ▶ 515 journées solidaires

(1) Sur le périmètre du reporting social.

(2) Label propriétaire Somfy, certifié par des PEP Ecopassport.

(3) Réduction en valeur absolue des émissions issues des consommations d'énergie selon la méthodologie market based.

(4) Réduction en valeur relative, ramenée au nombre de produits vendus, des émissions indirectes concernant l'ensemble de la chaîne de valeur.

(5) À la marque Somfy.

(6) Périmètre hors Teleco Automation.



ACTION 1

AU CHEVET DE LA PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE DES BÂTIMENTS

• PLANET

• PROSPERITY

L'amélioration de la performance énergétique des bâtiments est le principal levier pour réduire les émissions de carbone, particulièrement en Europe. Acteur de l'habitat, SOMFY fait sa part en développant des solutions innovantes d'automatisation des ouvrants qui combinent confort thermique, économie d'énergie et réduction de l'empreinte carbone.



LE BÂTIMENT, LE MAILLON FAIBLE ?

Dans la lutte engagée contre le réchauffement climatique, les bâtiments sont en première ligne. Ils sont aussi dans la ligne de mire des pouvoirs publics. Pour cause, ils émettent 35 % des émissions de gaz à effet de serre en Europe et occupent la première marche sur le podium des émetteurs de GES. Aujourd'hui, la pression réglementaire accélère les innovations techniques et technologiques et le passage à l'acte. Isolation, chauffage, matériaux bas carbone, consommation des équipements, ventilation... le carbone est abaissé et mesuré sur toute la chaîne de valeur et sur tout le cycle de vie des bâtiments avec une attention particulière sur la conception bas carbone des bâtiments et leur performance énergétique.

LES OUVRANTS, UN ÉLÉMENT CLÉ DE LA PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

Alors que les ouvrants représentent en moyenne 12 %⁽¹⁾ des déperditions de chaleur, SOMFY développe des solutions qui optimisent l'efficacité énergétique et qui limitent les émissions de CO₂. C'est particulièrement vrai avec l'automatisation des volets roulants dans les logements qui réduit les consommations liées au chauffage et à la climatisation. Comment ça marche ? L'automatisation garantit un usage

optimal des stores, des volets et des brise-soleil qui sont toujours bien positionnés au bon moment, même en cas d'absence. Été comme hiver, les protections solaires régulent l'apport de chaleur sur la fenêtre. Cette gestion automatique maintient la fraîcheur intérieure des logements pendant la période estivale et offre une source d'énergie gratuite en hiver. Résultat, il devient inutile d'arbitrer entre son confort énergétique, sa consommation et son bilan carbone. Les trois sont possibles.

LE SAVIEZ-VOUS ?

La fenêtre, un vrai radiateur

La fenêtre est une source d'énergie majeure. Elle développe 500 watts par mètre carré. Elle impacte le gain ou la perte de chaleur été comme hiver. Les protections solaires automatisées gèrent cet apport énergétique dans le bâtiment en tirant profit l'hiver et en s'en protégeant l'été.

LA PREUVE PAR LES CHIFFRES

Les solutions SOMFY impactent positivement le climat et évitent en Europe en moyenne 1,7⁽²⁾ fois leur poids carbone chez les utilisateurs. Ce chiffre est validé par Carbone 4, cabinet de conseil indépendant spécialisé dans la stratégie bas carbone et l'adaptation au changement climatique. Le Groupe développe et propose sur le marché des motorisations et des automatismes qui permettent de profiter au mieux des apports énergétiques du soleil en hiver et de s'en prémunir en été. Pendant les pics de chaleur estivaux, ses solutions motorisées (volets roulants, stores ou brise-soleil orientables) font diminuer la température de 4 à 7 °C⁽²⁾ en France par rapport aux solutions manuelles. En hiver, ces protections solaires réduisent de 10 à 30 %⁽³⁾ la consommation de chauffage en Europe selon la taille de la maison, sa géolocalisation, l'année de sa construction et l'équipement des fenêtres.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Aux côtés de ES-SO pour démocratiser la protection solaire

ES-SO fédère les associations professionnelles de protection solaire dans l'Union européenne. SOMFY a soutenu le Global Shading Day, qui s'est tenu le 21 mars 2023. Cette journée mondiale vise à sensibiliser utilisateurs et décideurs aux bénéfices humains, écologiques et économiques de la protection solaire avec l'ambition d'imposer des normes dans la législation du bâtiment.

LE SAVIEZ-VOUS ?

RE2020 : SOMFY participe à sa mise en œuvre

En France, la nouvelle réglementation environnementale 2020 a pour objectif d'optimiser la performance globale des bâtiments. Pour accompagner les professionnels dans leur choix de protections solaires dans les futurs bâtiments neufs, SOMFY a lancé un démonstrateur en ligne qui évalue les gains de ses solutions sur les indicateurs de la RE2020.

CHIFFRES CLÉS

35 %

des émissions de gaz à effet de serre proviennent des bâtiments en Europe

1,7

impact positif des solutions SOMFY sur le poids carbone des clients utilisateurs

DE 4 À 7 °C

gagnés l'été en France versus des volets manuels⁽²⁾

DE 10

À 30 %

de consommation de chauffage en moins l'hiver en Europe⁽³⁾



(1) [ecologie.gouv.fr https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/V2_Guide%20diagnostiqueurs%20DPE%20logement%202021.pdf](https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/V2_Guide%20diagnostiqueurs%20DPE%20logement%202021.pdf), page 31.
(2) Étude TBC pour la Fédération française du bâtiment : « Analyse de l'apport énergétique du volet roulant – Étude normative et réglementaire ».
(3) Étude du cabinet Carbone 4, moyenne sur six pays étudiés : Allemagne, France, Belgique, Pologne, Espagne, Italie.

ACTION 2

FAIRE LA DIFFÉRENCE PAR LES PRODUITS

• PLANET • PROSPERITY

En 2022, SOMFY a réalisé de belles avancées sur les marchés de l'extérieur et du solaire. Il a intégré l'acteur italien Teleco Automation et lancé son nouveau moteur solaire RS100 Solar io. Avec cette offre élargie, le Groupe est bien positionné pour prendre la vague sur ces deux marchés et booster sa croissance.

RÉPONDRE AU MARCHÉ DE L'EXTÉRIEUR EN PLEIN ESSOR

Après la crise sanitaire, le regain des consommateurs pour la vie en plein air est une tendance de fond. SOMFY y répond avec une solution complète et innovante qui intègre des capteurs, des moteurs de stores et la connectivité des équipements. Pour couvrir l'ensemble des besoins de ce marché, SOMFY a acquis 75 % de Teleco Automation, leader des systèmes d'automatisation des pergolas bioclimatiques en terrasse. Ensemble, ils fourniront aux fabricants de pergolas, de stores et de jardins d'hiver une proposition de valeur basée sur la technologie io-homecontrol® de Somfy. Le Groupe profitera du savoir-faire de Teleco en personnalisation de l'offre, en gestion de l'éclairage pour les pergolas, les auvents et les jardins d'hiver et en intégration des solutions pour élargir son terrain de jeu et offrir des services supplémentaires et des innovations à ses clients. Avec cette marque forte, ensemble ils ambitionnent de devenir le partenaire de référence des automatisations de l'outdoor sur les marchés européens et de l'Amérique du Nord.

« L'outdoor est un marché à forte valeur ajoutée où le panier moyen des fabricants est beaucoup plus élevé qu'ailleurs. Sur ce segment haut de gamme, SOMFY est légitime pour développer sa présence. »

Liesbet Hervieu-Besson, responsable de la ligne de produit extérieur, SOMFY



CRÉATION : 1996,
TRÉVISE, ITALIE
180 SALARIÉS,
18 BREVETS ACTIFS
42 M€ DE CA EN 2022

« Nos clients fabriquent des structures de protection solaire, des produits aujourd'hui très complexes. Pour gérer cette complexité, ils recherchent un partenaire fiable capable de les écouter, de les accompagner et de répondre à leurs besoins en offrant une solution personnalisée et complète. Ce besoin, Teleco Automation et SOMFY y répondent ensemble. »
Roberto Collovini, Président de Teleco Automation

LE SOLEIL : S'EN PROTÉGER ET FONCTIONNER GRÂCE À LUI

Les vagues de chaleur successives et la flambée des prix de l'énergie font des protections solaires des produits prisés par les consommateurs. Quand ces solutions sont automatisées, connectées et à motorisation solaire, le confort devient durable. D'ici 2025, le Groupe a pour objectif de devenir le référent en matière de motorisation solaire en vendant 15 % de moteurs tubulaires solaires. Une nouvelle étape vient d'être franchie avec le lancement du moteur RS100 Solar io, pilier du catalogue Somfy, destiné essentiellement au marché de la rénovation. Silencieux, intelligent, fiable et installable sans modification dans le logement, il fonctionne sans électricité et en toute autonomie pendant au moins 45 jours. Écoconçu, le RS100 Solar io est labellisé Act For Green. Il peut être combiné à la fonction Smart Comfort sur TaHoma® pour déclencher automatiquement les volets roulants selon l'ensoleillement. L'hiver, le volet s'ouvre pour laisser le soleil réchauffer l'intérieur, l'été, il s'abaisse pour garder la fraîcheur sans recourir à la climatisation.

« Le marché du volet roulant solaire est en forte croissance, la nouvelle motorisation RS 100 Solar io apporte à nos clients une solution innovante, facile à installer et silencieuse. Couplé à Smart Comfort, il permet une gestion automatique avancée du volet roulant pour plus de confort et d'économie d'énergie. »

Éric Sermet-Magdelain, responsable de la ligne de produit volets roulants, SOMFY

COMPATIBLE AVEC TAHOMA® SUITE, UN NOUVEL ÉCO- SYSTÈME COMPLET POUR LES PROS

Somfy a créé un écosystème complet de services à toutes les étapes de la vie du produit. L'innovation TaHoma® Suite regroupe trois éléments : TaHoma® switch, une commande intelligente des équipements de la maison, TaHoma® pro, une application mobile dédiée aux professionnels pour faciliter l'installation des volets et, Serv-e-Go, un outil de maintenance en ligne pour faire un diagnostic à distance.

