Information Financière
Exercice 2025 - 2026

damartex GROUP

9 septembre 2026

Agenda

- **Executive Summary & Eléments de contexte**
- Les performances 2025/2026
- Bilan du « Dare.Act.Impact.2026 » sur 4 ans
- Présentation du nouveau plan stratégique

Executive summary

DAI Chapitre 3 – Bilan & nouveau plan stratégique

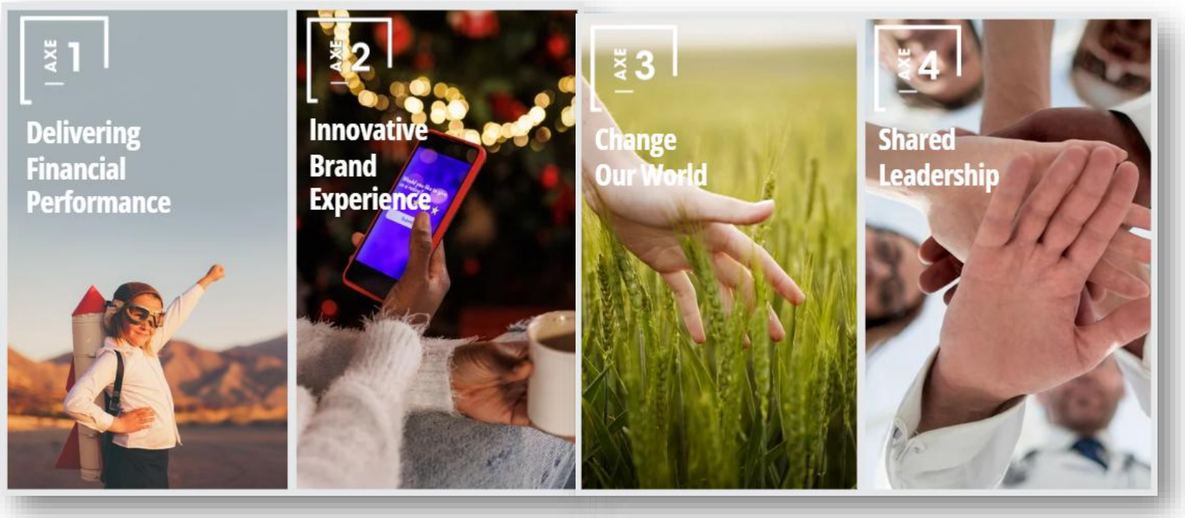
DARE ACT IMPACT 2026

En quatre ans,

le Groupe a transformé l'essai : une **expérience** client/patient réinventée, une **transformation digitale** à l'œuvre, des **marques** qui se sont **réaffirmées**, chacune à l'écoute de son marché : la preuve par les faits d'une progression business réelle.

La **profitabilité**, elle, s'installe durablement — portée par des mesures structurelles solides et une discipline financière. Mais cette dynamique d'ensemble masque des disparités marquées entre pôles : la performance n'est pas homogène, et c'est précisément là que se joue la prochaine étape.

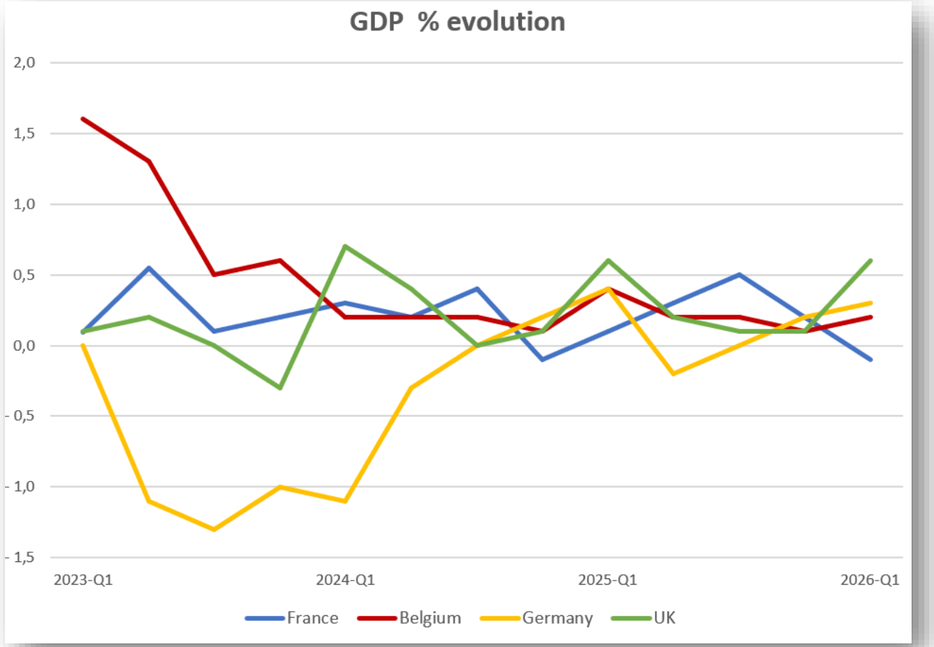
Le **nouveau plan stratégique** place le financier au cœur de ses priorités — condition sine qua non pour transformer cette dynamique en trajectoire durable, dans un marché qui exige agilité à chaque étape.

