

BIEN ETRE BIEN COMMUN

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019/2020

S
—
O
—
M
—
M
—
A
—
I
—
R
—
E

14 / 25

ANTICIPER

Des défis

à la croisée du bien-être
et du bien commun

26 / 43

ACCÉLÉRER

Des synergies

et des investissements stratégiques,
leviers de notre croissance

44 / 57

ENTREPRENDRE

Des innovations

et des initiatives au service de tous

Depuis longtemps,

Saint-Gobain entreprend pour permettre au plus grand nombre de mieux vivre grâce à des matériaux qui contribuent à créer des lieux de vie à la fois confortables et durables, pensés pour le bien-être de chacun et l'avenir de tous.

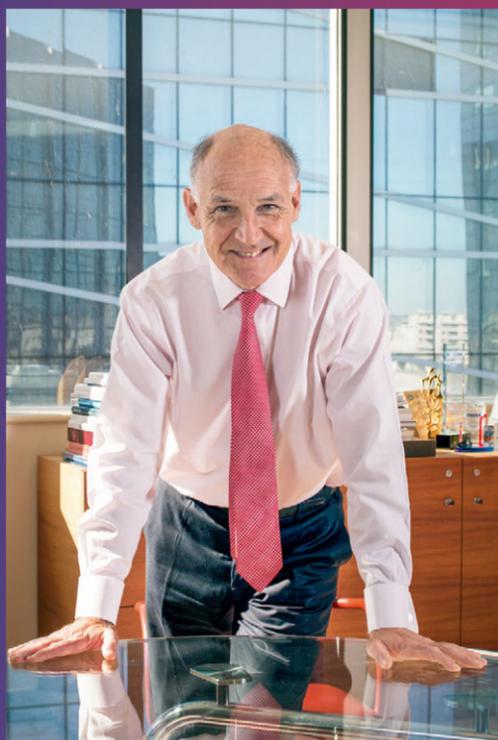
Depuis 2019, le Groupe, à l'échelle locale et mondiale, accélère sa transformation pour libérer tout le potentiel de ses équipes au service du confort des usagers, de la performance durable de ses clients et de la transition écologique.

En 2019,

Saint-Gobain a aussi accéléré sur le front de la lutte contre le changement climatique en prenant l'engagement d'atteindre la neutralité carbone en 2050. Face aux grands enjeux de notre temps, nous avons la conviction que le bien-être de chacun peut et doit être réconcilié avec l'avenir de la société, de la planète et des générations futures. Bien-être, bien commun : bienvenue dans l'ère de la convergence.



#BienEtreBienCommun



PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR
Président-Directeur Général

2019 A ÉTÉ UNE TRÈS BELLE ANNÉE POUR SAINT-GOBAIN. CETTE PREMIÈRE PARTIE D'ANNÉE 2020 A EN REVANCHE ÉTÉ FORTEMENT MARQUÉE PAR LA CRISE SANITAIRE MONDIALE. MAIS LES FONDAMENTAUX DU GROUPE SONT SOLIDES ET SES PERSPECTIVES PROMETTEUSES.

ÉCLAIRAGE DE PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



RÉSILIENCE

La crise sanitaire du Covid-19 a été un choc pour tous. Et les conséquences tant économiques que sociales se feront sentir durablement. Le monde devra en sortir plus fort pour mieux anticiper et gérer les crises futures.

Ce contexte post-Covid crée une opportunité formidable pour reconstruire un monde d'après plus durable, prenant en compte notamment l'urgence climatique. On parle beaucoup de « relance verte » : je suis convaincu que la transition vers une économie bas carbone doit être non seulement une priorité absolue de long terme, mais aussi l'une des réponses immédiates à la crise.

Ainsi, une plus grande attention aux questions environnementales et une plus grande solidarité seront deux aspects clés de notre résilience future, dans un monde où transition écologique et aspiration à vivre mieux, deux thèmes essentiels pour Saint-Gobain, seront clés.

Enfin, il n'y aura pas de résilience sans confiance dans les institutions, les entreprises, les marques. La marque Saint-Gobain, et les valeurs qu'elle incarne, sera pour nous, j'en suis convaincu, un autre puissant atout.

CLIMAT

Le changement climatique est la menace la plus préoccupante de notre temps, et une cause dans laquelle je suis, à la fois personnellement et au nom de Saint-Gobain, fortement engagé depuis longtemps. Nous avons accéléré en 2019, en nous fixant comme ambition, annoncée dans le cadre du Sommet Action Climat de l'ONU, la neutralité carbone d'ici à 2050. Alors que s'amorce une décennie tout à fait cruciale, il était important de le faire aux côtés de nombreux autres acteurs, car l'enjeu du climat nécessite l'action conjointe de tous, décideurs politiques et agents économiques, institutions mondiales et acteurs du terrain.

Pour Saint-Gobain, la neutralité carbone passe par la réduction drastique de notre impact directement lié à nos opérations, et l'engagement à nos côtés de tous les acteurs de notre chaîne de valeur. Cela n'a de sens que dans le cadre d'une action plus large pour la décarbonation de nos marchés, notamment celui de la construction. Notre empreinte globale et notre capacité de mobilisation doivent faire de nous un acteur exemplaire, et nous avons déjà, en tant que fournisseur de matériaux, solutions et services bas carbone, une contribution très positive.

CLIENTS

La culture client est depuis plus de dix ans au cœur de notre stratégie, et notre plan de transformation, Transform & Grow, initié en 2018, a définitivement consacré la proximité client comme une donnée clé de notre développement. Que ces clients soient locaux ou mondiaux, notre organisation par pays et par marché assure la meilleure qualité d'écoute des besoins, de réponse et de capacité à co-construire ensemble les solutions. Cette proximité est aussi un atout indéniable du

« UNE PLUS GRANDE ATTENTION AUX QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES ET UNE PLUS GRANDE SOLIDARITÉ SERONT DEUX ASPECTS CLÉS DE NOTRE RÉSILIENCE FUTURE. »



Groupe dans les temps de crise comme celle du Covid-19. Nous avons chez Saint-Gobain une très grande variété de clients, du grand industriel au petit artisan. Sans oublier la place de plus en plus importante prise par nos clients indirects, les utilisateurs finals, de plus en plus prescripteurs et sensibles à la valeur d'usage de nos solutions. Notre modèle « multi-local » nous permet de répondre aux attentes de chacun d'eux. Être proche du client n'est pas seulement une nécessité opérationnelle, c'est aussi un état d'esprit que l'on retrouve parmi les cinq Attitudes qui constituent notre culture commune.

DIGITAL

Le digital bouleverse nos façons de travailler et de consommer, il transforme en profondeur nos chaînes de valeur, il est synonyme de personnalisation de masse, de sur-mesure pour le plus grand nombre. Il ne faut pas penser le digital en termes d'outils et de technique, mais

« NOUS VOULONS PLUS QUE JAMAIS CONJUGUER TECHNOLOGIE ET DURABILITÉ, ÊTRE UN ACTEUR CLÉ DE L'ÉCONOMIE VERTE, UN GAGE DE QUALITÉ ET DE PERFORMANCE, ET CONTRIBUER À RÉINVENTER EN PROFONDEUR NOS MÉTIERS. »

de modes de vie et de mentalités. Pour Saint-Gobain, c'est une chance de pouvoir compter sur le digital pour enrichir notre relation avec nos clients via de nouveaux services et de nouvelles expériences personnalisées, pour accélérer les changements dans les modes de travail et de management, comme nous l'avons fait dès le début de la crise du Covid-19, pour imaginer de nouveaux modèles d'affaires. Combiner le meilleur de ce qu'offre le digital (rapidité, fluidité, interactivité, sur-mesure) avec le meilleur de l'humain ouvre des perspectives prometteuses.

INDUSTRIE

Usine verte, usine 4.0, industrie intelligente... Chacun de nos sites prend le tournant de la double révolution digitale et écologique - les deux allant souvent de pair ! Nous maintenons notre appareil industriel afin qu'il soit à la pointe de l'excellence opérationnelle, avec une utilisation optimale des données et de l'intelligence artificielle, et une baisse continue de nos consommations d'énergie et de ressources. Pour un Groupe comme le nôtre, il est essentiel de faire rimer industrie avec performance, durabilité, et dynamisme, car nos usines se situent au milieu de bassins d'emploi et participent à l'activité économique dans les territoires. L'industrie offre aussi, de même que la distribution professionnelle, de multiples opportunités de carrière, et nous continuerons à mettre en avant son attractivité.

INVESTISSEMENTS

Qui dit investissements, dit opportunités de croissance, à saisir là où nous voyons le futur de Saint-Gobain. Nous renforçons ainsi notre présence de façon sélective, étendant nos activités dans les géographies les plus prometteuses, comme l'Inde ou l'Afrique,



clients et partenaires comme pilier essentiel ; et, bien sûr, des collaborateurs qui incarnent des valeurs fondamentales d'intégrité, de respect des personnes et de l'environnement, et de solidarité. Impact positif, c'est enfin la possibilité de porter une voix forte sur la scène internationale pour défendre de grandes causes aux côtés de l'ensemble de nos parties prenantes.

SAINT-GOBAIN DEMAIN

Saint-Gobain compte et comptera encore davantage demain dans le quotidien de chacun. Notre présence est souvent discrète, et les pouvoirs de nos matériaux et de nos services, s'ils sont parfois invisibles, sont essentiels ! Nous voulons plus que jamais conjuguer technologie et durabilité, être un acteur clé de l'économie verte, un gage de qualité et de performance, et contribuer à réinventer en profondeur nos métiers mus par des transformations puissantes, pour conjuguer, à travers notre mission, le bien-être de chacun et l'avenir de tous.

« LES ENTREPRISES DOIVENT AVOIR UN IMPACT POSITIF, ET PAS SEULEMENT ÊTRE EXEMPLAIRES DANS LEUR FONCTIONNEMENT. »

et établissant des positions fortes sur des segments de marché porteurs : la préfabrication, la santé, la mobilité électrique et la chimie de la construction. La croissance externe est un pilier important de notre développement. Nous avons réalisé 18 acquisitions en 2019 et finalisé début 2020 la plus importante pour Saint-Gobain depuis plus de dix ans, celle de Continental Building Products dans la plaque de plâtre aux États-Unis.

RESPONSABILITÉ

Avoir une attitude d'entreprise responsable n'est plus une option aujourd'hui : les grands groupes en particulier ont plus que jamais un rôle à jouer dans la société, auprès des communautés locales. C'est pour cela qu'au-delà de responsabilité, je parle de contribution : les entreprises doivent avoir un impact positif, et pas seulement être exemplaires dans leur fonctionnement.

Impact positif, cela peut vouloir dire beaucoup de choses : pour Saint-Gobain, ce sont des solutions vertueuses d'un point de vue environnemental et qui améliorent le confort de chacun partout dans le monde ; une présence au plus près du terrain et l'écoute de nos



**INTERVIEW AVEC
BENOIT BAZIN**
Directeur Général Délégué

**« NOUS APPORTONS
DU BIEN-ÊTRE À CHACUN,
DE LA PRODUCTIVITÉ
AUX PROFESSIONNELS
ET DES SOLUTIONS
DURABLES POUR TOUS. »**

AVEC LA PANDÉMIE DE COVID-19, LE MONDE FAIT FACE, À L'HEURE OÙ NOUS ÉCRIVONS, À UNE SITUATION TOTALEMENT INÉDITE. QUELS SERONT POUR VOUS LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS POUR SAINT-GOBAIN DANS LES ANNÉES À VENIR ?

B.B. — La pandémie a mis à rude épreuve un nombre important de pays dans lesquels le Groupe est implanté, même si, dans d'autres, comme les pays Nordiques, l'Allemagne ou l'Europe de l'Est, notre activité est restée solide.