« Le nouveau moteur RS100 Solar io est la première offre solaire de notre catalogue. Sur le marché de la rénovation, l'application SolarApp est précieuse, car elle permet de vérifier, avant la pose, si la fenêtre est compatible et de s'assurer de sa parfaite intégration sur site. »

Laurent Devun, Dupuy Stores



ACTION 3

L'EXPERT SOMFY, AMBASSADEUR DE LA MARQUE, TÊTE DE PONT DE LA PERFORMANCE DU GROUPE

• PROSPERITY

L'orientation client est le mantra de SOMFY. Elle s'exprime par un faisceau d'interactions physiques ou digitales. Fer de lance de la relation avec les installateurs, le réseau Somfy Expert représente la marque sur le marché.



2800
EXPERTS SOMFY

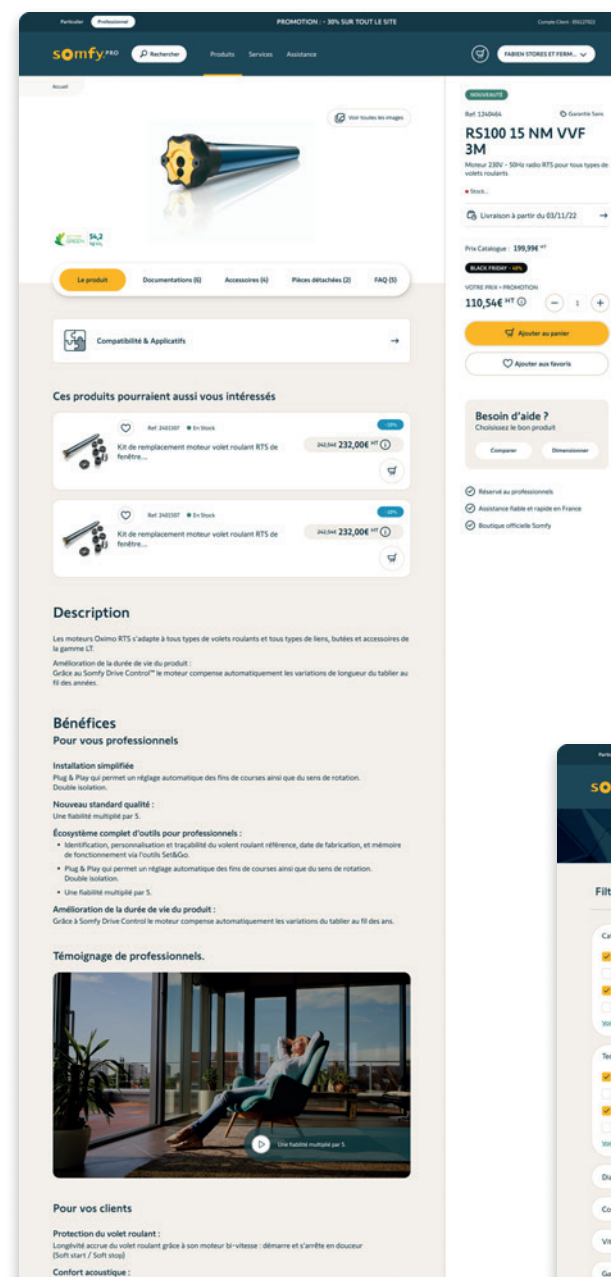
LE RÉSEAU SOMFY EXPERT : LE « CLUB » DES INSTALLATEURS DE HAUT NIVEAU

Partenaires de confiance pour les consommateurs et véritables professionnels de leur métier, les Experts Somfy sont sélectionnés par la marque selon des critères de qualités et d'engagements. L'Expert est le garant de la qualité Somfy qui lui fait bénéficier de services exclusifs comme l'animation de la communauté, la formation, l'accès à une plateforme dédiée, un référencement sur le site de la marque, un support marketing et digital, des leads consommateurs ou encore le droit d'utiliser l'enseigne Somfy et le label Somfy Expert. En échange, il promeut les produits de la marque et la connectivité. Aux avant-postes de l'innovation, l'Expert met en avant les écosystèmes interopérables comme TaHoma® pour y greffer tous les produits liés à la maison connectée. À la pointe de la formation, il bénéficie aussi, en avant-première, des informations sur les produits et les nouveautés. Résultat, l'Expert a toujours un temps d'avance sur le marché à l'image du nouveau moteur solaire révélé lors du séminaire d'Avignon à 200 d'entre eux en janvier 2023.

5
COEFFICIENT MULTIPLICATEUR
MOYEN DE VENTES D'UN
EXPERT SOMFY

EXPÉRIENCE DIGITALE : SOMFY PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE

Fruit d'une écoute régulière des besoins et attentes des clients professionnels, SomfyPro est le nouveau Portail Omnicanal et Personnalisé de Somfy (POP). Ses objectifs ? Renforcer l'expérience digitale et la satisfaction client, l'efficacité des équipes et la performance commerciale du Groupe. Il propose un parcours fluide, unique et personnalisé qui enrichit sensiblement l'expérience de tous ses clients professionnels, notamment lors de la recherche de solutions et du suivi des commandes. Véritable plateforme de services, il leur donne accès à un e-shop B2B, à un centre de formation, à une plateforme de support marketing et digital, à la gestion des leads qualifiés et aux services connectés Somfy. Ce nouveau portail fera ses premiers pas en France et en Europe centrale en 2023 pour se déployer partout d'ici 2025.



PAROLES D'EXPERTS

Deux professionnels du réseau Somfy Expert témoignent de leur relation avec la marque.

Claudio Emanuelli, Vigano, Lombardie, Italie
Frédéric Berger, La Clayette, Bourgogne, France

Pourquoi avez-vous rejoint le réseau Somfy Expert ?

CLAUDIO EMANUELLI : Dans la mesure où Somfy est leader en Europe sur son marché, notre motivation a été évidente. Notre souhait était d'intégrer tout l'écosystème de la maison intelligente.

FRÉDÉRIC BERGER : Intégrer ce réseau, c'est adosser notre entreprise à une marque innovante et réputée. Nous passons d'une stratégie de distribution à une stratégie de marque en questionnant la motivation des clients et en parlant usages plus que produits.

Quels sont les bénéfices du programme ?

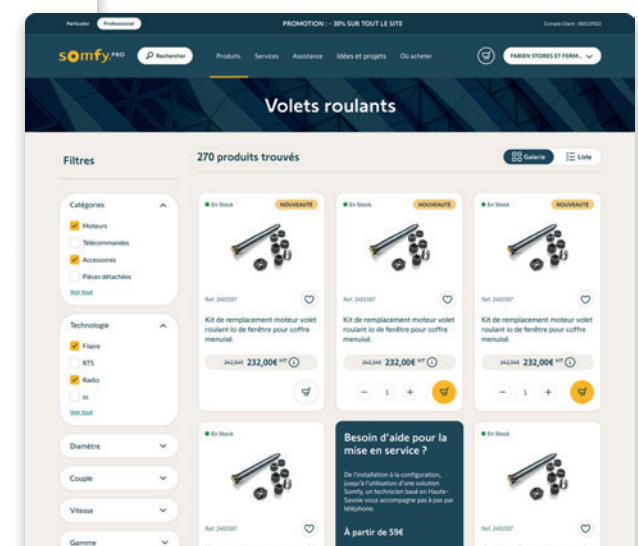
C. E. — Nous en tirons des avantages en termes de visibilité grâce à la communication de la marque et de retour en matière de leads, c'est-à-dire des clients potentiels renvoyés depuis le portail Somfy. Nous bénéficions aussi de son haut niveau d'information qui nous facilite la vente des produits malgré leur complexité.

F. B. — Il nous donne l'opportunité de rencontrer des confrères, de partager des expériences et de bénéficier d'un accompagnement sur mesure et d'une communication omnicanale. Somfy nous donne les informations et les outils pour proposer un service de qualité à nos clients tout au long du cycle de vie du produit.

Si vous deviez décrire votre relation avec Somfy, que diriez-vous ?

C. E. — C'est une relation partenariale et fluide. Nous sommes au courant en avant-première des innovations de produits auxquelles nous sommes formés régulièrement.

F. B. — S'associer avec Somfy, c'est faire le choix d'une marque dont nous sommes fiers de porter les couleurs et avec laquelle nous partageons les mêmes valeurs. Cela fait toute la différence.