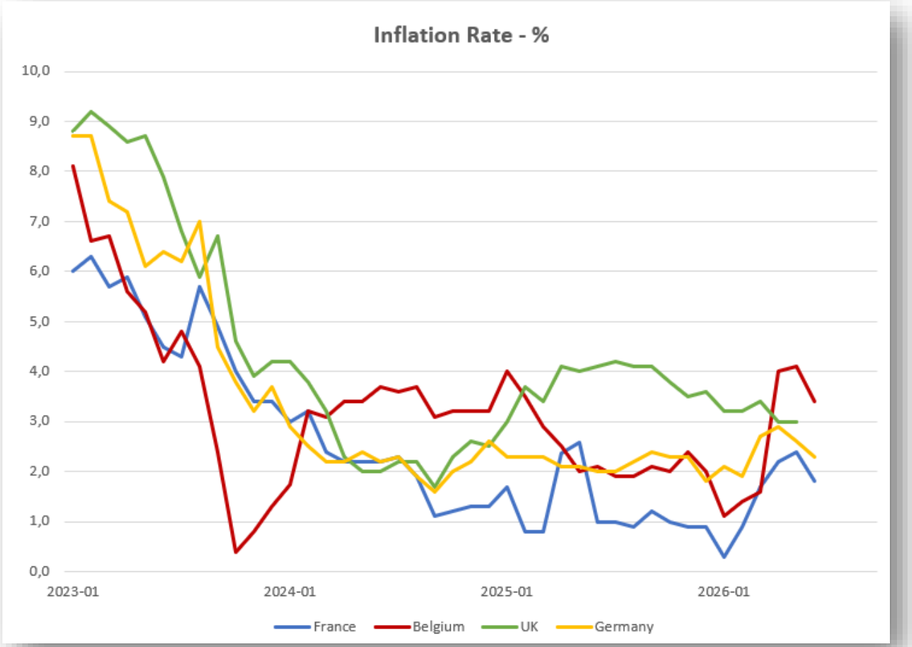


Tendances macro-économiques

Un environnement qui reste exigeant :

- Une croissance atone sur nos 4 marchés principaux (France, Belgique, Allemagne, Royaume-Uni)
- Un taux de chômage proche de 6,5 %, avec un niveau plus élevé en France (8,1 %)
- Une inflation sous pression, alimentée par les tensions liées au conflit en Iran et leurs répercussions sur l'économie européenne
- Une confiance des ménages également affectée, notamment en Allemagne (-33)





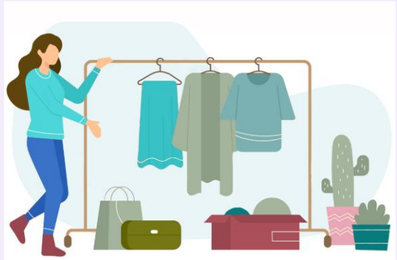
Sources : Insee / nbb.be / destatis.de / office of national statistics/Trading Economics.