Le Groupe était engagé, avant la crise sanitaire, sur une très bonne dynamique dans un environnement plutôt porteur, grâce au succès de notre transformation lancée début 2019, qui s'est poursuivie début 2020. Notre offre répond aux défis de nos sociétés : besoin de construire de façon durable face au défi du changement climatique et de façon productive pour répondre à l'urbanisation et au développement démographique rapides, mutation des bâtiments et des lieux de vie pour les rendre intelligents grâce au numérique afin de combler les attentes en matière de santé et de bien-être d'une nouvelle classe moyenne dans

les pays en forte croissance et d'une population vieillissante dans les pays mûrs, nécessité de développer de nouvelles mobilités et d'innover pour accompagner les clients industriels dans leur recherche de performance. Nous apportons du bien-être à chacun, de la productivité aux professionnels de la construction et de l'industrie, et des solutions durables pour tous.

Pour saisir ces opportunités, nous misons sur la force de nos équipes et leur proximité client, d'autant plus précieuses dans un contexte de relance : nous sommes là pour accompagner nos partenaires de façon personnalisée, leur apporter une forte valeur ajoutée et leur offrir l'assurance de la qualité et de la fiabilité de la marque Saint-Gobain sur le long terme. Nos atouts sont indéniables : une offre unique de solutions intégrées multiproduits et de services différenciés pour que chaque client dispose de systèmes complets par grand type d'application, une culture d'innovation et d'excellence opérationnelle au plan industriel, commercial et logistique, et enfin une organisation agile et proche du terrain, qui s'appuie sur des outils digitaux puissants.

EN QUOI L'INNOVATION A-T-ELLE ÉTÉ UN ATOUT DANS LA GESTION DE LA CRISE ? QUELLE DÉFINITION DONNERIEZ-VOUS DE L'INNOVATION CHEZ SAINT-GOBAIN ?

B.B. — La force et la rapidité d'innovation de nos équipes ont été décisives pour nous adapter à ce contexte d'urgence : réinventer nos processus de travail, repenser nos interactions clients, adapter nos modes de distribution et mettre notre outil productif au service de la lutte contre la crise. Saint-Gobain a montré que la créativité est l'affaire de tous : recherche, marketing, services clients, production, distribution, etc. Chacun est innovant à son échelon.

L'innovation constitue l'une de nos cinq « Attitudes ». C'est un lien fort d'unité du Groupe : les défis technologiques du développement durable nécessitent des compétences similaires dans les marchés de la construction ou de l'industrie, les mêmes matériaux se retrouvent souvent sur différentes applications, leurs propriétés sont valorisées par des clients très divers, un même savoir-faire process est utilisé dans différentes fabrications, l'innovation digitale irrigue distribution comme industrie.

L'innovation incrémentale est aussi source de performance : à chaque fois qu'on explore des marchés adjacents, qu'on invente des usages personnalisés ou qu'on améliore l'expérience client, les petites avancées ont une grande valeur. C'est vrai en matière d'éco-innovation et de transition bas carbone par exemple, où les améliorations progressives ont autant leur place que les technologies de rupture.

Enfin, nous veillons en permanence à ce que nos processus d'innovation soient ouverts vers l'extérieur. Ils visent naturellement à placer les attentes clients au cœur de notre dispositif afin de co-développer ensemble de nouveaux produits et services. Notre démarche repose également sur des interactions fortes avec les laboratoires académiques et avec l'écosystème des start-ups, qui ne cesse de se renforcer. Plus récemment, nous avons décidé de mieux valoriser encore les initiatives que certaines de nos équipes souhaiteraient transformer en start-up interne. Tout ceci illustre notre volonté de faire fructifier les meilleures idées, internes comme externes.

Un engagement de long terme, un axe stratégique de création de valeur, un état d'esprit partagé avec la contribution de tous, et une démarche ouverte : voilà ce qu'est pour moi l'innovation chez Saint-Gobain.

TRANSFORM & GROW A MIS À L'HONNEUR DE NOUVELLES FAÇONS DE TRAVAILLER ENSEMBLE. COMMENT CELA SE MANIFESTE-T-IL ?

B.B. — Nous avons mis en avant trois principes de fonctionnement : confiance, responsabilisation, collaboration. L'objectif est que notre organisation soit simple et agile grâce à des lignes hiérarchiques directes, qu'elle entraîne l'adhésion de nos équipes et qu'elle leur permette de donner le meilleur d'elles-mêmes. Concrètement, cela passe par le rôle central des Directeurs Généraux de pays ou de BU, qui sont responsabilisés sur leur compte de résultat, ont l'autonomie nécessaire pour des décisions rapides sur les sujets pertinents liés à leur marché en termes d'équipes, de commerce ou d'allocation de ressources pour saisir les meilleures opportunités de croissance. Un travail de simplification des processus internes accompagne notre nouvelle organisation. En parallèle, nous nous efforçons de construire un environnement ouvert où la prise de risque et le droit à l'erreur, ainsi que de nouvelles dynamiques de coopération, sont encouragés.

Notre nouvelle organisation a déjà porté beaucoup de fruits en 2019. Elle a aussi prouvé sa pertinence pour gérer la crise Covid-19, grâce aux actions des Directeurs Généraux de pays, supportées par une excellente coordination internationale. Qu'il s'agisse des plans de continuité d'activité, des actions de solidarité auprès des communautés locales, du dialogue social ou des nouveaux modes de travail, la force de Saint-Gobain est d'avoir su mettre en place très vite les réponses locales adaptées aux réalités de chaque pays.

La proximité avec les clients sur le terrain, l'agilité de décision, la mise en responsabilité des équipes, couplées à une culture commune et un fort engagement, sont les piliers à partir desquels nous déployons avec succès notre stratégie de croissance.

VOUS ÊTES DONC CONFIAINT ?

B.B. — Oui, je suis confiant dans la réussite de Saint-Gobain ! Nous nous sommes bien positionnés sur des axes stratégiques forts, qui accompagnent les évolutions de nos clients : construction durable et rénovation énergétique, développement géographique en pays émergents, investissement bien structuré dans le digital et innovation forte dans les marchés industriels. Toutes ces perspectives prometteuses sont portées avec talent par les femmes et les hommes de Saint-Gobain, que je remercie et dont je salue l'engagement exemplaire.

GOVERNANCE



CONSEIL D'ADMINISTRATION

Au 4 juin 2020

PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR

Président-Directeur Général de la Compagnie de Saint-Gobain

JEAN-FRANÇOIS CIRELLI

Président de BlackRock France, Belgique et Luxembourg

LYDIE CORTES

Administratrice salariée

SIBYLLE DAUNIS

Directrice Générale de PUM et administratrice représentant les salariés actionnaires

IÉDA GOMES YELL

Chercheuse et administratrice de sociétés

ANNE-MARIE IDRAC

Administratrice de sociétés

PAMELA KNAPP

Administratrice de sociétés

AGNÈS LEMARCHAND

Administratrice de sociétés

DOMINIQUE LEROY

Senior Advisor de Bain & Company (Belgique)

DENIS RANQUE

Administrateur de sociétés

GILLES SCHNEPP

Président du Conseil d'administration de Legrand

JEAN-DOMINIQUE SENARD

Président du Conseil d'administration de Renault

PHILIPPE THIBAUDET

Administrateur salarié

PHILIPPE VARIN

Président du Conseil d'administration de Suez

Secrétaire du Conseil d'administration :

ANTOINE VIGNIAL

Secrétaire Général de la Compagnie de Saint-Gobain

LE COMITÉ EXÉCUTIF

Au 4 juin 2020



A / B



C



E



D



F

A / PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR
Président-Directeur Général

B / BENOIT BAZIN
Directeur Général Délégué

C / ARMAND AJDARI
Directeur Recherche et Développement

D / PATRICK DUPIN
Directeur Général Adjoint, Directeur Général Région Europe du Nord

E / THIERRY FOURNIER
Directeur Général Adjoint, Directeur Général Région Amérique latine*

F / JAVIER GIMENO
Directeur Général Adjoint, Directeur Général Région Asie-Pacifique

G / CORDULA GUDDUSCHAT
Directrice Marketing et Développement*

H / LAURENT GUILLOT
Directeur Général Adjoint, Directeur Général Solutions de Haute Performance

I / BENOÎT D'IRIBARNE
Directeur Général Adjoint, Directeur Technologie et Performance Industrielle

J / CLAIRE PEDINI
Directrice Générale Adjointe, Ressources Humaines et Transformation Digitale

K / LAURENCE PERNOT
Directrice de la Communication

L / MARK RAYFIELD
Directeur Général Adjoint, Directeur Général Région Amérique du Nord*

M / SREEDHAR N.
Directeur Financier

N / GUILLAUME TEXIER
Directeur Général Adjoint, Directeur Général Région Europe du Sud, Moyen-Orient, Afrique

O / MAUD THUAUDET
Directrice de la Stratégie

P / ANTOINE VIGNIAL
Secrétaire Général, chargé de la Responsabilité Sociale d'Entreprise

* Membre depuis le 1^{er} janvier 2020.



G



H



I



J



K



L



M



N

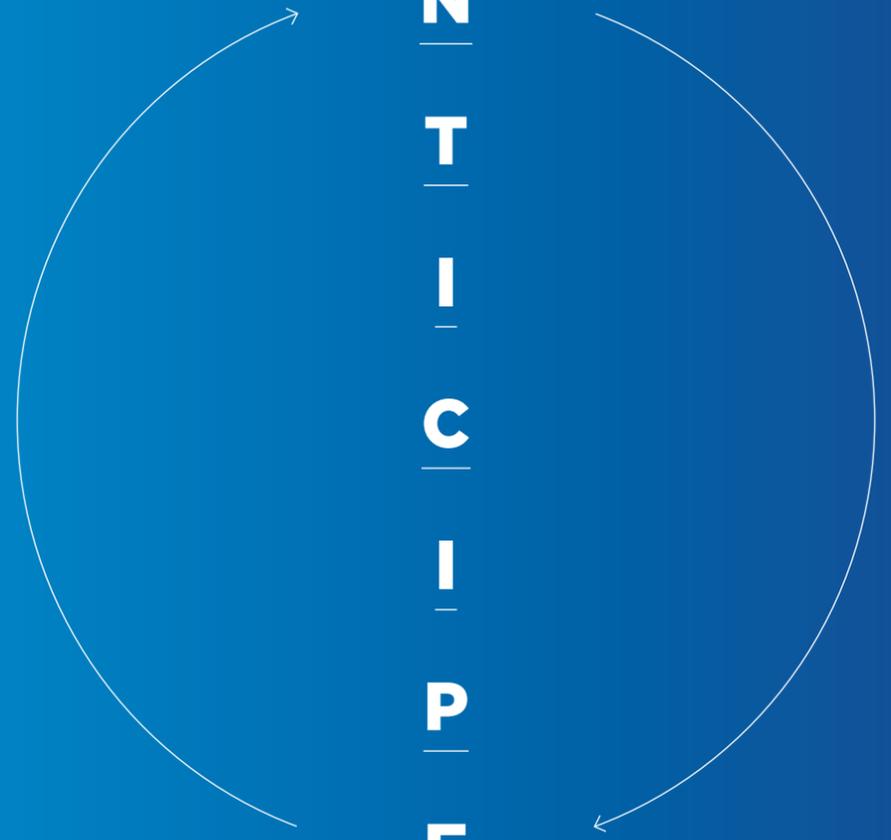


O



P

A
N
T
I
C
I
P
E
R



—
**DES DÉFIS
À LA CROISÉE
DU BIEN-ÊTRE
ET DU BIEN COMMUN**

—
Favoriser le bien-être de chacun en contribuant au bien commun est plus que jamais notre priorité. Avec des positions solides et de belles perspectives de croissance, nous réaffirmons notre capacité à réaliser cette ambition grâce à différents leviers d'action, pour bâtir ensemble un futur commun plus résilient, plus innovant et plus durable.