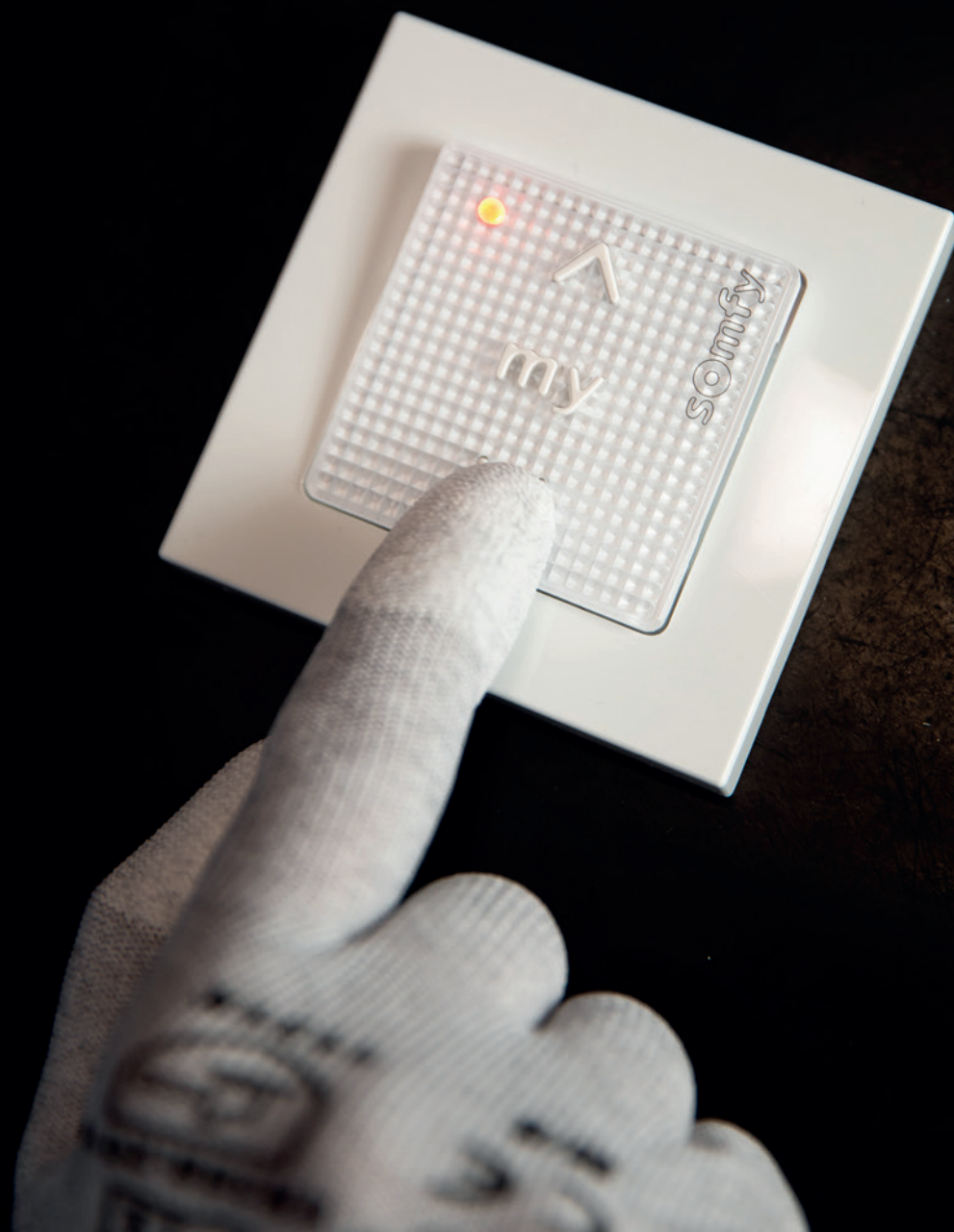


ACTION 4

UNE COURSE CONTRE LA MONTRE ENTRE PARTENAIRES DE CONFIANCE

• PROSPERITY

Garder la tête froide dans une crise en mode marathon : telle fut la ligne de conduite des équipes pour relancer la télécommande Smoove, touchée par la pénurie mondiale des composants. SOMFY a fait le pari de s'appuyer sur ses partenaires de longue date avec lesquels il ouvre, aujourd'hui, une nouvelle page.



1

L'ONDE DE CHOC

Courant 2021, SOMFY enregistrait un taux de service en net retrait. Celui-ci est la conséquence de la pénurie mondiale de composants électroniques entamée en 2020 et qui affecte SOMFY comme l'ensemble des industriels utilisant cette génération de composants. Cette crise structurelle, liée au manque de capacité industrielle, a été révélée par la reprise brutale de la demande mondiale au second semestre 2020, en particulier tirée par l'électrification de l'automobile dont les besoins en composants sont importants.

2

SMOOVE, AU CŒUR DE LA TOURMENTE

La télécommande Smoove, produite à plus de 3 millions d'exemplaires par an, est un produit phare de SOMFY. Elle représente la moitié de ses ventes de télécommandes, sachant que son achat s'accompagne souvent de celui d'autres équipements commercialisés par le Groupe. Pour restaurer le taux de service dégradé par cette pénurie, SOMFY donne le coup d'envoi du redesign d'une quarantaine de cartes électroniques, dotées de composants nouvelle génération, plus facilement disponibles sur le marché. Parallèlement, le Groupe a acheté d'importantes quantités de composants sur le marché pour prévenir toute rupture.

3

PLUS FORTS ENSEMBLE

Le Groupe se rapproche d'abord de son fournisseur principal ACTIA Group, fabricant principal de la carte électronique de la télécommande Smoove, qui lui-même dépend de ST Microelectronics et de NXP, concepteurs et producteurs de microcontrôleurs, et de Clayens NP le plasturgiste. Tous sont des partenaires français ou européens avec lesquels SOMFY a tissé des liens étroits. Dès l'été 2021, ST Microelectronics, NXP et SOMFY sont à pied d'œuvre pour concevoir et développer, en un temps record, de nouvelles cartes électroniques. Les travaux portent sur l'application et la solution logicielle pour piloter la télécommande. Surtout, les fabricants de microcontrôleurs s'engagent à allouer en quantité suffisante les produits pour relancer la production à grande échelle de la carte. Quant à ACTIA Group et Clayens NP, ils industrialisent de nouveaux moyens de production intégrant les nouvelles spécifications pour doubler la capacité de production en moins de six mois. De 26 000 télécommandes par semaine, la production, localisée près de Zriba en Tunisie, franchit la barre des 50 000 unités au printemps 2022. Quelques mois plus tard, le pari est gagné : SOMFY a résorbé l'intégralité de ses retards de livraison.

4

LES INGRÉDIENTS DE LA RECONQUÊTE

Au-delà de l'engagement exceptionnel des équipes, quatre raisons expliquent comment ce défi a été relevé avec succès.

Une organisation inédite. Rapidement, une partie des équipes R&D et Achats, responsable du développement de nouvelles offres, a basculé sur l'activité redesign. Le succès de cette organisation tient à la coopération entre les équipes « nouvelles offres » et « vie série » qui interviennent habituellement à différentes étapes de la vie du produit.

Des partenaires de confiance. Le Groupe est parvenu à embarquer des partenaires de longue date et de proximité. C'est ainsi que SOMFY, dont le poids est moindre face à des géants du secteur, a été écouté et livré en priorité par ST Microelectronics et NXP, deux mastodontes de l'industrie électronique.

Des choix audacieux et payants. Pour sécuriser l'achat des composants, SOMFY s'est engagé sur un volume d'achat avant la qualification des produits. Autre prise de risque sur la robustesse de son développement, le Groupe a donné le coup d'envoi de la fabrication sans attendre la validation définitive des échantillons.

Un écosystème d'acteurs européens. Alors que la crise sanitaire a mis à rude épreuve les chaînes d'approvisionnement mondiales, SOMFY a plutôt privilégié la préférence régionale, gage de proximité géographique et culturelle.

5

AVEC « AMY », L'HISTOIRE SE POURSUIT

En marge de cette crise, SOMFY prépare également la nouvelle génération de Smoove. Le Groupe prolonge l'aventure avec ST Microelectronics, ACTIA Group et Clayens NP avec lesquels les liens ont été renforcés. Ce choix fort traduit une relation positive et dans la durée. C'est une façon pour SOMFY de remercier ses partenaires qui se sont mobilisés pour lui quand la situation était tendue et de renforcer, encore, un partenariat durable.

ACTION 5

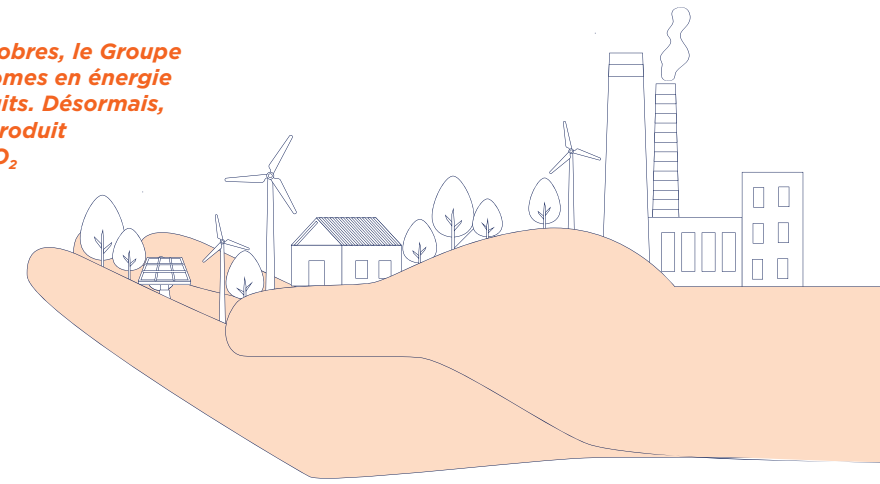
BILAN CARBONE ET ÉCOCONCEPTION DES PRODUITS

• PLANET

L'analyse du bilan carbone de SOMFY montre la part très majoritaire des produits dans ses émissions de CO₂, tout particulièrement lorsqu'ils sont en veille. Pour réduire leur empreinte, le Groupe a lancé une double démarche d'écoconception et d'achats responsables. Décryptage du dernier bilan carbone du Groupe, réalisé sur les données 2021.