Le marché de l’habillement en France

Dynamique de 2024 inversée en 2025, Q1 & Q2 2026 challengeant …

Un marché en repli…

-1,3% en valeur



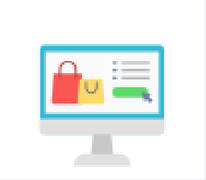
CA *(Milliards d'euros)*
2023 = 35
2024 = 35,2
2025 = 34,7

Source : INSEE (accessoires compris), variation IFM Panel pour 2025

Panel IFM France distributeurs

Ventes magasins
-2,7%

Ventes e-commerce
+1,2%

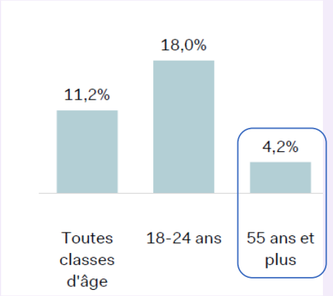


Source : IFM Panel (online compris)

… en transformation…

Montée en puissance du e-commerce : part des achats en ligne : 30,4%

La 2nde main représente seulement 4,2% en valeur des 55 ans et plus

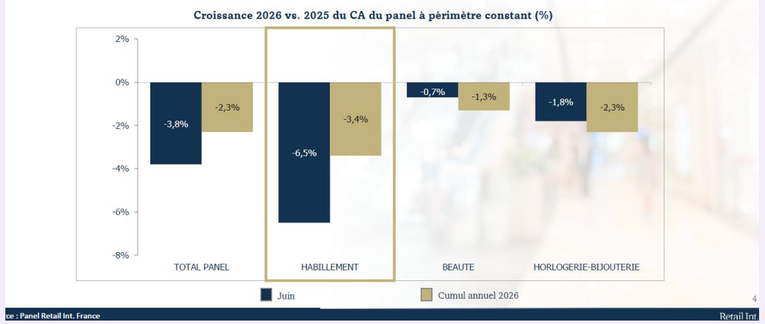


Source : baromètre consommateurs IFM, Janvier – décembre 2025

marqué par un impact conjoncturel fort

1° et 2° trimestre 2026 :
-3,4% en valeur

Le panel Habillement enregistre un très net repli au mois de juin

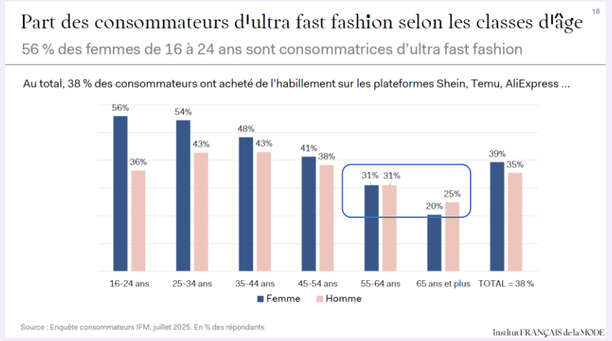


Le marché de l’habillement

Ultra fast fashion : une pression sur les prix, la pédagogie comme levier de reconquête

Pression concurrentielle accrue par Shein et Temu :

L'essor des plateformes chinoises tire **les prix vers le bas** pour tous les acteurs du secteur **sans effet volume compensatoire**, entraînant une **érosion** continue de la valeur du marché de l'habillement.



Prioriser la pédagogie, pour la reconquête d'un consommateur qui perd ses repères éthiques et économiques :

Promouvoir la qualité et redonner du sens au prix devient fondamental

Le secteur de la santé

Réforme de l'accès au fauteuil roulant : un premier bilan contrasté

Cette réforme ambitieuse, qui vise à faciliter l'accès à l'achat du fauteuil roulant, affiche des résultats encourageants mais son déploiement s'est avéré plus complexe que prévu.

La réforme du fauteuil roulant affiche un bilan contrasté. Elle a déjà permis la prise en charge de 260 000 patients, avec une nette progression des équipements financés (+51 % de fauteuils électriques, +42 % de fauteuils manuels).
Mais ce déploiement reste freiné par ***des difficultés opérationnelles*** *: la location a chuté de 61 %, révélant une rupture dans le parcours d'accès des patients, et* ***36 % des factures ont été rejetées durant les premiers mois.*** *Ces tensions s'expliquent notamment par un* ***parcours de prescription plus complexe*** *et une doctrine d'application encore incomplète.*

PPC (traitement de l'apnée du sommeil) : une baisse tarifaire progressive

Le dispositif de PPC (Pression Positive Continue), utilisé pour traiter l'apnée du sommeil, a fait l'objet d'une **baisse tarifaire en deux temps : -5 % dès avril 2025, puis -4 % supplémentaires en avril 2026.**

Cette mesure découle d'un accord négocié entre les fédérations professionnelles du secteur et le CEPS (Comité Économique des Produits de Santé), l'instance chargée de fixer les prix des produits de santé remboursés en France.
En contrepartie de cet effort tarifaire sur la PPC, le CEPS s'est engagé à ne pas appliquer de nouvelle baisse sur l'oxygénothérapie de longue durée en 2025 — un autre segment clé de l'activité.