[#BienEtreBienCommun](#)

A
N
T
I
C
I
P
E
R



#1

Permettre l'accès à des logements et des infrastructures offrant bien-être et performance

...



A
N
T
I
C
I
P
E
R

A
N
T
I
C
I
P
E
R

**9,7 MILLIARDS
D'HABITANTS EN 2050,
SOIT 2 MILLIARDS
DE PLUS QU'EN 2019**



**LE MARCHÉ MONDIAL
DE LA CONSTRUCTION DEVRAIT
AUGMENTER DE 2,6 % PAR AN
EN MOYENNE ENTRE 2018 ET 2023**



Cristina Gamboa
Directrice Générale,
World Green Building Council

"Nous devons intensifier nos efforts pour moderniser et rénover tous nos bâtiments afin d'offrir des conditions de vie saines et confortables, tout en réduisant la consommation d'énergie. La rénovation énergétique est une solution durable à long terme, indispensable pour réduire la précarité énergétique et offrir des maisons plus chaleureuses à nos résidents, des écoles plus saines à nos enfants et des économies sur les factures d'énergie pour nos hôpitaux et nos entreprises."

#2

... dans un contexte de demande mondiale en forte croissance, de raréfaction des ressources et d'urgence climatique

39 % DES ÉMISSIONS DE CO₂ LIÉES À L'ÉNERGIE SONT GÉNÉRÉES PAR LES SECTEURS DU BÂTIMENT ET DE LA CONSTRUCTION

40 % DES RESSOURCES MONDIALES SONT UTILISÉES POUR LA PRODUCTION DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION, PARTICULIÈREMENT DU SABLE POUR LA FABRICATION DU CIMENT ET DU VERRE



Maimunah Mohd Sharif
Sous-Secrétaire Générale des Nations unies et Directrice Exécutive d'ONU-Habitat

"Pour parvenir à un avenir durable pour les villes, nous avons besoin d'une approche intégrée combinant le meilleur des idées et des talents, grâce à une démarche participative faisant ressortir le meilleur de notre famille mondiale et urbaine. La technologie et l'innovation doivent être combinées à des actions concrètes pour nous permettre d'atteindre le 11^e Objectif de développement durable, qui est de créer des villes inclusives, sûres, résilientes et durables."

Citation extraite du préambule du rapport *Future cities, new economy, and shared city prosperity driven by technological innovations*, publié par l'ONU-Habitat.





#3

Faire du digital un levier de personnalisation de l'expérience client et un accélérateur d'innovation dans nos industries



A
N
T
I
C
I
P
E
R

A
N
T
I
C
I
P
E
R

40 % DES INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS MONDIAUX SONT DÉDIÉS À L'USINE DU FUTUR



3 MILLIARDS DE PERSONNES UTILISERONT INTERNET DANS LES PAYS ÉMERGENTS EN 2022, CONTRE 2,1 MILLIARDS EN 2017



Thomas Reichert
Chair of the Practice Areas,
Global Leader DigitalBCG,
Boston Consulting Group (BCG)

"Les organisations qui compteront à l'avenir sont celles qui seront capables d'associer avec la plus grande fluidité la perspective et l'ingéniosité humaines à la technologie et à l'intelligence artificielle. Ceci afin d'offrir le plus de rapidité possible et des progrès exceptionnels, que ce soit pour les entreprises, pour les populations ou dans le monde en général."

#4

Accompagner les nouvelles mobilités vers plus de confort et de durabilité

40 % DES BÉNÉFICES TOTAUX DE L'INDUSTRIE DE L'UNION EUROPÉENNE ET DES ÉTATS-UNIS EN 2035 SERAIENT GÉNÉRÉS PAR LES VENTES DE VÉHICULES AUTONOMES ET ÉLECTRIQUES, DE COMPOSANTS ET DE SERVICES DE GESTION DES DONNÉES, DE CONNECTIVITÉ ET DE MOBILITÉ À LA DEMANDE

50 % : C'EST LA PART QUE DEVRAIENT REPRÉSENTER LES VÉHICULES ÉLECTRIQUES DANS LES VENTES DE VÉHICULES NEUFS D'ICI À 2030



Maya Ben Dror

Chef de Groupe, Mobilité autonome et urbaine, Centre pour la quatrième révolution industrielle du Forum économique mondial

"Il faut garantir non seulement une expérience sûre et pratique, sans laquelle le concept de MaaS (la mobilité comme un service) ne sera pas possible, mais aussi un nouveau système de mobilité durable. [...] La mobilité est une entité partagée, qui englobe le secteur public, le secteur privé et les populations. [...] Il est possible de faire revenir les habitants au cœur de nos villes de manière durable : pour cela, il faut penser la mobilité comme un service durable, pas seulement comme un service."



2019 : UNE ANNÉE D'ACCÉLÉRATION



Engagement en faveur de l'environnement, développement de technologies innovantes, renforcement de son implantation mondiale : Saint-Gobain se donne les moyens de répondre à son ambition stratégique.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

42,6

MILLIARDS D'EUROS

Amériques : 13 %

Europe du Nord : 34 %

Europe du Sud, Moyen-Orient et Afrique : 31 %

Asie-Pacifique : 4 %

Solutions de Haute Performance : 18 %

RÉSULTAT NET COURANT

1,9

MILLIARD D'EUROS

RÉSULTAT D'EXPLOITATION

3,4

MILLIARDS D'EUROS

CASH-FLOW LIBRE

1 857

MILLIONS D'EUROS

(+ 50,2 % vs 2018)

4.0

L'INDUSTRIE SE RÉINVENTE

Réalité virtuelle, Internet des objets, cobot : autant d'outils qui ont permis la naissance de l'industrie 4.0. Les usines, déjà largement automatisées, deviennent intelligentes, avec pour horizon une personnalisation croissante des produits. Si Saint-Gobain a su en tirer profit pour améliorer ses performances et la qualité de ses solutions, sa transformation digitale va plus loin. L'expérience client est augmentée grâce à un parcours omnicanal garantissant la cohérence et la fluidité des points de contact.

0

NET ZÉRO CARBONE

Dans le cadre du Sommet Action Climat organisé par l'ONU, Saint-Gobain a officialisé en septembre 2019 son soutien à la *Business Ambition for 1.5 °C* du Pacte mondial. Le Groupe s'engage ainsi à atteindre zéro émission nette de carbone d'ici à 2050. La trajectoire vers cette neutralité carbone va structurer la politique d'investissement, les feuilles de route industrielles, les programmes en R&D et les actions de Saint-Gobain vis-à-vis de ses fournisseurs, sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.

3,3

MILLIARDS D'EUROS

C'est le montant en chiffre d'affaires des cessions réalisées à fin 2019, dépassant l'objectif initial de plus de 3 milliards d'euros fixé pour fin 2019 dans le cadre du plan de transformation Transform & Grow. L'effet positif sur la marge d'exploitation en année pleine est de plus de 40 points de base, conformément à l'objectif du plan de transformation. Sur la seule année 2019, l'effet sur la marge est de + 15 points de base.

8,5

MILLIARDS DE TONNES DE MATIÈRES PREMIÈRES NON PRÉLEVÉES

Face à la raréfaction des ressources, Saint-Gobain agit pour réduire son impact. Le Groupe accélère sa transition vers l'économie circulaire en maximisant la part de matière recyclée dans ses produits sans en diminuer les performances, en générant le moins possible de résidus de production et en valorisant en interne ou en externe les déchets issus de ses procédés. Un indicateur de suivi de la réduction des prélèvements de matières premières naturelles vierges (sable et gypse) a ainsi été mis en place.

68

PAYS D'IMPLANTATION, UNE PRÉSENCE SUR TOUS LES CONTINENTS

Saint-Gobain propose des produits et services conçus pour répondre aux spécificités locales en termes de climat, d'habitudes utilisateurs et de modes de construction, fabriqués ou fournis localement et acheminés principalement sur de courtes distances. La nouvelle organisation du Groupe, mise en œuvre depuis début 2019, contribue à rapprocher toujours plus ses solutions de ses clients, qu'ils soient locaux ou mondiaux.

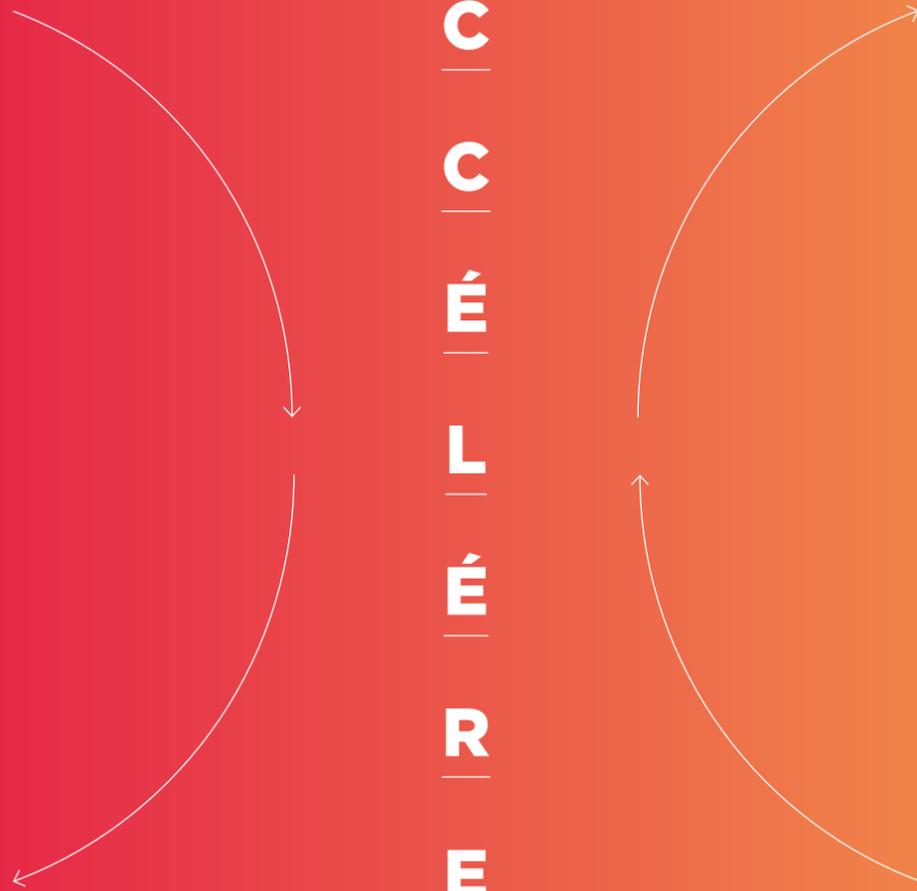
400

BREVETS DÉPOSÉS CHAQUE ANNÉE

Chez Saint-Gobain, la culture de l'innovation dépasse les brevets et englobe, au-delà des fonctions R&D et Marketing, l'ensemble des équipes. Travail en mode collaboratif et en réseaux pluridisciplinaires, approches agiles et de design thinking⁽¹⁾ et ouverture à l'écosystème extérieur sont autant de pratiques favorisant la pensée « hors du cadre » et l'expérimentation de voies originales.

(1) Le design thinking est une technique collaborative d'innovation mettant au centre des problématiques l'humain, en vue de concevoir des services et des produits innovants.