« Pour proposer des produits toujours plus sobres, le Groupe a lancé des projets de conception plus économes en énergie qui sont progressivement intégrés aux produits. Désormais, il fixe en amont de chaque développement produit un seuil maximal d'émissions d'équivalent CO₂ à ne pas dépasser. Les résultats sont déjà au rendez-vous avec une nouvelle baisse des consommations électriques de 5 % en 2022. »

Philippe Geoffroy,
Directeur de la performance
environnementale, SOMFY



NOTRE PRIORITÉ

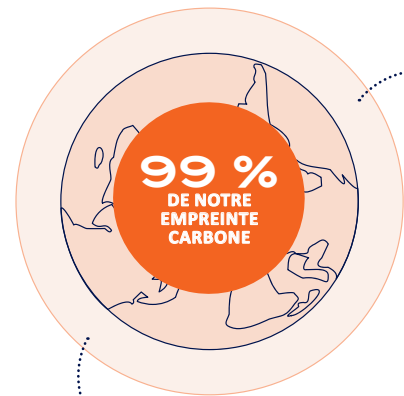
SCOPE 3

Les émissions sur l'ensemble du cycle de vie du produit, de l'extraction des matières premières, leur transformation et leur transport jusqu'au site de production, le transport du produit fini chez le client, son utilisation et enfin sa fin de vie.

OBJECTIF 2030

-50 %

des émissions de gaz à effet de serre du scope 3 en intensité (ramené au nombre d'actionneurs vendus).



93 %
de notre empreinte proviennent
de nos produits, dont 80 % de la consommation
électrique des produits. 65 % proviennent
de la consommation des produits en veille.

7 %
proviennent
de nos activités



MOBILITÉ

- Journées de sensibilisation auprès des collaborateurs sur la mobilité douce.
- Essai de « Eco-safe driving » sur 30 véhicules.

TRANSPORTS

Déploiement d'un plan de décarbonation des transports, avec trois échéances court, moyen et long terme.

DIGITAL

Mise en place de l'outil MyITFootprint pour mesurer et réduire les émissions de GES des équipements et serveurs informatiques du Groupe.

ACHATS

En complément de sa charte achats responsables, le Groupe a intégré un critère environnemental dans la sélection des fournisseurs en 2022.

ÉCOCONCEPTION

SOMFY améliore l'efficacité énergétique de ses produits en réduisant leur consommation électrique. Cette démarche est récompensée par la labellisation interne Act for Green, qui va au-delà des réglementations en vigueur. Ce label s'applique à l'ensemble de son portefeuille de marque dont 65 % des ventes étaient labellisées fin 2022.

Consommation
active
des produits

Consommation
en veille
des produits

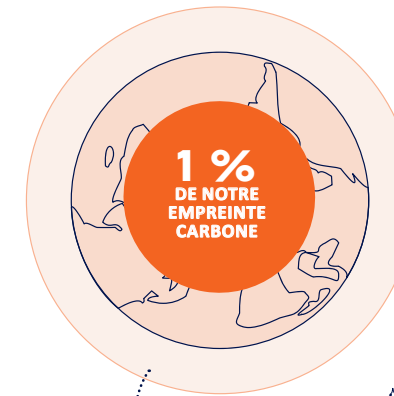
Achats

NOS ACTIONS GLOBALES

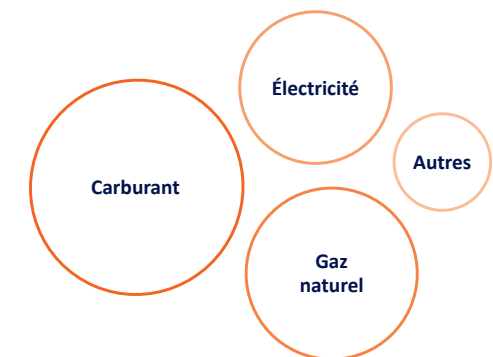
OBJECTIF 2030

-50 %

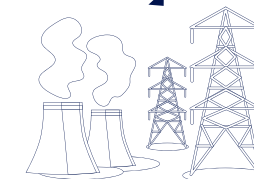
des émissions de gaz à effet de serre des scopes 1 et 2 en valeur absolue par rapport au niveau de 2019.



SCOPE 1 (77 %)
Les émissions directes



SCOPE 2 (23 %)
Les émissions indirectes issues
de la consommation d'électricité
et des réseaux de chaleur/froid



NOS ACTIONS
Accélération de la conversion
vers des sites plus verts

75 %
des sites industriels du Groupe
disposent désormais de contrats
d'électricité verte.

55 %
de l'électricité utilisée sur ses sites
industriels est d'origine renouvelable
avec l'objectif d'atteindre 100 % en 2030.



ACTION 6

MIEUX ET MOINS CONSOMMER

• PLANET

• PEOPLE

Performance énergétique des bâtiments, mobilité bas carbone, usages et équipements informatiques... SOMFY actionne des leviers matériels et humains pour limiter l'impact de son activité sur la planète. Sa feuille de route combine écogestes au quotidien et investissements structurants.



SOMFY ZRIBA,
TUNISIE

RÉDUIRE
LA CONSOMMATION
ÉNERGÉTIQUE

Face à la crise énergétique, tous les sites du Groupe s'engagent à réduire leurs consommations énergétiques. Ils le font notamment en limitant la température intérieure des bâtiments, en coupant le chauffage plus tôt pour bénéficier de son inertie et en éteignant les éclairages extérieurs la nuit.

« En Europe du Sud, 80 % des sites sont dotés d'un contrat d'énergie verte pour l'électricité et le gaz. L'Espagne a été pilote dans cette démarche, suivie de la Grèce et de l'Italie. Parallèlement, la performance des bâtiments a été optimisée en portant une attention particulière à leur isolation. Quant aux bâtiments neufs, ils sont construits selon un nouveau cahier des charges plus vertueux sur le plan énergétique comme en Espagne et en Israël où SOMFY vient de se doter de nouvelles installations. Ces dernières ont été équipées de solutions du Groupe pour réduire leur consommation d'énergie. Autre initiative en Espagne, où il est désormais obligatoire de télétravailler le vendredi. Ainsi, les bureaux sont fermés trois jours consécutifs, c'est une bonne manière d'économiser de l'énergie. »

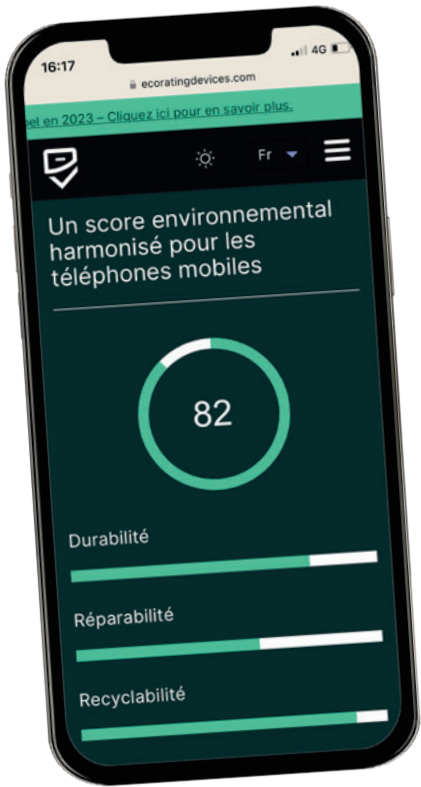
Aurélie Zilber, BA Europe du Sud

MIEUX UTILISER
LES ÉQUIPEMENTS
INFORMATIQUES

Parce que les équipements informatiques sont les plus importants consommateurs d'énergie, SOMFY encourage les usages vertueux comme leur extinction en fin de journée, optimise leur taux de renouvellement et déploie un indicateur d'empreinte carbone pour chaque appareil incluant son indice de réparabilité.

« 633 kg CO₂ éq. carbone : c'est l'empreinte carbone numérique d'un utilisateur SOMFY en 2021. Pour l'abaisser, le département IT a établi une véritable stratégie de sobriété numérique. Elle repose notamment sur l'allongement d'un an de la durée de renouvellement du matériel informatique pour les collaborateurs et sur le déploiement d'un outil de reporting carbone IT pour mesurer et piloter les actions. Dans le même temps, des actions de sensibilisation sont mises en œuvre pour aider chacun à challenger ses usages numériques. Une journée d'actions et de sensibilisation est organisée chaque année lors du Cybercleanup Day International durant laquelle une collecte du matériel informatique professionnel et personnel défectueux est organisée. L'édition 2022 a permis une économie de 18,5 tonnes de CO₂ équivalent carbone. »

David Lyonnaz Perroux et Justine Tavernier,
SOMFY Groupe, France



OPTER POUR
DES TRANSPORTS
PLUS ÉCONOMES

SOMFY propose des initiations à l'écoconduite, participe financièrement à la mobilité durable, incite au covoiturage avec une appli dédiée et déploie des installations de bornes électriques de recharge. Pour mettre à jour le bilan carbone et suivre l'évolution des habitudes des collaborateurs, SOMFY a réalisé une enquête d'écomobilité internationale auprès de 6 300 collaborateurs.

« Sur le site de Nanxun en Chine, SOMFY encourage la mobilité électrique et le télétravail. Le Groupe a installé quatre bornes de recharge et propose une flotte de 118 scooters électriques à disposition des collaborateurs. Les habitudes évoluent comme le montre, par exemple, le nombre croissant de collaborateurs propriétaires d'un véhicule électrique. Lors de la journée annuelle du développement durable, des actions de sensibilisation ont été proposées sur les modes de transport bas carbone, un quiz donnait la possibilité de mesurer ses connaissances en matière de développement durable et un stand était dédié au scooter électrique pour en encourager l'achat. Quant au télétravail, il est devenu une pratique courante qui contribue directement à améliorer le bilan carbone des collaborateurs. »

Jessica Ge, SOMFY Nanxun, Chine





ACTION 7

L'ENGAGEMENT, C'EST RÉCIPROQUE

• PEOPLE

• PROSPERITY

Fruit du bien-être au travail, l'engagement est aussi un levier de la performance pour l'entreprise. S'il se distend pour de nombreuses entreprises, il reste une force pour SOMFY qui le mesure, l'entretient et l'enrichit pour en faire un avantage compétitif.