A
C
C
É
L
É
R
E
R



—
**DES SYNERGIES ET
DES INVESTISSEMENTS
STRATÉGIQUES, LEVIERS
DE NOTRE CROISSANCE**

—
Solutions intégrées, présence internationale, proximité client, performance durable... Saint-Gobain poursuit sa transformation et son développement pour répondre aux grands enjeux de nos sociétés.

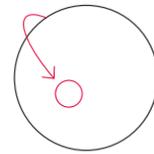
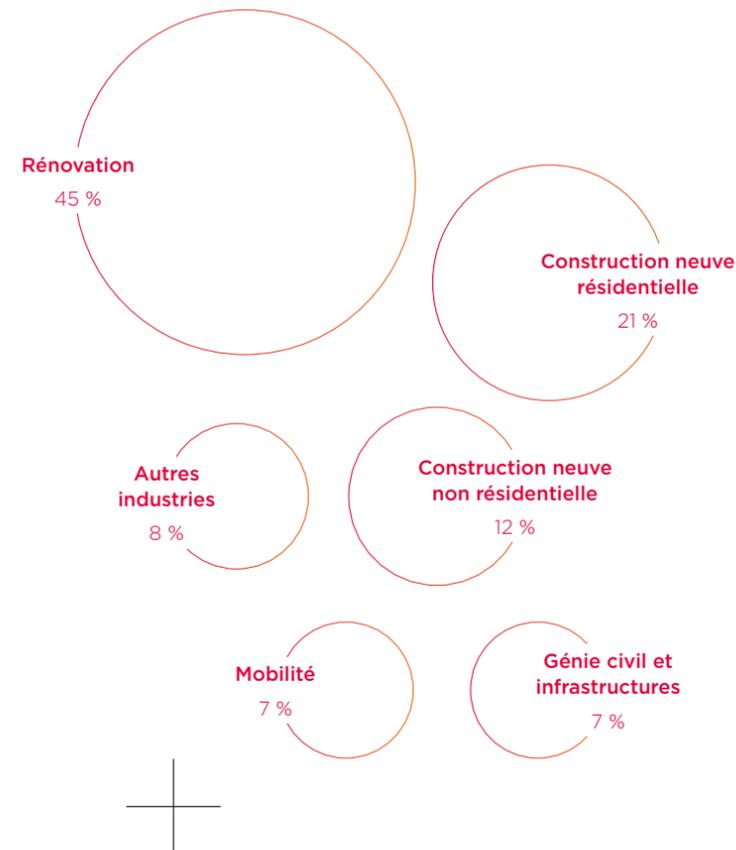
#BienEtreBienCommun

LES MARCHÉS ET LES MÉTIERS DU GROUPE



Le Groupe dispose de solutions différenciées adaptées à chacun de ses marchés. Son organisation rapproche les solutions de ses clients, qu'ils soient locaux ou mondiaux.

LES MARCHÉS DU GROUPE



RÉGIONAL

DES MÉTIERS À DESTINATION DE CLIENTS LOCAUX

Saint-Gobain conçoit, développe et distribue des solutions innovantes qui réduisent l'impact environnemental des bâtiments et apportent de la productivité aux clients professionnels - architectes, artisans, installateurs, etc. Le Groupe propose une offre unique de produits et de services pour l'ensemble des domaines de la construction. Son organisation géographique lui permet d'offrir des solutions adaptées aux spécificités de ses marchés locaux, qu'il s'agisse des modes ou des styles de construction, des systèmes constructifs, des particularités liées au climat, pour rénover des bâtiments déjà existants ou entreprendre de vastes chantiers de construction neuve dans des zones en plein développement.

DES LIGNES DE MÉTIERS COMPLÉMENTAIRES AU SERVICE D'OFFRES INTÉGRÉES

Distribution de produits, solutions et services pour la construction et l'habitat

Vitrage bâtiment

Gypse

Plafonds

Isolation

Mortiers et chimie du bâtiment

Canalisation

Produits d'extérieur



MARQUES PRINCIPALES

- Saint-Gobain
- Glassolutions
- Vetrotech
- SageGlass
- Swisspacer
- Placo
- Gyproc
- British Gypsum
- Rigips
- Formula
- Ecophon
- Eurocoustic
- ISOVER
- Weber
- PAM
- CertainTeed
- Point.P
- CEDEO
- La Plateforme du Bâtiment
- Lapeyre
- Jewson
- Graham
- Minster
- Raab Karcher
- DAHL
- Optimera
- BEVEGO
- Sanitas Troesch
- Distriplac
- DP materiales
- La Plataforma de la Construcción
- Telhanorte
- Altech
- Alterna
- NOVIPRO
- ULTIPTRO

POSITIONS CONCURRENTIELLES

Vitrage

N° 1 européen, n° 2 mondial

Plaques de plâtre et plâtre

N° 2 mondial

Isolation (tous matériaux isolants confondus)

N° 2 mondial

Mortiers et enduits de sol (flooring)

N° 2 mondial

Produits pour carrelage (tiling)

N° 2 mondial

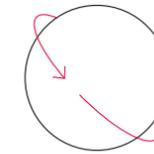
Façade + ETICS (systèmes d'isolation par l'extérieur)

N° 1 mondial
N° 2 européen

Acteur mondial de référence dans les systèmes de canalisation en fonte ductile

N° 1 européen de la distribution de matériaux de construction

Acteur majeur sur le marché du sanitaire-chauffage-plomberie



MONDIAL

LES MÉTIERS DES SOLUTIONS DE HAUTE PERFORMANCE

Saint-Gobain apporte des solutions à valeur ajoutée pour une variété d'applications de pointe dans la mobilité, la santé, la construction et l'industrie. Le Groupe s'appuie sur des compétences fortes en matière de science des matériaux, de formulation, de design dans les applications verrières pour l'automobile, les céramiques, les polymères de performance et la fibre de verre. Il détient une expertise dans de multiples applications de pointe qui mettent en œuvre les propriétés particulières de ses matériaux (résistance aux hautes températures, abrasion, stabilité chimique, propriétés de surface, etc.). De très nombreuses solutions sont codéveloppées avec les clients pour répondre aux spécificités de leurs besoins, notamment dans les plastiques, les réfractaires de haute performance pour la métallurgie ou l'industrie verrière et les cristaux pour les applications de détection de rayonnement.

LIGNES DE MÉTIERS

Mobilité

Sciences de la vie

Industrie de la construction

Industrie



MARQUES PRINCIPALES

- Saint-Gobain Sekurit
- Glassdrive
- France Pare-Brise
- Norton
- Norton Winter
- Norton Clipper
- Flexovit
- Carborundum
- OmniSeal
- Norglide Bearings
- Norbond
- Rencol Tolerance Rings
- C-Flex
- Tygon
- Furon
- Solar Gard
- Sheerfill
- Sheergard
- Adfors
- Vetrotex
- HKO
- TekBond

POSITIONS CONCURRENTIELLES

N° 2 mondial du verre automobile

N° 1 mondial des paliers pour applications automobiles

N° 1 mondial des radômes civils aéroportés de communications satellite

Leader dans les tubes à usage unique pour l'industrie pharmaceutique

N° 2 mondial des abrasifs

Leader dans les grains abrasifs de spécialité (à base de zircone), les billes céramiques pour le microbroyage, les réfractaires pour l'industrie verrière

N° 1 mondial des revêtements muraux en fibre de verre

ENTRETIEN AVEC



COMMENT SAISIR
LES OPPORTUNITÉS
DE CROISSANCE
SUR LES MARCHÉS
ÉMERGENTS ?



SANTHANAM B.
Directeur Général,
Inde



JEAN ANGUS
Directrice Générale
Sciences de la Vie



A
C
C
É
L
É
R
E
R

A
C
C
É
L
É
R
E
R

Pour Saint-Gobain, les marchés relativement récents que sont les sciences de la vie (depuis 1990) et l'Inde (depuis 1996) connaissent tous deux une forte croissance. Ces dix dernières années, la Business Unit Sciences de la Vie a progressé de plus de 10 % par an et s'est imposée comme un fournisseur de composants en polymère de référence pour les marchés pharmaceutique, médical et des biotechnologies à l'échelle mondiale.

En Inde aussi, vaste marché au potentiel immense, Saint-Gobain se développe rapidement, à un taux annuel de plus de 16 % depuis vingt ans.

Quels sont les principaux relais de croissance sur votre marché ?

J.A. — Les deux activités phares de la BU Sciences de la Vie sont le traitement biopharmaceutique et les composants médicaux, qui ont connu une croissance de respectivement 20 % et 10 % l'an dernier. Nous sommes désormais un acteur incontournable du marché des systèmes à usage unique jetables - tubes, poches, etc. - au service d'applications médicales critiques. Cette industrie enregistre une croissance fulgurante dans certaines régions comme les États-Unis et l'Europe, mais également la Chine, la Corée et l'Inde.

B.S. — Le vitrage de contrôle solaire est un secteur en pleine croissance en Inde, où de plus en plus de consommateurs sont en quête de solutions efficaces énergétiquement. Nous détenons également plus de 50 % du marché des plafonds en plaques de plâtre à usage commercial, qui enregistre une croissance de 18 % par an. Les sciences de la vie sont une autre importante source de croissance dans le pays : le marché y a doublé ces deux dernières années.

Comment avez-vous réussi à tirer parti de cette croissance ?

B.S. — Saint-Gobain a réagi tôt pour progressivement investir dans les capacités locales, apporter les meilleures technologies, développer l'écosystème local et se constituer un réservoir de talents à l'échelle

nationale. Notre gamme complète de solutions nous confère une place absolument unique sur ce marché, et nous jouissons d'une image de marque très forte, fondée sur l'histoire et l'innovation.

J.A. — Dans les sciences de la vie aussi, être le premier acteur sur le marché a été décisif. Notre réussite actuelle est le fruit de plusieurs années d'observation stratégique du marché, afin d'en comprendre les tendances puis d'investir.

Quelles sont les priorités stratégiques pour les années à venir ?

J.A. — Le nouveau marché de la thérapie individualisée est un domaine passionnant sur lequel nous travaillons. En 2018, nous avons inauguré un laboratoire de recherche en thérapie cellulaire et thérapie génique dans le Massachusetts. Saint-Gobain possède une expertise des matériaux inégalée, mais conquérir ce marché exige que nous nous entourions de biologistes afin de comprendre comment les cellules se développent, pour créer les matériaux et l'environnement les mieux adaptés.

B.S. — En Inde, la construction verte est un axe de croissance majeur. Le large éventail d'activités de Saint-Gobain nous place en excellente position pour saisir de nouvelles opportunités dans un pays où la construction n'en est qu'à ses débuts et qui est avide de solutions durables.

En quoi la culture business de Saint-Gobain a-t-elle contribué à cette croissance ?

J.A. — Avec le plan Transform & Grow lancé l'année dernière, nous sommes devenus une BU autonome. Nous sommes désormais en mesure de décider en toute indépendance et d'être plus réactifs. Notre ancrage mondial est également décisif, puisqu'il nous permet de co-développer des produits sur mesure pour des régions et des clientèles spécifiques.

B.S. — Avec Transform & Grow, nous avons regroupé nos gammes complémentaires pour créer une offre d'aménagement intérieur dans une base de données unifiée. Cela a été une formidable opportunité de collaboration entre toutes les différentes lignes de produits. Mais la véritable clé de notre réussite est certainement la collaboration transversale au niveau du Groupe, qui nous permet d'utiliser les forces de Saint-Gobain à l'échelle mondiale et de les appliquer au contexte local.

INNOVATIONS : AU SERVICE DES CLIENTS ET DES RÉALISATIONS



Nos matériaux et solutions aident à relever les défis qui améliorent la vie quotidienne, contribuent à réinventer une nouvelle mobilité plus durable ou encore à repenser les modes de construction. Ils servent aussi les projets les plus spectaculaires. Les dernières réalisations du Groupe au Moyen-Orient en sont de brillants exemples.



La bibliothèque Mohammed Bin Rashid à Dubaï

Le bâtiment de 66 000 m², en forme de livre ouvert, est une vitrine du savoir-faire de Saint-Gobain en termes de réduction de la consommation d'énergie.

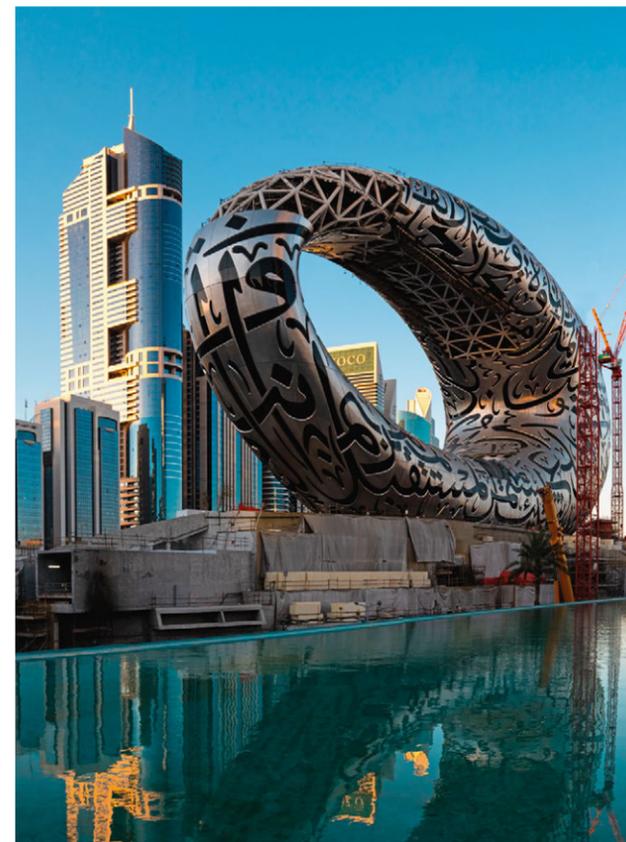


À bord du premier métro du Qatar

98 km entre la ville de Lusail, le centre de Doha et l'aéroport international : la « Ligne Rouge », première ligne de métro du Qatar, est un concentré de solutions innovantes Saint-Gobain.

Le musée du Futur de Dubaï

Tel un œil géant, le musée du Futur veille sur Dubaï. Saint-Gobain a mobilisé des solutions inédites sur ce projet architectural, considéré comme l'un des plus complexes au monde.



+

539

**PÉTALES
FORMENT
LE MUSÉE
NATIONAL DU
QATAR, SIGNÉ
JEAN NOUVEL**



DES INNOVATIONS PRODUITS POUR AMÉLIORER LE QUOTIDIEN

Un plan de travail intégralement en vitrocéramique

EuroKera (joint-venture entre Saint-Gobain et Corning) a lancé Versâtis, une nouvelle surface multifonctionnelle pour les cuisines. 100 % en vitrocéramique, le plan de travail intègre une table de cuisson pour plus de confort et d'esthétique, et devient une surface multi-usages pour cuisiner, travailler, prendre ses repas, partager entre amis.

Pare-brise intelligent de Saint-Gobain Sekurit

Aux côtés de Cerence et d'e.GO Digital, Saint-Gobain Sekurit a présenté au CES 2020 de Las Vegas le prototype du bus de demain. Son pare-brise connecté révolutionne l'expérience de mobilité : équipé d'une technologie d'écran transparent, il permet aux passagers d'interagir avec le véhicule et de consulter des informations sur leur trajet.

BIM & LEAN by Placo®

Placo® propose en France deux nouvelles offres de service sur mesure : BIM (Building Information Modeling), qui facilite l'accès des plaquistes à la maquette numérique, et LEAN, qui permet de livrer aux poseurs, directement sur le chantier, des plaques de plâtre prédécoupées en usine. À la clé : gain de temps, meilleure qualité d'exécution et réduction des déchets.



← **KEVIN AMÉTÉPÉ**
Engineering Leader Industrie 4.0,
Saint-Gobain Sekurit International,
France

THAO PHAM
Directeur de l'usine Gyproc de Hai Phong,
Vietnam



A
C
C
È
L
È
R
E
R

A
C
C
È
L
È
R
E
R

ENTRETIEN AVEC



**COMMENT L'USINE
DU FUTUR PEUT-ELLE
ÊTRE À LA FOIS
PLUS PERFORMANTE
ET PLUS DURABLE ?**

Au Vietnam, un marché émergent à fort potentiel de croissance pour Saint-Gobain, une usine de gypse de pointe a été inaugurée en 2019 à Hai Phong. D'une capacité de production de 17 millions de m² par an, cette nouvelle usine satisfait aux normes les plus avancées en matière d'environnement, de sécurité et d'industrie 4.0. Mais la transformation industrielle ne se résume pas à la construction d'usines ultra-modernes : les nouvelles technologies peuvent aussi servir à transformer des sites existants.

L'année dernière, Saint-Gobain a lancé la Data and Analytics (DnA) Academy afin de développer la capacité des usines à exploiter les données pour optimiser leurs performances et leur durabilité.

EN QUOI VOTRE DOMAINE D'ACTIVITÉ REFLÈTE-T-IL DES MÉTHODES INDUSTRIELLES AVANCÉES ?

T.P. — Le procédé de fabrication de l'usine de Hai Phong est fortement automatisé, et complété par des systèmes numériques de gestion de la performance qui nous permettent d'analyser les données en temps réel pour maximiser l'efficacité et la productivité. La synchronisation automatisée des données entre la production et la finance évite au moins 38 heures de reporting par mois.

K.A. — Dans toutes les usines Sekurit, la production est automatisée avec des robots ou des cobots et des solutions de contrôle qualité de pointe comme des caméras chargées de détecter d'éventuels défauts. Toutes les machines sont dotées de systèmes de collecte de données (relatives à la production, aux capteurs, à la qualité, etc.), que nous analysons à des fins d'amélioration continue.

EN QUOI L'INDUSTRIE 4.0 AMÉLIORE-T-ELLE L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE ?

T.P. — Grâce à la digitalisation, nos responsables et nos ingénieurs de maintenance peuvent suivre le processus de production en temps réel où qu'ils se trouvent. En cas de problème, une alerte s'affiche sur leur smartphone et ils peuvent réagir aussitôt. La saisie automatisée des données représente un gain de temps considérable pour les opérateurs, qui peuvent se concentrer sur la qualité de la production.

K.A. — L'un des avantages clés de l'analyse des données est qu'elle nous permet de stabiliser la production. Sur une ligne de production de lunettes arrière pour voitures, par exemple, nous avons mis en corrélation les données relatives à la température, à la pression, à la vitesse, etc., et les données de production afin de détecter tout problème éventuel. Puis nous avons élaboré un tableau de bord qui délivre des recommandations à l'opérateur en temps réel, de façon à pouvoir ajuster les paramètres en cas de dérive de la machine. Cela s'est traduit par une nette amélioration du rendement.

QUELLES MESURES SONT PRISES POUR CONVERTIR LES USINES EXISTANTES À L'INDUSTRIE 4.0 ?

K.A. — Nous avons commencé à déployer l'initiative DnA Academy dans des pays pilotes avec deux objectifs principaux, dont celui d'identifier les investissements prioritaires – moderniser une machine donnée avec un capteur ou un système informatique, par exemple. Mais l'objectif premier est d'investir dans l'humain, en apprenant à nos collaborateurs à tirer parti des données dans leur travail au quotidien pour résoudre les problèmes et perfectionner les processus. L'analyse des données n'est pas une baguette magique ; il faut une expertise humaine pour déceler la valeur que recèlent les données.

EN QUOI L'INDUSTRIE 4.0 PEUT-ELLE SERVIR LA DURABILITÉ ?

T.P. — À l'usine de Hai Phong, nous surveillons notre consommation d'énergie et nos émissions de CO₂ en temps réel. Nous disposons également d'une machine qui condense l'eau utilisée dans le processus d'hydratation du gypse de façon à la réinjecter dans le produit. Cette solution circulaire évite de gaspiller de l'eau. La technologie de pointe nous aide à améliorer nos performances environnementales en continu, pour relever le plus grand défi collectif auquel est confrontée notre planète.

K.A. — Le premier avantage clé, ce sont les économies d'énergie. L'analyse des données permet de calculer précisément l'énergie nécessaire à un procédé. Elle aide aussi à déterminer avec exactitude la quantité de matières premières requise pour répondre aux spécifications. De plus, en améliorant la stabilité du procédé, on peut réduire les résidus de production, et donc économiser de l'énergie et des ressources.

UN PORTEFEUILLE CRÉATEUR DE VALEUR



Par nos acquisitions, nos investissements industriels et le développement de nos réseaux de distribution, nous exploitons toutes les opportunités pour enrichir notre portefeuille de solutions et répondre aux attentes de nos clients, partout dans le monde.



Acquisition de Continental Building Products

Grâce à cette opération, Saint-Gobain poursuit sa stratégie d'optimisation de son portefeuille aux États-Unis.



1,3 Md€

**LE MONTANT
DE L'ACQUISITION
DE CONTINENTAL
BUILDING PRODUCTS**

Une stratégie d'optimisation de notre portefeuille

Dans le cadre de sa stratégie d'optimisation de son portefeuille, Saint-Gobain a engagé en 2019 l'acquisition de Continental Building Products. L'accord final a été signé en février 2020. Grâce à cette transaction, la plus importante depuis plus de dix ans, Saint-Gobain devient un acteur de premier plan de la plaque de plâtre aux États-Unis et renforce sa présence dans cette région à forte croissance. De nouvelles synergies industrielles et organisationnelles, ainsi qu'une plateforme commerciale élargie, vont lui permettre de renforcer sa capacité à offrir des solutions innovantes aux clients.

Par ailleurs, dans le cadre du plan de transformation Transform & Grow, Saint-Gobain a réalisé des cessions atteignant plus de 3,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires à fin 2019, au-delà de l'objectif à 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Des entités de distribution ont été cédées, dont la Distribution Allemagne, Optimera au Danemark, et la Distribution de Matériaux pour les Travaux Publics et K par K en France. Dans les métiers industriels, Saint-Gobain a cédé son activité Carbone de Silicium, des activités de transformation et distribution de verre en Norvège, en Suède et aux Pays-Bas et a réalisé deux cessions complémentaires dans le vitrage bâtiment en Corée du Sud et le polystyrène expansé en France.

DES INVESTISSEMENTS CIBLÉS VERS LA CROISSANCE

Usine Adfors d'Hodonice, République tchèque

45 M€ ont été investis pour reconstruire le four de ce site de production de fibre de verre, plus « propre » et moins gourmand en énergie, avec des capacités de production accrues de 57 %. 7 M€ ont aussi été investis pour lancer une nouvelle ligne de production de tissus laminés et isolants.

Nouveaux pas en faveur de la responsabilité environnementale

L'usine ISOVER de Chemillé (France) s'agrandit avec l'ouverture d'une nouvelle ligne de production de laine à souffler. Une extension exemplaire sur le plan environnemental, avec la mise en place du recyclage des eaux d'usines à 100 %, la récupération des eaux de pluie ou encore le chauffage des bâtiments par les fours de l'usine. Même démarche en faveur de la transition énergétique dans l'usine de verre plat de Pise (Italie), où un procédé innovant de récupération de l'énergie thermique des fours pour chauffer l'entrepôt, alimenter le réseau interne en électricité ou faire fonctionner certaines machines est en test.