ENTREPRISE-SALARIÉ : « JE T'AIME, MOI NON PLUS. »

La « grande démission bat son plein », « vos salariés deviennent des mercenaires », « les travailleurs désenchantés », « record historique de démissions »... En 2022, la presse a relayé l'inquiétude des entreprises confrontées à une situation inédite sur le marché du travail. Si les répliques de la crise sanitaire se poursuivent, les causes sont bien connues : la quête de sens au travail, le souhait d'un meilleur équilibre de vie ou le besoin de reconnaissance. Plus inquiétant, les jeunes sont en première ligne. Résultat, les entreprises sont obligées de définir les contours d'un contrat gagnant-gagnant avec chaque collaborateur. Qu'en est-il de SOMFY ? Avec 80 % de collaborateurs qui se disent fiers d'appartenir au Groupe, le bilan est très positif. Leur engagement, priorité du Groupe, en est le ciment.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Vivre une expérience de solidarité

Sur la base du volontariat, des collaborateurs participent à des chantiers solidaires riches en rencontres dans le cadre de la Fondation. Les managers jouent un rôle crucial pour les rendre possibles en initiant ces journées et en balisant ces moments à part. C'est notamment l'expérience qu'a vécue l'équipe recrutement au foyer d'hébergement Action à Lyon.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Élaborer la charte d'équipe à plusieurs mains

Chez SOMFY, la charte d'équipe ne s'écrit pas en chambre. Elle est pensée dans le cadre d'un atelier participatif organisé par le manager afin de fixer les principes qui guideront son équipe. Objectifs ? Fluidifier la collaboration, favoriser l'engagement et améliorer la performance globale des équipes tout en assurant le bien-être des collaborateurs et le respect de leur équilibre vie professionnelle et vie personnelle.

« Se former au feedback permet d'intégrer combien l'écoute au quotidien des collaborateurs impacte sensiblement leur engagement. Si le manager est exemplaire en la matière, alors ce concept devient une réalité concrète et bénéfique pour tous. Pour le collaborateur, le manager et la performance. »

**Massimiliano Marzo, Directeur
de la marque Simu**

SOMFY : UN ENDROIT OÙ IL FAIT BON TRAVAILLER ET GRANDIR

Cet engagement, SOMFY le mesure tous les deux ans avec son outil Somfyscope. En 2022, il affiche un fort taux de participation à 89 %, ce qui est un signe en soi. Qu'en retenir ? 75 % des sondés perçoivent le Groupe comme un lieu où l'on peut grandir et se développer. Pour 83 % d'entre eux, SOMFY agit pour l'inclusion et en particulier l'intégration de collaborateurs en situation de handicap. Ils sont encore 83 % à manifester leur fierté envers les actions de la Fondation dans laquelle plusieurs centaines d'entre eux s'investissent chaque année. Sur la base de cette étude, SOMFY engage des actions concrètes pour améliorer l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, développer la compétence du feedback comme élément clé de la culture désirée et gagner en efficacité grâce aux outils et processus digitaux.

« SOMFY Europe du Sud a été pionnière dans la création d'un pôle digital et la mise en place du marketing automation. Les collaborateurs bénéficient ainsi d'une montée en compétences, d'opportunités de carrières et de nouvelles initiatives métiers. »

**Pierpaolo Bergomi, Directeur de
la BA Europe du Sud**

LES RESSORTS DE L'ENGAGEMENT BY SOMFY

Le projet humain de SOMFY et sa culture désirée construisent un environnement de travail qui stimule l'engagement et met l'entreprise en mouvement. La possibilité donnée à chacun d'apprendre tout au long de sa vie, d'être lui-même et d'avoir un impact est une source réelle d'épanouissement. Cet impact, chacun le retrouve dans l'engagement sociétal et environnemental de SOMFY. Pilier de la culture du Groupe, cet engagement est renforcé avec des produits qui optimisent la performance énergétique des bâtiments et une Fondation qui contribue au mieux vivre sur la planète.

« Entré chez SOMFY comme intérim il y a quinze ans, le Groupe m'a donné l'opportunité d'évoluer et d'élargir mes compétences. Aujourd'hui, je suis responsable d'exploitation et je dirige neuf personnes. Cette mobilité a renforcé ma motivation et mon engagement pour SOMFY. Je m'efforce, tous les jours, de rendre à l'entreprise ce qu'elle m'a donné. »

**Yahiaoui Heikel, responsable d'exploitation
au centre logistique de Bonneville, France**



LE SAVIEZ-VOUS ?

Prendre soin d'un collaborateur en situation de handicap

Une équipe de Ressources Humaines a redoublé de créativité pour assurer le bien-être de son alternant en fauteuil roulant. Aménagement de l'open-space avec circulation élargie et bureau réglable, accompagnement au restaurant d'entreprise, formation de l'équipe à l'évacuation incendie, sensibilisation aux contraintes liées au handicap spécifique de ce collègue... tout a été pensé pour que l'équipe ne fasse qu'un. Une expérience riche et inclusive pour tous.

ACTION 8

PRENDRE SOIN DE LA BIODIVERSITÉ

Face à la dégradation de la biodiversité, il y a urgence à agir. En déployant des actions locales sur la faune et la flore, SOMFY crée un impact positif, sensibilise ses collaborateurs et leur donne la possibilité de contribuer à sa préservation.

• PLANET

• PEOPLE

• PROSPERITY

ABEILLES ET COLLECTE DE MIEL

France, sites SOMFY de la vallée de l'Arve - Les quatre sites SOMFY de la vallée de l'Arve accueillent une douzaine de ruches en partenariat avec l'association Apidae, chargée de l'entretien hebdomadaire pendant la haute saison. La première récolte de 2021 avait permis de récolter de 45 kilos de miel tandis que celle de 2022 s'élève à 182 kilos, malgré la sécheresse. Les ruchers ont permis de réintroduire l'abeille noire de Savoie, une espèce endémique locale en voie d'extinction, et nous donnent l'opportunité d'offrir du miel local à nos clients et collaborateurs !

DISTRICT FORESTIER DE CELESTYNÓW (VARSOVIE)

Pologne - Le 12 avril 2022, onze collaborateurs de SOMFY Niepolomice ont planté 3600 pins dans une dune proche de la réserve de Goździkowe Bagno. C'était la dernière étape de l'initiative environnementale #wSomfykrecimysadzimy (#atSomfywespinandplant).



CLEANUP DAY

Prague, République tchèque - Le 21 octobre, quatorze employés de la BU Europe de l'Est ont participé au nettoyage de Central Park, à proximité des bureaux. Un excellent travail d'équipe qui a permis de ramasser une trentaine de sacs de déchets.



**CONSTRUCTION D'UN MUR
« CHEMIN DE RÉFLEXION »**

Europe centrale - SOMFY Allemagne - Le 1^{er} novembre, comme chaque année, l'équipe de SOMFY Allemagne s'est rassemblée autour du traditionnel projet social. Vingt-six bénévoles de tous les départements ont construit un mur, nommé « chemin de réflexion », pour les invités de l'hospice de Tübingen.



RÉSERVE NATURELLE DES GORGES D'HOMOLE

Pologne - Le week-end du 17 septembre, une équipe de collaboratrices SOMFY s'est rendue dans la réserve naturelle des gorges d'Homole en Pologne pour y ramasser les déchets abandonnés. Un moment de partage en équipe au service de la nature.



**DIAGNOSTIC ÉCOLOGIQUE DES SITES SOMFY
DE LA VALLÉE DE L'ARVE ET DE BONNEVILLE**

France - Sites SOMFY de Cluses et de Bonneville - Un premier diagnostic écologique de la flore a été réalisé par France Nature Environnement en 2022 sur les sites SOMFY de la vallée de l'Arve. Celui-ci révèle de très bons résultats car entre 38 et 56 espèces végétales sont dénombrées selon les sites. Plusieurs préconisations d'actions ont par ailleurs été données et sont actuellement à l'étude.



FORÊT DE MAGLAND

France - Après la tempête de 2019, près de 170 hectares de forêts ont été détruits. La Fondation SOMFY s'engage, aux côtés de l'ONF et d'autres acteurs publics et privés, à aider à la reconstruction des zones endommagées. Elle financera la plantation et l'entretien dans les prochaines années de 10 hectares de forêt. Cet engagement a également mobilisé soixante salariés du Groupe SOMFY qui se sont ainsi rendus sur place les 7 et 8 novembre 2022, pour planter l'équivalent de 1,7 hectare de forêt.



ACTION 9

ELLES EN PARLENT LE MIEUX

• PEOPLE • PROSPERITY

Parce que la mixité professionnelle est un levier majeur de sa performance, le Groupe vise 40 % de femmes managers en 2030 et un recrutement féminin sur deux. Trois femmes managers, représentatives de trois fonctions et de trois pays, nous partagent leur expérience au sein du Groupe.

Quel est votre métier ?

EMNIA BEN SALEM : Ingénieure mécanicienne, je suis responsable de l'industrialisation de processus et d'équipement à l'usine de SOMFY Zriba en Tunisie. Au quotidien, j'encadre une équipe de huit personnes, dont cinq ingénieurs.

DELPHINE MARTIN : Directrice juridique du Groupe, j'exerce un métier transverse à tous les métiers. Au quotidien, j'anime une équipe de douze personnes, majoritairement féminine, répartie entre la France, l'Italie et l'Allemagne.

DEIRDRE BROWER : Je suis directrice du réseau des utilisateurs finaux pour l'Amérique du Nord. J'ai commencé à travailler pour SOMFY il y a dix-sept ans en tant que coordinatrice marketing et, au fil des années, je suis passée d'un rôle opérationnel à un rôle de management.

Qu'affectionnez-vous particulièrement dans votre métier ?

D. M. — La grande variété d'interlocuteurs et des sujets liés à la conformité, à l'intégration du juridique dans le business et à la transformation du Groupe sont très motivants. Ma fonction m'offre un beau terrain de jeu pour accompagner cette transformation qui me tient particulièrement à cœur.