Renforcement de la présence en Afrique

Avec l'inauguration d'une usine de colles et de joints de carrelage à Luanda, l'Angola est devenu le 68^e pays d'implantation de Saint-Gobain. Le Groupe a aussi ouvert un nouveau site de production de mortiers au Zimbabwe et une nouvelle ligne de miroirs ultra-innovante en Égypte, deux sites exemplaires également sur le plan environnemental. Enfin, le Groupe a investi dans une nouvelle usine de mortiers à Addis Abeba en Éthiopie pour fabriquer des adhésifs pour carrelage et des produits d'étanchéité.

Partenariat « biotech » en Corée du Sud

La BU Sciences de la Vie de Saint-Gobain et Samsung BioLogics ont signé un partenariat stratégique en vue de la construction près de Séoul d'une installation industrielle de systèmes à usage unique à destination des bioprocédés. Saint-Gobain renforce ainsi sa présence en Asie pour mieux servir l'industrie biopharmaceutique coréenne.

Nouvelle ligne de production au Mexique

Pour répondre à une demande croissante, l'usine de Reynosa a inauguré une nouvelle ligne de production d'abrasifs non tissés à la pointe de la technologie. La nouvelle gamme, très performante, permet d'obtenir le même taux d'enlèvement de matière et de finition avec moins de matériaux. À la clé : des gains de productivité et d'efficacité.

Distribution : vers plus de proximité

Point.P a ouvert un point de vente d'un nouveau genre au cœur de Paris. Construit avec des matériaux nobles et durables, parfaitement intégré dans l'espace urbain au plus près des clients, il est accessible par la Seine pour réduire le trafic de fret par camion et les émissions de CO₂ liées au transport. Parallèlement, 10 M€ ont été investis dans la base logistique Saint-Gobain Distribution Bâtiment France pour élargir l'offre des enseignes, accélérer la préparation des commandes et dynamiser le e-commerce. Au Brésil, l'enseigne Telhanorte a ouvert quatre premiers magasins de quartier. Compacts, proposant un parcours omnicanal et des services à forte valeur ajoutée comme le paiement par téléphone portable ou via WhatsApp, ils s'adressent à des clients urbains, exigeants et connectés.

ENTRETIEN AVEC



QUELLE COLLABORATION ENTRE LES ÉQUIPES MARKETING ET R&D POUR INNOVER AU SERVICE DES CLIENTS ?



HUACHUN LI
Responsable R&D Céramiques,
Saint-Gobain Research Shanghai, Chine



SANNE HANSEN VINCENT
Responsable E-commerce,
Saint-Gobain Distribution, Danemark



Dans tous nos métiers, la satisfaction client est notre priorité. Des équipes R&D développant des matériaux de pointe pour de nouvelles applications industrielles jusqu'aux réseaux de distribution fournissant aux professionnels des produits pour leurs projets de construction, comprendre les besoins de nos clients et anticiper leurs évolutions dans un monde en mutation rapide est crucial pour conserver une longueur d'avance.

Toutes les équipes de Saint-Gobain travaillent en étroite collaboration entre elles et avec les clients pour co-développer des solutions novatrices qui leur permettent de renforcer leur activité.

QUE VEUT DIRE L'ORIENTATION CLIENT DANS VOTRE DOMAINE D'ACTIVITÉ ?

S.H.V. — Dans la distribution, la qualité de l'expérience client est fondamentale. Ces dernières années, la digitalisation a complètement transformé notre activité. Non seulement par le biais du e-commerce, mais aussi via des outils numériques qui nous permettent d'identifier chaque point de contact avec les clients – qu'il soit physique ou virtuel. Cela nous aide à personnaliser leur expérience sur tous les canaux et à les cibler avec des informations pertinentes.

H.L. — En R&D, notre cœur de métier consiste à développer des solutions produits répondant à de nouveaux besoins émanant du marché. Pour identifier ces besoins, il nous faut interagir avec les clients afin de bien cerner le contexte et la direction qu'ils souhaitent prendre.

POURRIEZ-VOUS CITER UN EXEMPLE DE CETTE ORIENTATION CLIENT ?

H.L. — En plus de développer de nouveaux produits, la R&D collabore avec les clients pour améliorer la performance des produits existants. En Chine, nous proposons désormais un service qui consiste à analyser des problèmes spécifiques en vue d'y apporter des solutions.

S.H.V. — Tout ce que nous faisons repose sur notre connaissance des clients. Par exemple, nous observons le comportement des utilisateurs sur notre site

Internet, et utilisons ces données pour optimiser certains aspects tels que le paiement. Nous pouvons également créer de la valeur pour les clients en leur fournissant des informations sur leur activité, qui leur sont utiles pour leurs décisions futures.

EN QUOI CETTE APPROCHE TOURNÉE VERS LE CLIENT CONTRIBUE-T-ELLE À LA CROISSANCE ?

S.H.V. — L'optimisation de notre site a contribué à accroître notre chiffre d'affaires en ligne de 46 % au cours des trois dernières années. Rien que pour la livraison – notre plus gros poste de dépenses en tant que distributeur –, nous avons économisé 140 000 euros l'année dernière avec la mise en place d'options plus durables. Sans compter qu'une expérience positive permet d'instaurer une relation de confiance avec nos clients.

H.L. — Comprendre les attentes de nos clients nous permet de concentrer nos ressources et d'être réactifs. En 2019, nous avons collaboré avec l'équipe marketing locale et notre client à l'élaboration de billes de microbroyage ultra-fines pour piles au lithium, un marché à très fort potentiel. Au-delà de l'opportunité commerciale, cela contribue à asseoir la réputation de Saint-Gobain comme partenaire privilégié pour la mise au point d'un produit de qualité.

COMMENT S'ORGANISE LA COLLABORATION AVEC LES AUTRES MÉTIERS POUR CERNER LES ATTENTES DES CLIENTS ?

H.L. — Les équipes de vente et de marketing peuvent nous aider à capter les tendances du marché. Sur le marché de l'électronique, par exemple, le métal fait désormais place au verre pour les boîtiers des téléphones portables. Pour ces clients, nous avons donc conçu un produit de grenailage à base de céramique spécifique pour le verre, qui donne une texture très réussie. Coopérer permet de mieux définir le matériau, le processus ou la technologie qui répondra aux besoins de demain.

S.H.V. — Le rôle de l'équipe de vente est inestimable, du fait de son rapport direct avec les clients. En matière d'analyse des données (Big data analytics), les équipes R&D à Paris nous ont aidés à mettre au point un algorithme pour identifier les clients à forte marge afin de centrer nos efforts sur cette clientèle clé. Les équipes marketing et R&D sont très complémentaires car les ingénieurs peuvent nous fournir les produits et les outils dont nous avons besoin pour créer de la valeur pour le client.

SYNERGIES : GAGNER EN AGILITÉ



En s'appuyant sur sa présence mondiale, la richesse de son portefeuille et ses savoir-faire de pointe, le Groupe renforce les collaborations entre ses équipes et ses métiers et fait évoluer les façons d'interagir avec ses clients, de concevoir les produits et de les distribuer. La preuve par l'exemple.



Rapprochement de Placo® et ISOVER

Système inédit permettant d'isoler les murs par l'intérieur, Optimax Habito® est né des savoir-faire et expertises complémentaires de Placo® et d'ISOVER.

Rapprochements au service d'une expérience client simplifiée

Simplifier la vie des clients en leur proposant des systèmes de construction complets et des services exclusifs : c'est l'expérience désormais proposée par la BU Façade au Brésil grâce au regroupement en une offre unique des solutions Placo®, ISOVER, Weber, Brasilit et Adfors. Le client n'a qu'une seule commande à passer pour recevoir tous les produits sur son chantier, et il bénéficie en outre de l'assistance d'une équipe qui vérifie le bon déroulement des travaux.

Illustration parfaite des nouvelles synergies commerciales mises en place dans le Groupe, cet exemple n'est pas unique. Fusion des équipes *Roofing and Siding* aux États-Unis, rapprochement des marques Placo® et ISOVER en France : dans de nombreux pays, l'organisation commerciale évolue pour améliorer l'expérience des clients et leur offrir un parcours intégré, plus fluide. Grâce aux services clients uniques, aux magasins en ligne partagés, à une logistique commune, les forces de vente sont plus efficaces et libèrent du temps à consacrer aux ventes croisées et à la montée en gamme.

Cette nouvelle dynamique de synergies, à l'œuvre dans tous les domaines, permet aussi d'accélérer l'innovation et la digitalisation.

Business Unit Façade au Brésil

Une seule commande a été suffisante pour commander les plaques de plâtre Placo®, la laine de verre ISOVER, les mortiers Weber, le ciment Brasilit et le revêtement mural en fibre de verre Adfors nécessaires à la réalisation de cet immeuble au Brésil.



17 000

**M² DE FAÇADE
ONT ÉTÉ RÉALISÉS**



COLLABORER POUR DES SOLUTIONS RENFORCÉES

Synergies de marché

En 2019, les métiers de la mobilité ont été regroupés au sein d'une Business Unit unique. Ce rapprochement permet de proposer aux clients du secteur une gamme complète de produits complémentaires : produits verriers de Sekurit, paliers et joints sur le marché de l'automobile, vitres de cockpit et radômes sur le marché aéronautique.

Synergies R&D

Les collaborations R&D inter-métiers facilitent la mise au point de solutions et de services innovants qui peuvent ensuite être utilisés par d'autres unités du Groupe. Exemples : la plaque de plâtre antifeu développée grâce aux compétences en haute température de la BU Céramiques ; le verre électrochrome mis au point pour l'automobile et décliné pour le bâtiment ; un système composite d'isolation thermique par l'extérieur (ETICS) ; un programme transversal sur l'acoustique ; une solution de réparation pour fours issue d'un transfert d'expertise entre Weber et SEFPRO ; ou encore l'utilisation de l'intelligence artificielle à partir de données transactionnelles, ayant donné naissance à des algorithmes développés pour les métiers de la distribution et qui pourront être utilisés pour d'autres métiers du Groupe.

Partages culturels

Grâce aux transferts de savoirs et d'expertise, les métiers industriels bénéficient de l'avance prise par les enseignes de distribution dans le domaine de la digitalisation et de l'écoute client. Quant aux marchés régionaux de la construction, ils profitent de l'expérience en co-développement des métiers des Solutions de Haute Performance. C'est grâce à cette approche qu'a notamment été mise au point, avec deux industriels, la technologie laser Actilaz à l'origine du vitrage à isolation renforcée Eclaz®.



ENTRETIEN AVEC



COMMENT
LA DIGITALISATION
TRANSFORME-T-ELLE
LES MODES
DE TRAVAIL ?



↑
ADRIANA RILLO
Directrice RH,
Saint-Gobain Brésil

SIBYLLE DAUNIS →
Directrice Générale de PUM,
France

Nous vivons dans un monde en constante évolution où, pour prospérer, les entreprises doivent s'adapter en permanence, en tirant parti des nouvelles technologies, pour prendre rapidement des décisions pertinentes. Mais au-delà de la mise en place d'outils numériques, il est tout aussi important de cultiver l'expertise qui permet leur bonne utilisation.

Chez Saint-Gobain, nous veillons à développer l'éventail des nouvelles compétences exigées par le marché actuel - de l'analyse des données au marketing digital - ainsi qu'un état d'esprit agile, créatif et collaboratif qui nous permettra de continuer à innover pour offrir aux clients les produits et services qu'ils attendent.

DE QUELLES NOUVELLES COMPÉTENCES LE GROUPE A-T-IL BESOIN ?