E. B. S. — J'apprécie sa dimension interactive, notamment avec les autres sites du Groupe et son défi technique pour mettre en place des nouveaux équipements ou adapter des processus. Ce sont des aventures humaine et intellectuelle que je trouve exaltantes.

Comment percevez-vous votre rôle de manager ?

D. M. — À mes yeux, être manager donne la possibilité d'avoir de l'impact sur l'organisation dans sa globalité et sur le développement de mon équipe. J'ai beaucoup évolué d'un management d'expertise à celui d'un guide qui donne confiance et responsabilise ses collaborateurs en étant soi-même, sans avoir à endosser un costume de manager.

E. B. S. — Je m'efforce toujours d'identifier les freins qui inhibent les personnes que j'encadre. Une fois ces freins levés, tout devient facile. Dans un milieu technique, le management est naturellement collaboratif afin d'identifier la solution optimale en prenant le chemin le plus court.



DEIRDRE BROWER,
DIRECTRICE DU RÉSEAU
DES UTILISATEURS FINAUX
POUR L'AMÉRIQUE DU NORD

« Dites oui, même si vous pensez que vous n'êtes pas prête. C'est lorsque j'ai été confrontée à des opportunités que cela m'a poussée à aller de l'avant. »



DELPHINE MARTIN,
DIRECTRICE JURIDIQUE
DU GROUPE

D. B. — J'essaye d'être moi-même et d'encourager chaque membre de mon équipe à être fidèle à lui-même. Travailler avec des personnes diverses et authentiques au sein d'une équipe n'a pas de prix. C'est en comprenant qui est chaque personne et comment elle travaille que l'on crée le succès.

Quels freins avez-vous rencontrés au cours de votre carrière chez SOMFY ?

E. B. S. — Dans un métier technique, les femmes doivent faire leurs preuves face aux *a priori*. Une fois que vous avez démontré la solidité de votre maîtrise technique, la question d'être une femme manager ne se pose plus.

D. B. — Le fait d'être une femme est effectivement plus difficile dans un secteur technique, d'autant que les femmes sont généralement leurs pires ennemies. Pouvant remettre en question ce que je fais, je me prépare énormément sur tous les sujets que j'aborde. Grâce aux mesures prises par SOMFY, nous voyons déjà plus de femmes dans des rôles de gestion et de leadership.

Que diriez-vous à une femme qui rêverait d'être manager ?

D. M. — Franchir le pas et demander de l'aide, car chacun est capable de le faire. Il faut écouter cette petite voix qui sommeille en vous et la faire grandir. SOMFY propose un accompagnement très riche à ses nouveaux managers pour les aider à définir leur rôle.

« Une fois que vous avez démontré la solidité de votre maîtrise technique, la question d'être une femme manager ne se pose plus. »

« Il faut écouter cette petite voix qui sommeille en vous et la faire grandir. Chez SOMFY, il y a de la place pour tous les futurs managers. »

J'ai eu la chance de suivre le programme EVE, un séminaire interentreprises de leadership au féminin qui m'a donné confiance dans mes capacités à relever ce challenge. Osez, SOMFY sera à vos côtés pour vous faire grandir !

D. B. — Dites oui, même si vous pensez que vous n'êtes pas prête. C'est lorsque j'ai été confrontée à des opportunités que cela m'a poussée à aller de l'avant. Si vous attendez d'être prête, il est souvent trop tard.

Quelle suite imaginez-vous pour demain ?

E. B. S. — Ma priorité est de m'affirmer sur mon prochain poste de directrice technique à l'usine de Zriba dans toutes ses dimensions : études, informatique, chefs de projets et données techniques. Demain, j'aspire à un management plus global comme responsable de site.

D. M. — La transformation du Groupe est un terrain de jeu dans lequel j'ai encore beaucoup à faire, mais si décide de faire un pas de côté demain, mes connaissances transverses de l'ensemble des métiers et processus du Groupe m'offriront de belles opportunités.



EMNIA BEN SALEM,
INGÉNIEURE MÉCANICIENNE

ACTION 10

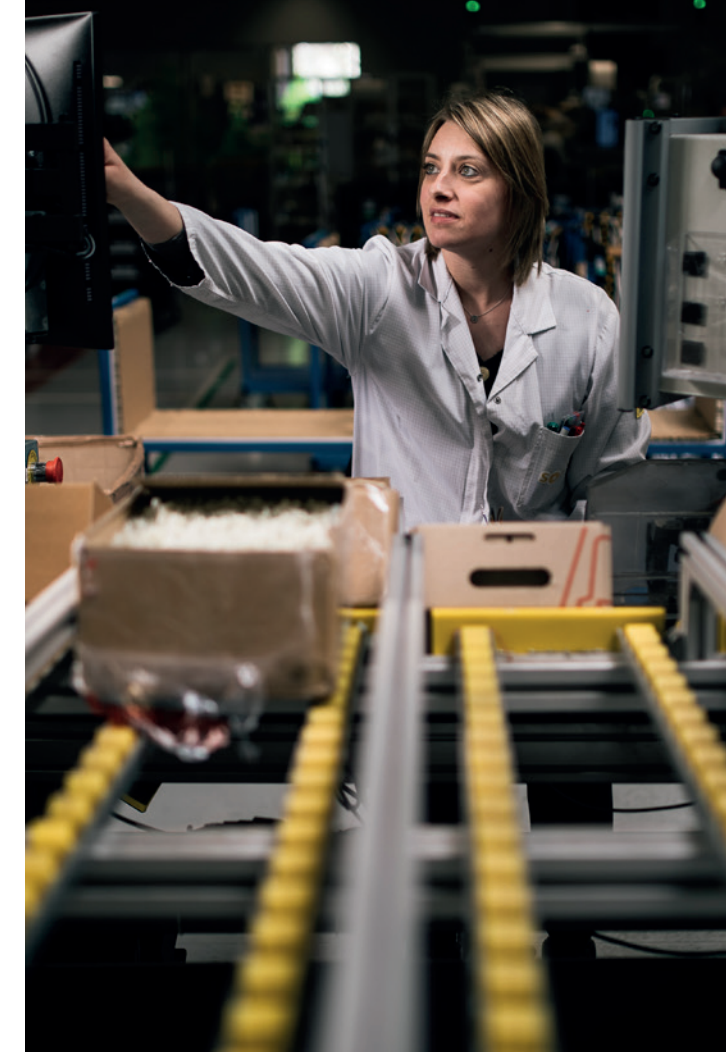
LE DIGITAL, LEVIER DE PERFORMANCE ET DE DÉVELOPPEMENT

SOMFY accélère sa digitalisation avec l'objectif de faire de la data un avantage compétitif. Cette digitalisation renforce le lien et la valeur ajoutée apportée à ses clients et améliore l'efficacité de ses processus. Pour les collaborateurs, c'est l'opportunité d'évoluer dans de meilleures conditions de travail et de développer de nouvelles compétences.

• PEOPLE • PROSPERITY

◊ SOMFY CLUSES, FRANCE

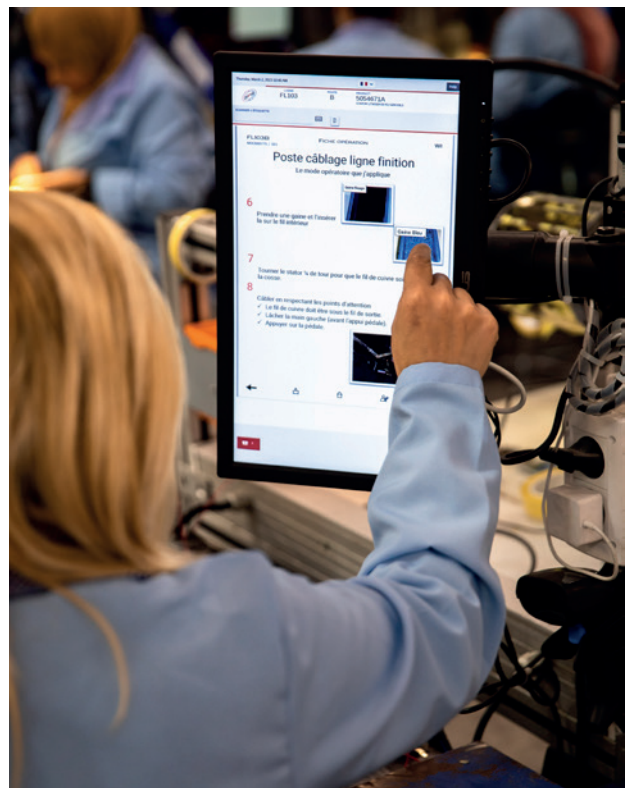
La mise en place du système MES à Cluses a été effectuée de septembre à novembre 2021. Nous avons formé 250 opérateurs au système MES, entraînant de nombreux avantages. Grâce à l'amélioration de la précision des données et à l'intégration de l'information et de la traçabilité des produits, nous avons désormais un meilleur contrôle de la production. Cela nous permet d'identifier, de réagir et de nous adapter rapidement aux changements. Le système génère automatiquement des rapports détaillés, ce qui permet à l'équipe de se concentrer sur des tâches à valeur ajoutée. De plus, le lancement de ce système a considérablement réduit notre consommation de papier.





📍 SOMFY ZRIBA, TUNISIE

Le système MES a été mis en place à Zriba en septembre 2022, et depuis quelques temps déjà, les résultats sont perceptibles dans l'atelier. 800 personnes ont été formées au système MES après 34 000 heures de formation et de travail d'accompagnement. Parmi les avantages du système MES, nous pouvons citer l'amélioration de la gestion opérationnelle grâce aux tableaux de bord et à la gestion visuelle.