A.R. — La transformation digitale - qu'il s'agisse des outils mis en place en interne ou des services offerts aux clients - requiert une expertise technique spécifique : science des données, programmation, développement d'applications, technologies de l'industrie 4.0, etc. Parallèlement, il est crucial de promouvoir une culture dynamique, proactive, ouverte au changement et à même de s'adapter en continu.

S.D. — Dans la distribution, nos équipes doivent pouvoir accompagner les clients avec tous les services susceptibles de leur faciliter la vie. Cela englobe le e-commerce, les outils numériques pour scanner rapidement les commandes, ou les applications permettant de passer directement commande depuis l'entrepôt. Nous avons besoin de profils capables de développer ces outils dans un contexte en constante mutation, mais également de les intégrer dans leur travail au quotidien et d'aider les clients à les utiliser.

COMMENT SAINT-GOBAIN S'Y PREND-IL POUR ATTIRER OU FORMER CES NOUVEAUX TALENTS ?

S.D. — Pour attirer des personnes qui ont les compétences et l'état d'esprit dont nous avons besoin, il nous faut cultiver un environnement de travail qui valorise la résolution créative des

problèmes. Au siège de PUM, nous hébergeons une start-up de développeurs : c'est une synergie avantageuse pour tous, qui génère une énergie productive des deux côtés. Il est également crucial de préparer nos équipes en les dotant des compétences pertinentes. Nous le faisons à travers des formations sur mesure ciblant leurs besoins spécifiques.

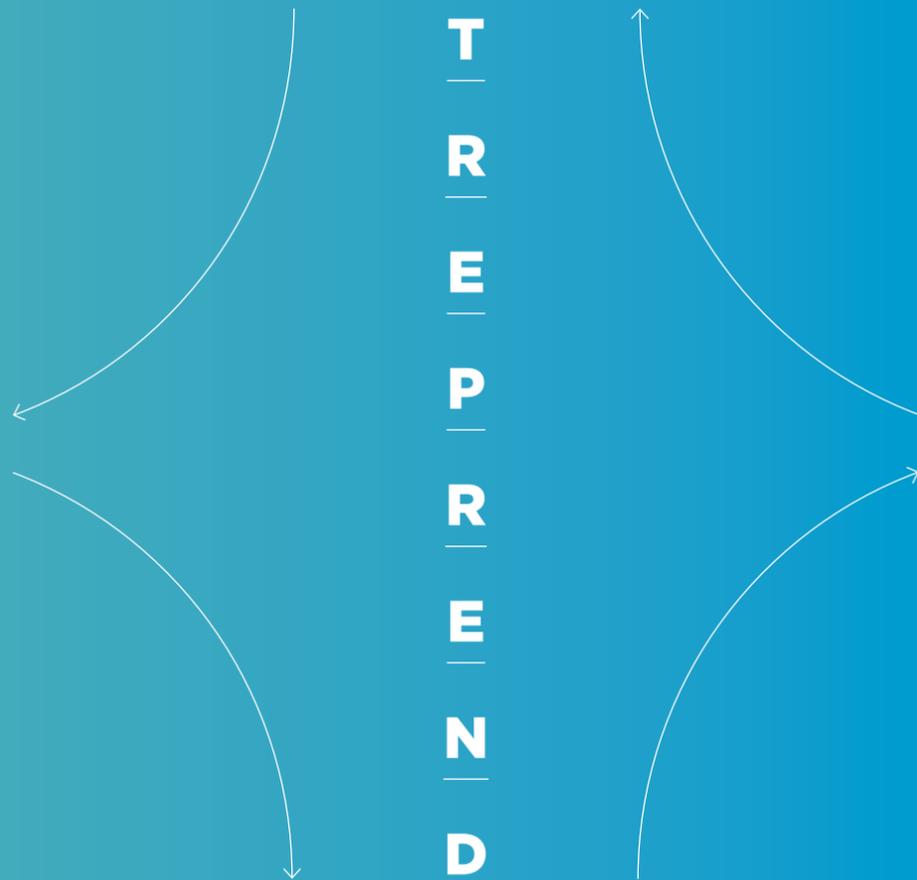
A.R. — En termes de recrutement, nous appartenons à un écosystème où l'on trouve des partenariats avec des incubateurs de start-ups, des centres d'entrepreneuriat et des consultants spécialisés en recherche de talents. Nous développons aussi l'expertise de nos équipes existantes avec de nombreuses initiatives de formation, des programmes, des événements et des *learning expeditions* qui stimulent les compétences et l'innovation digitales.

COMMENT ASSURER UNE COOPÉRATION EFFICACE ENTRE CES DIFFÉRENTS PROFILS ?

A.R. — Nous encourageons la collaboration par de nombreux biais, notamment par des projets communs reposant sur de nouvelles méthodes de travail. Au Brésil, nous avons ainsi lancé un programme de « mini-entrepreneuriat » en 2018, dans le cadre duquel des groupes de collaborateurs de différents métiers imaginent une solution à un problème, qu'ils doivent ensuite présenter face à des dirigeants. L'année dernière, quatre projets ont été sélectionnés à des fins d'accélération, c'est-à-dire qu'ils feront l'objet de développement de nouveaux produits ou services. Les initiatives comme celles-ci façonnent notre culture en renforçant l'autonomie et en encourageant la coopération.

S.D. — La digitalisation doit se faire dans les deux sens. Notre équipe dédiée ne travaille pas seule dans son coin, elle rend visite aux clients avec nos représentants commerciaux de façon à mieux cerner leurs besoins, et travaille en étroite collaboration avec les chefs de produits. Nos équipes sont curieuses, motivées et n'ont pas peur des nouveaux défis. Elles ont prouvé à de multiples reprises que nous pouvions compter sur leur capacité à coopérer, pas simplement pour atteindre les objectifs fixés, mais pour aller plus loin que nous ne l'aurions jamais imaginé !

E
—
N
—
T
—
R
—
E
—
P
—
R
—
E
—
N
—
D
—
R
—
E
—



—
**DES INNOVATIONS
ET DES INITIATIVES
AU SERVICE DE TOUS**
—

—
Notre organisation décentralisée et notre culture d'entreprise libèrent le potentiel de nos équipes, au service de nos clients et de toutes nos parties prenantes. Nos collaborateurs révèlent le pouvoir de nos matériaux, apportent une contribution positive à leur environnement et participent à construire un futur durable et désirable.
—

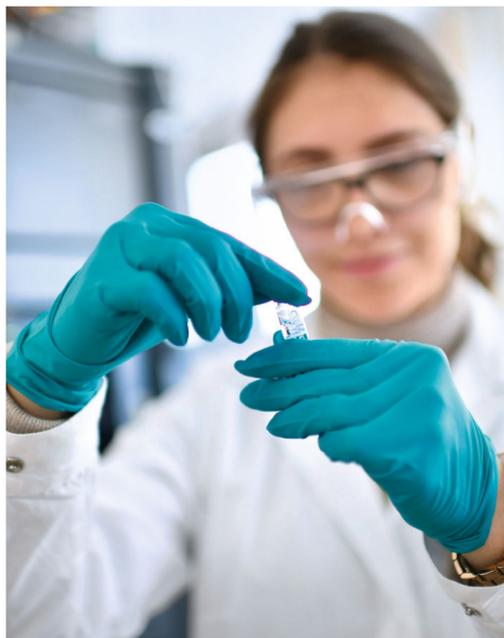
[#BienEtreBienCommun](#)

E
N
T
R
E
P
R
E
N
D
R
E

DES ENTREPRENEURS ENGAGÉS, AU SERVICE DU BIEN-ÊTRE ET DU BIEN COMMUN



Nos collaborateurs imaginent et mettent en œuvre des solutions qui contribuent à la dynamique de croissance de Saint-Gobain tout en impactant positivement la société.



FAIRE DE NOTRE DIVERSITÉ NOTRE FORCE

Nos 171 000 collaborateurs font toute la richesse de notre Groupe. La diversité de leurs profils et de leurs expertises facilite la proximité avec les clients et les communautés locales. Elle aide notre intégration dans le monde qui nous entoure et stimule notre capacité à innover.

En parallèle, nous menons une politique volontariste de mixité et de diversité au sein de nos équipes afin de créer un environnement favorisant l'équité et l'égalité, propice à l'épanouissement professionnel. Nous veillons également à l'équilibre de la pyramide des âges, en donnant sa place à chacun, senior ou jeune, avec notamment près de 1 700 apprentis en 2019. Enfin, nous sommes attentifs à la mixité femmes/hommes à tous les niveaux hiérarchiques, y compris au sein du Comité Exécutif, qui compte aujourd'hui 25 % de femmes.

LIBÉRER LES POTENTIELS GRÂCE À UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL BIENVEILLANT

La culture et les valeurs Saint-Gobain créent un environnement de travail stimulant et collaboratif valorisant l'initiative et l'innovation à tous les niveaux de l'entreprise.

Pour favoriser un leadership basé sur la confiance en chacun, la responsabilisation de tous et les nouvelles façons de travailler ensemble, le Groupe a formalisé cinq « Attitudes », que chaque collaborateur est invité à faire vivre dans son quotidien : être proche du client, agir en entrepreneur, innover, être agile, et développer une culture ouverte et engageante.

Afin d'encourager l'engagement et l'épanouissement de nos collaborateurs, nous les accompagnons dans leur développement professionnel et nous les aidons à libérer leur potentiel grâce à des parcours de formation, en ligne ou en présentiel, adaptés aux besoins de développement de nouvelles compétences, regroupés au sein de la Saint-Gobain University. Une attention particulière est aussi portée au bien-être physique et psychologique. Nous veillons ainsi à créer des environnements de travail sains, notamment grâce à notre programme Mental WellBeing, déployé en 2019 sous la forme d'une application interactive pour

aider chaque manager à établir un programme sur mesure destiné à améliorer le bien-être au travail de ses équipes.

LA SOLIDARITÉ AU CŒUR DE NOS ACTIONS

Nous proposons également à nos collaborateurs de s'associer à des actions solidaires, partout dans le monde, au service des communautés locales. Via la Fondation Saint-Gobain, ils peuvent soutenir des projets portés par des associations à but non lucratif dans le domaine de l'habitat et de l'insertion professionnelle.

De même, cette dimension solidaire s'exprime à travers notre programme de protection sociale CARE by Saint-Gobain, lancé début 2020. Il nous permet d'offrir à nos collaborateurs et à leurs familles des garanties sociales répondant à leurs besoins essentiels de santé et accompagnant des moments importants de la vie. Ce programme permettra d'ici à 2022 à l'ensemble de nos collaborateurs, quel que soit leur pays, de bénéficier d'avantages minimums.

FAVORISER ET MESURER L'ENGAGEMENT DES ÉQUIPES

À travers le Plan d'Épargne du Groupe, auquel participent 47 pays, nos collaborateurs peuvent devenir actionnaires dans des conditions avantageuses. Les actionnaires salariés représentent 8,7 % de notre capital. À ce titre, les collaborateurs sont pleinement associés aux orientations stratégiques et à la performance de Saint-Gobain. En 2019, une première enquête mondiale d'opinion interne a été lancée. Le taux élevé de participation et les résultats ont montré l'adhésion de nos collaborateurs à notre stratégie, leur fierté d'appartenance et leur confiance renouvelée dans l'avenir du Groupe.



171 000

**COLLABORATEURS,
UNE PRÉSENCE INDUSTRIELLE
DANS 68 PAYS**



5^e année

TOP EMPLOYER GLOBAL

**SAINT-GOBAIN EST L'UNE DES
13 ENTREPRISES RECONNUES PAR
CE LABEL À L'ÉCHELLE MONDIALE.
AU NIVEAU LOCAL, LE GROUPE
EST RECONNU DANS 35 PAYS.**



74 %

**DE TAUX DE PARTICIPATION
À L'ENQUÊTE D'ENGAGEMENT
MONDIALE INTERNE**



Zone de production du site de Sully-sur-Loire (France).