📍 SOMFY NIEPOŁOMICE, POLOGNE

La mise en place du système MES à Niepolomice est prévue pour septembre 2023. Depuis le lancement du projet en mai 2022, les équipes IT, le coordinateur du site et les principaux utilisateurs ont travaillé sur divers flux et données pour assurer une mise en service réussie du système. De plus, l'équipe construit une école MES où opérateurs et employés de production seront formés.





WE ARE DESIGN

(*) WE ARE DESIGN

*

ACTION 11

L'EMPLOYABILITÉ, CELA N'A PAS DE PRIX

• PEOPLE

Apprendre, se remettre en question, être agile, faire régulièrement le point avec son manager... SOMFY est une entreprise apprenante où chacun a toutes les cartes en main pour grandir. L'objectif est de maintenir durablement l'employabilité du collaborateur tout au long de sa vie professionnelle.

SE DÉVELOPPER
EN MODE 70/20/10

SOMFY offre la possibilité à ses collaborateurs de piloter leur carrière par la formation, la mobilité interne et les échanges réguliers avec leur manager. Afin de développer leurs compétences, le Groupe applique le modèle 70/20/10 avec un apprentissage en trois volets : 70 % de mises en situation, 20 % d'interactions sociales et de discussions avec ses pairs et 10 % de formation traditionnelle. En plus des feedbacks réguliers avec leurs managers, le cycle RH prévoit un rendez-vous annuel, l'entretien individuel de développement, dédié aux besoins de formation. À cette occasion, le collaborateur exprime ses souhaits et un plan d'action est mis en place. Il peut se composer de coaching, de travail en binôme ou encore de suivi de formations internes ou externes. En interne, l'offre de formation est accessible via la plateforme interactive SOMFY Campus, un espace ouvert qui propose à tous un panel de contenus organisés en académies transverses et dédiées, ces dernières ayant été sélectionnées par les responsables métiers.

SOMFY CAMPUS :
DÉCOLLAGE RÉUSSI

Avec 15 000 visiteurs depuis le lancement de la plateforme en juin 2022, 3 200 licences activées et 113 000 vidéos regardées, SOMFY Campus a vite rencontré son public. Elle est organisée en neuf académies transverses et quatorze académies d'excellence dont le nombre évolue au fil des besoins en compétences. À l'image du lancement prochain des académies « Modern Workplace », « Data » et « Diversité et Inclusion », elles proposent des modules de formation spécifique SOMFY enrichis par l'acquisition de licences LinkedIn Learning pour constituer une bibliothèque de contenus de formations sur étagères ouverte à tous. Les quatorze académies d'excellence offrent des parcours de développement avec des programmes de professionnalisation personnalisés par métier. Chacune est animée par un responsable métier qui formalise et enrichit au fil de l'eau la feuille de route learning de son métier pour garantir l'excellence de la filière. Ouverts à tous, ces modules participent à la montée en compétence des équipes et à l'acculturation des autres collaborateurs.

LA COMPÉTENCE,
UNE AFFAIRE D'EXCELLENCE
Ils sont responsables de l'excellence de leur métier,
aux achats et en gestion de projet.
Gwenaëlle Benoit-Ossart et Romain Pellet-Gallay
nous parlent de leur métier.

Votre mission, en quelques mots ?

G. B. - O. — J'ai la mission d'amener l'ensemble de la communauté Achats à l'état de l'art au niveau des compétences, des processus et des outils. Pour y parvenir, nous travaillons dans une démarche d'amélioration continue en utilisant notamment la puissance et l'efficacité du digital.

R. P. - G. — Mes missions s'articulent autour de trois axes. Le premier porte sur la définition du profil cible du chef de projet en travaillant sur les compétences de ceux qui sont en poste et sur nos orientations de recrutement. Le deuxième consiste à créer puis à animer une communauté de chefs de projets pour harmoniser les bonnes pratiques et travailler collectivement sur les standards du métier. Enfin, nous assurons la montée en compétence des équipes par du coaching et de la formation pour gagner en efficacité et contribuer à une employabilité durable.

Quelles qualités faut-il développer pour
ce métier ?

G. B. - O. — Il exige de conjuguer une vision à long terme du métier tout en embrassant de façon très pragmatique les sujets de terrain pour les résoudre en connexion permanente avec les équipes.

R. P. - G. — Mon métier nécessite d'engranger de nombreuses expériences projet en amont, pour être pertinent sur l'analyse et le support, et légitime vis-à-vis des équipes. Il est aussi important de communiquer en transversal avec toutes les entités, et en vertical pour capter les besoins du terrain et les valider par la direction.

Quelle facette de votre métier appréciez-vous
le plus ?

G. B. - O. — Créer de la valeur est particulièrement gratifiant dans un contexte où la fonction Achats se renforce. Aujourd'hui, nous visons une excellence incarnée personnellement par chacun, un mouvement accéléré par l'intégration de nouveaux outils digitaux et de l'exploitation de la data. Contribuer à améliorer l'expérience des acheteurs au bénéfice du Groupe et de l'écosystème fournisseurs est enthousiasmant.

R. P. - G. — Je trouve particulièrement stimulant d'avoir une vision et un impact larges sur l'ensemble de l'activité projet du Groupe. Mon métier me permet aussi d'investir du temps sur la veille, les tendances liées à la gestion de projet et d'échanger avec mes pairs d'autres entreprises. Nous menons, par exemple, des réflexions et des investigations sur les méthodes AGILE et sur leurs applications dans d'autres secteurs.

Quelle réalisation vous procure le plus
de fierté ?

G. B. - O. — Nous avons conçu en interne un module de formation « onboarding ». Les dix sessions ont permis de partager notre vision, nos convictions du métier Achats et de vivre des mises en situation. En six mois, 133 collaborateurs de plusieurs nationalités ont été formés avec un taux de satisfaction supérieur à 80 %. C'est une vraie satisfaction d'avoir mis en mouvement la filière Achats en donnant du sens à ce que nous faisons et de pouvoir constater l'alignement et l'engagement des équipes.

R. P. - G. — Face à la pénurie mondiale des composants, nous avons challengé l'organisation de nos projets pour modifier en un temps record le design de nos produits en étroite collaboration avec les acteurs Achats, Techniques, et Supply Chain, mais aussi en travaillant différemment avec nos fournisseurs. Cette expérience a été un véritable laboratoire accéléré pour rendre plus efficient notre management de projet et un best practice en matière de gestion de projet.



23

ACADÉMIES AU SEIN
DE SOMFY CAMPUS



94,1 %

DES COLLABORATEURS
ONT BÉNÉFICIÉ D'UN
ENTRETIEN INDIVIDUEL
DE DÉVELOPPEMENT



ACTION 12

FAIRE SES GAMMES CHEZ SOMFY

• PEOPLE • PROSPERITY

Entreprise technologique, SOMFY est aussi une entreprise familiale et humaine. Elle s'ouvre aux jeunes qui se questionnent et qui recherchent une première expérience professionnelle. SOMFY les accueille et forme ceux qui seront, peut-être, les futurs talents du smart living.

AVANT LE BACCALAURÉAT

1/ MON STAGE DE TROISIÈME

Visites de sites, forum des métiers, tables rondes dans les collèges ou encore stages de découverte... La Fondation SOMFY promeut les métiers de l'industrie auprès de ce public en quête d'idées d'orientations. Cette année pour le stage de troisième, 24 collaborateurs ont guidé 16 collégiens au fil d'un parcours de découverte de leurs métiers.

Que t'a inspiré cette expérience ?

Ce stage m'a permis de cibler les domaines proches de mon centre d'intérêt : le dessin. J'ai découvert trois métiers : le design interface, le design produit et la communication.

Que retiens-tu de cette semaine d'observation ?

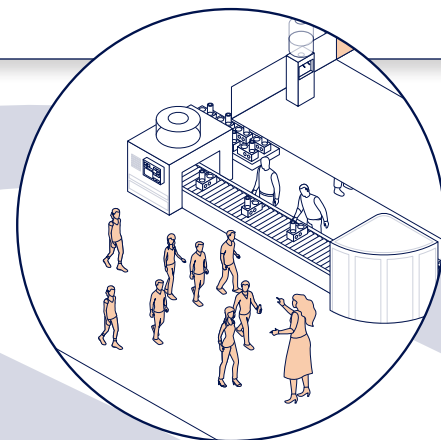
J'ai eu un coup de cœur pour le design produit. On y fait du dessin, du maquettage et on travaille la matière. Après ce stage, j'ai contacté des écoles supérieures de design pour orienter mes choix d'options au baccalauréat.

Que dirais-tu de SOMFY ?

C'est une entreprise dynamique, moderne et efficace. J'étais tellement enthousiaste que j'ai proposé au responsable du design produit de m'embaucher, mais je n'ai ni l'âge ni les qualifications !



Emma Brisson, collégienne de troisième accueillie à Cluses (France)



APRÈS LE BACCALAURÉAT

2/ MON STAGE DE FIN D'ÉTUDES

Pour les étudiants en études supérieures et en quête d'un stage pour valider leur diplôme, SOMFY propose des expériences professionnelles pour mettre en pratique et approfondir leurs acquis.

Travailler dans l'industrie, cela te plaît ?

Évoluer dans ce secteur m'a permis de m'initier à la technologie de la maison connectée. J'aime travailler dans l'industrie, particulièrement avec cette dimension internationale.

Qu'est-ce que ce stage t'a apporté ?

Il m'a donné l'occasion d'appliquer tout ce que j'ai appris à l'université et dans mon master. Communiquer avec des personnes d'autres pays m'a permis d'en apprendre davantage sur leur culture lors du lancement d'une campagne locale.

Qu'as-tu préféré chez SOMFY ?

J'ai eu la liberté de proposer des campagnes d'idées créatives au sein des réseaux sociaux et de les mettre à l'épreuve. Bien que stagiaire, les équipes m'ont fait confiance, et ça, c'est génial !

Quels mots utiliserais-tu pour parler de SOMFY ?