3

BREVETS D'INNOVATION DÉPOSÉS



13 kg

UN PARE-BRISE RÉSISTANT À L'IMPACT À PLUS DE 300 KM/H

“

Airbus Helicopters nous a proposé un défi de taille pour la conception du pare-brise de son nouveau modèle. Nous avons su trouver les solutions techniques optimales dans une approche de co-développement.”

Jean-Benoît Mayeux / Head of Advanced Engineering, Saint-Gobain Aerospace

Alléger au maximum le pare-brise du nouvel hélicoptère H160 d'Airbus sans impacter sa tenue à la pression, sa résistance au choc à l'oiseau, ses propriétés optiques, son étanchéité et sa facilité de montage... c'est le défi relevé par l'équipe de Jean-Benoît Mayeux sur le site de Saint-Gobain Sully, spécialisé dans la conception et la fabrication de vitrages pour l'aéronautique. L'épaisseur du vitrage a ainsi pu être réduite, sans compromis sur les propriétés attendues, grâce à un travail mené main dans la main avec les équipes d'Airbus Helicopters. À la clé, un pare-brise « poids plume » qui contribue à faire du H160 un hélicoptère de nouvelle génération, moins consommateur de carburant et plus respectueux de l'environnement. Saint-Gobain a de nouveau démontré sa capacité à innover avec et pour ses clients !

10

MAISONS CONSTRUITES
EN 5 JOURS



25

BÉNÉFICIAIRES
DU PROJET



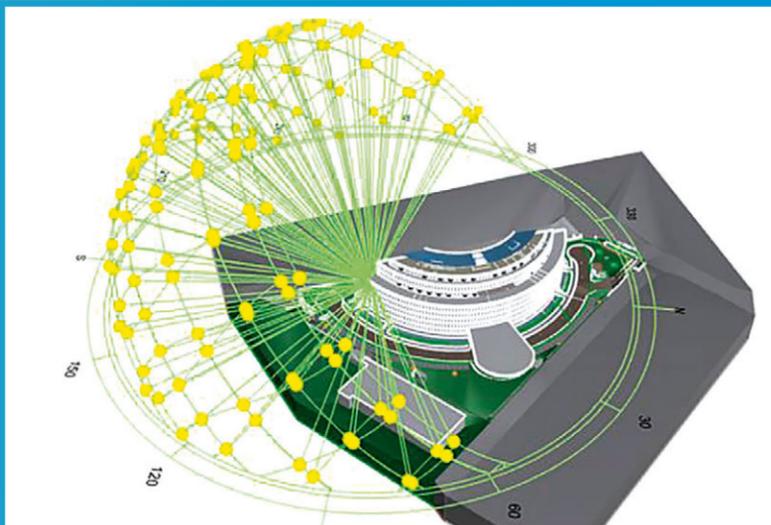
Le projet Big Build, soutenu par la Fondation Saint-Gobain, a montré l'engagement solidaire de nos collaborateurs et a permis à des personnes en situation de vulnérabilité d'accéder à de meilleures conditions de vie."

**Irina Di Conza / Communications Executive,
Saint-Gobain Roumanie**

Plus de 5 millions de Roumains vivent dans des conditions précaires. Pour y remédier, l'association Habitat for Humanity Romania les aide à construire des maisons dans le cadre de son projet Big Build, auquel s'est associée la Fondation Saint-Gobain à travers un soutien financier. Mais ce n'est pas tout : Saint-Gobain en Roumanie a fourni des matériaux de construction ISOVER, Rigips et Weber pour la construction accélérée de 10 maisons sur structure bois à Vaideeni. Par ailleurs, quelques collaborateurs de Saint-Gobain sont venus partager leur savoir-faire en matière de construction en participant le 10 octobre 2019, avec plus de 200 bénévoles nationaux et internationaux et les membres des 10 familles, à l'édification des maisons. Un engagement solidaire qui permet d'offrir un habitat confortable et écoresponsable mais aussi des conditions de vie décentes à une population durement touchée par des inondations en 2014.



Les collaborateurs Saint-Gobain sur le chantier de Vaideeni (Roumanie).



Le Millennium à Crissier (Suisse), une vitrine du savoir-faire de SageGlass.

+ 560

PLUS DE 560 BREVETS
POUR LA TECHNOLOGIE SAGEGLASS



- 20 %

RÉDUCTION DU BESOIN EN ÉNERGIE
DE 20 % ET DES PICS DE DEMANDE
JUSQU'À 26 %



En s'ajustant pour bloquer l'éblouissement et la chaleur tout en laissant entrer la lumière naturelle, le verre intelligent augmente le confort et le bien-être des occupants.”

**Ahoo Malekafzali / Responsable Sciences du bâtiment,
SageGlass, États-Unis**

Améliorer l'expérience à l'intérieur des bâtiments est l'un des principaux objectifs de Saint-Gobain dans le cadre de son approche de la construction centrée sur l'occupant. SageGlass est une solution de pointe qui incarne cette approche : c'est un verre dynamique avec un revêtement électrochrome et un système de capteurs intelligents, qui se teinte automatiquement en fonction de l'ensoleillement pour optimiser l'apport de chaleur et de lumière naturelle. Ce verre permet également de réduire la demande d'énergie en diminuant les besoins en éclairage, chauffage et climatisation. Il est le fruit d'une étroite collaboration avec les clients pour une conception sur mesure qui s'appuie sur la modélisation des performances et sur l'analyse de la lumière, de l'éblouissement, de l'énergie et du confort thermique spécifique au projet. Dans le cas du Millennium, en Suisse, la conception a nécessité une visualisation de la lumière du jour et une analyse de la trajectoire du soleil.

86 000

ARBRES PLANTÉS
ENTRE 2017 ET 2019



42

ESPÈCES PLANTÉES SUR
PLUS DE 29 500 M²
AUTOUR DU COMPLEXE

“

Nous avons planté des arbres fruitiers, à fleurs et médicinaux : des espèces locales qui, en plus de restaurer la biodiversité, offrent un cadre rafraîchissant et paisible aux collaborateurs.”

**Mahaboob Subani Shaik / Team Member - Utilities,
World Glass Complex, Sriperumbudur, Chennai, Inde**

La préservation et la restauration de la biodiversité sur nos sites de production sont des objectifs phares pour Saint-Gobain. Ces trois dernières années, une forêt urbaine luxuriante a vu le jour autour du World Glass Complex à Chennai, en Inde, dont les effets positifs se sont fait sentir sur les individus et l'environnement. Les forêts urbaines jouent un rôle écologique majeur : habitat naturel de la faune locale, elles reconstituent le sol, préservent les nappes phréatiques et préviennent l'érosion. Elles améliorent aussi les lieux de vie pour l'homme, purifient l'air en absorbant la pollution, réduisent la chaleur et agissent comme une barrière contre le bruit et la poussière. Tout cela crée un environnement sain pour nos collaborateurs, favorisant bien-être et productivité. D'une surface équivalant à sept terrains de football, cette parcelle a pu être aménagée grâce à des méthodes traditionnelles et responsables. Une initiative bénéfique pour les collaborateurs, les communautés locales et la planète.



Une usine au cœur
d'une forêt urbaine.



E
N
T
R
E
P
R
E
N
D
R
E

E
N
T
R
E
P
R
E
N
D
R
E

Maisons construites à l'aide du système de toitures préfabriquées Saint-Gobain.

50 %

LA CONSTRUCTION HORS SITE PEUT ÊTRE 50 % PLUS RAPIDE QUE LA CONSTRUCTION TRADITIONNELLE



1 000

LITS D'HÔPITAL CONSTRUITS EN CHINE EN UTILISANT DES MODULES PRÉFABRIQUÉS PENDANT LA CRISE DU COVID-19

“

Lorsque la construction hors site est bien réalisée, elle améliore le confort de ses occupants et la durabilité de l'infrastructure à long terme, comme pour un bâtiment d'usine traditionnel.”

**Will Jones / Directeur Marketing,
Saint-Gobain Off-Site Solutions, Royaume-Uni**

—
Qu'il s'agisse de logements, d'hôpitaux ou de sites industriels, les technologies de construction hors site permettent de livrer des bâtiments hautement performants plus rapidement et à moindre coût. Saint-Gobain propose un large éventail de solutions hors site, qu'il s'agisse de maisons entièrement en kit ou d'éléments préfabriqués tels que des systèmes de toitures. Le développement de ces systèmes ne constitue qu'une petite partie de ces solutions. L'offre actuelle du Groupe est complétée par des services allant de la conception architecturale à l'installation du bâtiment, alors que de nouveaux outils sont en cours de développement pour améliorer l'expérience client. Le terme préfabriqué n'est plus synonyme de conception peu soignée ou de mauvaises performances. Les infrastructures livrées à l'aide des systèmes hors site de Saint-Gobain sont attractives, personnalisables et fabriquées dans des environnements répondant à des standards élevés.

ÉCOSYSTÈME SAINT-GOBAIN



DIRECTION DE LA COMMUNICATION

12 place de l'Iris
92400 Courbevoie - France



LE RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019/2020

Retrouvez l'intégralité du rapport d'activité 2019/2020 sur notre site www.saint-gobain.com



LE DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL 2019

Consultez nos informations juridiques, économiques, financières et comptables pour l'année 2019.



LE SITE

WWW.SAINT-GOBAIN.COM

Plongez-vous dans la galaxie Saint-Gobain et découvrez l'ensemble de nos contenus exclusifs sur notre site institutionnel.



LES RÉSEAUX SOCIAUX

Suivez-nous et retrouvez toutes nos actualités sur nos réseaux sociaux.

www.linkedin.com/company/saint-gobain/

twitter.com/saintgobain

www.facebook.com/saintgobaingroup

www.instagram.com/saintgobaingroup

www.youtube.com/user/SaintGobainTV



e-accessibility®

La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus du Web, les WCAG 2.1, et certifié ISO 14289-1. Son ergonomie permet aux personnes handicapées moteurs de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran, dans son intégralité, et ce à partir de n'importe quel support informatique. Enfin, il a été testé de manière exhaustive et validé par un expert non-voyant.

Version e-accessible par ipedit

Direction de la Communication du groupe Saint-Gobain

Crédits photos : ©Saint-Gobain ; ©Renaud Khanh (p. 6) ; ©Jean Chiscano (p. 8, 10, 12, 13) ; Weber Beamix/ architect : Hoben/Van Mierlo (p. 16) ; ©Paolo Rosselli (p. 19) ; ©Franck Dunouau (p. 20, 46) ; Sriram Kumaran/ Shutterstock (p. 33) ; Creative Family/Shutterstock (p. 33) ; Continental Building Products (p. 36) ; ©Raphaël Demaret (p. 40) ; ©Airbus Helicopters (p. 48) ; ©Mihai Solovastru (p. 51) ; ©CAPA Pictures/ Selvaprakash Lakshmanan (p. 55) ; Getty Image ; Istock ; Shutterstock ; DR. **Conception et réalisation :** A+g1a (réf. : RASTG19) - Juin 2020.



Document imprimé en France par Kossuth, labellisé Imprim'Vert, avec des encres végétales sur du papier fabriqué dans une usine certifiée ISO 14001 et EMAS avec des fibres de bois issu de forêts gérées durablement.



**DIRECTION DE LA COMMUNICATION
TOUR SAINT-GOBAIN
12 PLACE DE L'IRIS
92400 COURBEVOIE**

saint-gobain.com