Internationale et apprenante.



Paulette Alvarez, stagiaire équatorienne en fin d'études basée à Barcelone (Espagne)



3/ MON ALTERNANCE

Dès le premier jour de leur intégration, les alternants profitent d'un parcours personnalisé autour de grands temps forts. Il leur permet une découverte ludique des métiers, une participation aux journées de la Fondation, ou encore l'acquisition de soft skills.

Quelle est ta mission chez SOMFY ?

Je suis l'assistante en communication internationale de la fonction organisation & supply chain. Je contribue à améliorer la communication entre les onze usines dans le monde.

Comment es-tu arrivée chez SOMFY ?

J'ai trouvé l'annonce sur Indeed après avoir eu de nombreux commentaires positifs sur SOMFY et sa gestion des collaborateurs. Le processus a été incroyablement rapide, transparent et productif puisqu'en dix jours, j'ai eu deux entretiens et la réponse positive.

Travailler dans l'industrie, cela te plaît ?

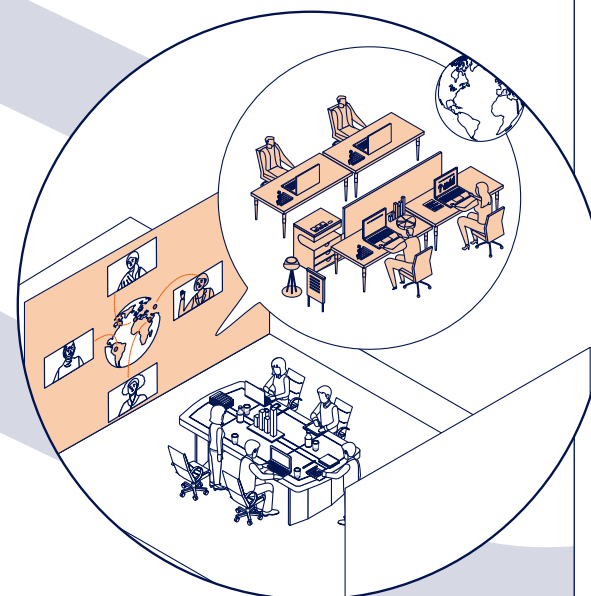
J'ai redécouvert l'univers de l'habitat connecté. J'ai appris comment la maison du futur nous aidera à économiser l'énergie, à éviter la surconsommation et à assurer la sécurité de notre foyer à tout moment.

SOMFY, c'est quoi pour toi ?

C'est une entreprise visionnaire, où tu pourras te mettre au défi, apprendre chaque jour et être créative.



Emilia Depresle Alvarado, alternante guatémaltèque basée à Cluses (France)



APRÈS LE DIPLÔME

4/ MON V.I.E

Présent dans 58 pays, SOMFY propose des volontariats internationaux d'un ou deux ans, pour acquérir de nouvelles compétences et s'ouvrir à des pratiques multiculturelles.

Quel poste occupes-tu chez SOMFY ?

Je suis project coordinator and software engineer. Je participe notamment au développement logiciel des moteurs et à la montée en compétence des équipes de Nanxun sur les outils et sur les processus.

Quel intérêt trouves-tu à travailler dans ce domaine ?

Pouvoir associer software et hardware a toujours été important à mes yeux. Quand le produit contribue à améliorer notre vie quotidienne, c'est véritablement un plus.

Que t'apporte ce V.I.E ?

J'étais à la recherche d'un choc culturel et la Chine ne m'a pas déçu. Le V.I.E m'a permis de sortir de ma zone de confort et d'évoluer personnellement et professionnellement. C'est un formidable tremplin pour la suite. Je ne pense pas pouvoir vivre une expérience de ce type prochainement.

Pour résumer, SOMFY, c'est quoi ?

Un grand groupe familial et accueillant.



Antoine Delemotte, V.I.E basé à Nanxun (Chine)

5/ MON PREMIER CDI

À l'issue de leur alternance, les meilleurs éléments peuvent être embauchés et poursuivre leur évolution au sein du Groupe. Une politique gagnant-gagnant pour les salariés comme pour les équipes qu'ils rejoignent.

Quel poste occupes-tu ?

Après une alternance très enrichissante chez SOMFY, j'ai été embauché comme chef de produit accès sécurisés au département marketing de Somfy France. Mon activité porte sur les produits alarmes : caméras, visiophones et serrures connectées.

Travailler dans l'industrie, cela te plaît ?

C'est une vraie fierté de servir une industrie française. C'est un secteur plein de nouveaux défis à relever, de produits à développer, d'innovations à penser et d'opportunités de marché à saisir.

Que dirais-tu de l'ambiance de travail chez SOMFY ?

J'apprécie particulièrement l'état d'esprit des collaborateurs. La bienveillance et l'accessibilité des personnes permettent d'entretenir une très bonne collaboration au quotidien.



Vincent Archenault, ex-alternant, embauché en CDI à Cluses (France)



LA CROISSANCE DES COLLABORATEURS RIME AVEC CELLE DE L'ENTREPRISE

Véritable boussole pour le collaborateur, la culture désirée garantit la qualité de l'expérience client, celle des collaborateurs et la performance de SOMFY. Échanges avec Valérie Dixmier, Directrice Générale Déléguée People, Culture & Organization.

D'acteur du digital, SOMFY est-il devenu une entreprise technologique ?

V. D. — Le digital est au cœur de la transformation de SOMFY. Aujourd'hui, nous sommes mobilisés pour faire de la data un avantage compétitif d'avenir. Bien que le Groupe opère sur un marché traditionnel si l'on considère ses clients et ses canaux de distribution, il apporte des éléments différenciants de connectivité et d'interopérabilité qui en font davantage qu'un acteur digital. De fait, SOMFY devient une entreprise technologique avec l'essor de solutions et d'écosystèmes connectés et l'usage de la data pour apporter de nouveaux services à ses clients et améliorer l'efficacité de ses processus internes. Dans cette perspective, le Groupe s'est doté d'une équipe spécialisée dans l'exploitation donnée par l'intelligence artificielle.

Comment les compétences s'adaptent-elles à cette nouvelle donne ?

V. D. — Cette digitalisation n'est pas qu'une affaire d'experts en systèmes d'information et en data science, elle irriguera tous les métiers de l'entreprise. Notre responsabilité est d'embarquer l'ensemble des collaborateurs dans le développement de leurs compétences digitales... Entreprise humaine, nous prônons un apprentissage au fil de l'eau et le travail en équipe, pour intégrer la dimension interdisciplinaire et complexe du digital. C'est le rôle de SOMFY Campus qui s'enrichit, en 2023, d'une nouvelle académie centrée sur le développement des compétences digitales.

« Notre responsabilité est d'embarquer l'ensemble des collaborateurs dans le développement de leurs compétences digitales. »

Quel rôle joue le manager ?

V. D. — Le manager est un coach qui accompagne, conseille et encourage le collaborateur dans la réalisation de ses missions. Il participe à le rendre maître de son poste au bon niveau de compétences et avec le bon sens de l'urgence. Nous œuvrons sans relâche à développer nos collaborateurs pour que chacun soit plus autonome, responsable et efficace. Cela se traduit par une proximité et un renforcement de la culture du feedback où l'on se dit régulièrement et sincèrement les choses. Aujourd'hui, nous opérons dans un monde trop complexe pour n'être que l'affaire d'une poignée de leaders. Il faut s'appuyer sur l'intelligence des équipes et construire des relations humaines fortes où le leader est celui qui donne le sens et façonne le contexte pour que son équipe réussisse. Chacun comprend alors le pourquoi de son action et dans quel ensemble s'inscrit son impact personnel.

Est-ce facile d'opérer ce changement culturel ?

V. D. — Ce n'est pas naturel pour une entreprise comme SOMFY qui a toujours connu le succès. De fait, la nécessité de se transformer en profondeur n'est pas perçue de façon identique par tous les collaborateurs. Nous avons posé les premières briques avec la mise en place d'une organisation simple orientée vers le client et d'outils communs comme le déploiement d'un ERP unique. Il ne s'agit pas de nier la complexité, mais de la prendre en charge pour, en aucun cas, l'externaliser sur le client. Cette transformation vise à maîtriser la complexité de nos métiers et s'assurer que la voix du client guide toutes nos décisions. On ne décide pas d'une nouvelle culture d'entreprise, on l'incarne et le manager joue un rôle clé pour réussir cette mue.

Quel est le bénéfice pour le client ?

V. D. — Notre objectif est d'apporter une expérience client qui ne soit pas seulement facile, sans couture et fluide, mais véritablement différenciante et génératrice de valeur pour les deux parties. Cela exige de développer une réelle empathie à leur égard pour partager leur réalité et comprendre leurs besoins en profondeur. Nous pouvons le faire en nous appuyant sur l'intelligence collective et sur des leaders qui font grandir les équipes. L'authenticité, le droit à l'erreur et la confiance rendent cela possible.

En quoi la culture SOMFY est un levier pour être un leader demain ?

V. D. — Ce changement culturel est fondamental pour réussir 2025 One Way, notre plan à trois ans. Après l'avoir déployé avec le top management, et maintenant auprès de la totalité de nos managers, cette culture désirée devient un actif précieux et un gage de succès. Ce n'est pas une option, elle conditionne l'attractivité et la performance future du Groupe.

« Le manager est un coach qui accompagne, conseille et encourage le collaborateur dans la réalisation de ses missions. »



« Il ne s'agit pas de nier la complexité, mais de la prendre en charge pour en aucun cas l'externaliser sur le client. »



Conception et réalisation : beari**ideas**
Crédits photos : Anthony Micallef, Marc Schafer,
Fabien Courmont, Getty Images, Emmanuelle Firman,
Kelly Hennigan, Dariusz Jarzabek - stock.adobe.com
Rédaction : Antoine Blachez

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





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