Agenda

- Executive Summary & Eléments de contexte
- **Les performances 2025/2026**
- Bilan du « Dare.Act.Impact.2026 » sur 4 ans
- Présentation du nouveau plan stratégique

En 2025/2026, dans un marché en repli et sous tension géopolitique, Damartex démontre sa résilience

… grâce à la force du magasin et de l'omnicanal, …

- un repli maîtrisé dans un marché sous tension (CA : -3,4%),
- des tendances de chiffre d'affaires disparates selon les marques du portefeuille,
- le magasin physique confirme son rôle de valeur refuge pour le consommateur,

… une marge en amélioration structurelle,…

- EBITDA en léger retrait en valeur 14 M€ (vs 15,8 M€) et en taux (-0,2 point),
- Gain de marge structurel de 1,8 point,
- Coûts logistiques exceptionnels et non récurrents (1,7 M€),

… et en préparant l’avenir.

- CAPEX exceptionnels à ROI court en complément des investissements dans les magasins.

Chiffre d'affaires annuel au 30 juin 2026

par canal

Vente à distance
167,3 M€ (33%)
-10,7% vs LY

Magasins
183,0 M€ (36%)
+2,5% vs LY

Mobile & web
106,4 M€ (21%)
-0,4% vs LY

Wholesales
24,5 M€ (5%)
-6,2% vs LY

Services
22,3 M€ (4%)
-1,0% vs LY

CA : 503,5 M€
-3,4% vs LY

par pôle

383,3 M€ (76%)
-1,6% vs LY

91,3 M€ (18%)
-11,1% vs LY

28,8 M€ (6%)
-0,9% vs LY

par marque

M-EUR	25-26	*% Groupe*	*vs 24-25*
Damart	**346,8**	*68,9%*	*-1,8%*
Xandres	**36,6**	*7,3%*	*1,2%*
Fashion	**383,3**	***76,1%***	***-1,6%***
Coopers of Stortford	**38,0**	*7,5%*	*-10,9%*
3 Pagen	**42,8**	*8,5%*	*-13,0%*
Vitrine Magique	**10,5**	*2,1%*	*-3,8%*
Home & Lifestyle	**91,3**	***18,1%***	***-11,1%***
Santeol	**18,0**	*3,6%*	*1,4%*
Almadia	**8,5**	*1,7%*	*-3,5%*
MSanté	**2,4**	*0,5%*	*-8,1%*
Healthcare	**28,8**	***5,7%***	***-0,9%***
DAMARTEX Group	**503,5**	***100,0%***	***-3,4%***

Profitabilité opérationnelle courante

damartex FASHION

	24-25	25-26
CA	389,4	**383,3**
EBITDA	13,3	**14,9**
% CA	*3,4%*	***3,9%***

- Damart : hausse de la profitabilité en taux (+0,5 pt) et en valeur (+1,4 M€) grâce à une marge en nette amélioration *(traduction directe de la stratégie de la marque)*
- Xandres : poursuite du déploiement aux Pays-Bas tout en maintenant une dynamique d'EBITDA positive *(à la fois en valeur et en taux).*

damartex HOME & LIFESTYLE

	24-25	25-26
CA	102,7	**91,3**
EBITDA	-1,7	**-2,8**
% CA	*-1,7%*	***-3,1%***

- EBITDA du pôle impacté par des projets logistiques *(ROI < 1 an)* : - 1,7M€
- Coopers : le retrait de l'activité catalogue pèse sur la rentabilité
- 3 Pagen : EBITDA en amélioration, porté par le travail engagé sur les indicateurs opérationnels, mais qui demeure négatif dans un contexte d'activité morose, marqué par une consommation atone en Allemagne.

damartex HEALTHCARE

	24-25	25-26
CA	29,1	**28,8**
EBITDA	4,2	**1,9**
% CA	*14,5%*	***6,7%***

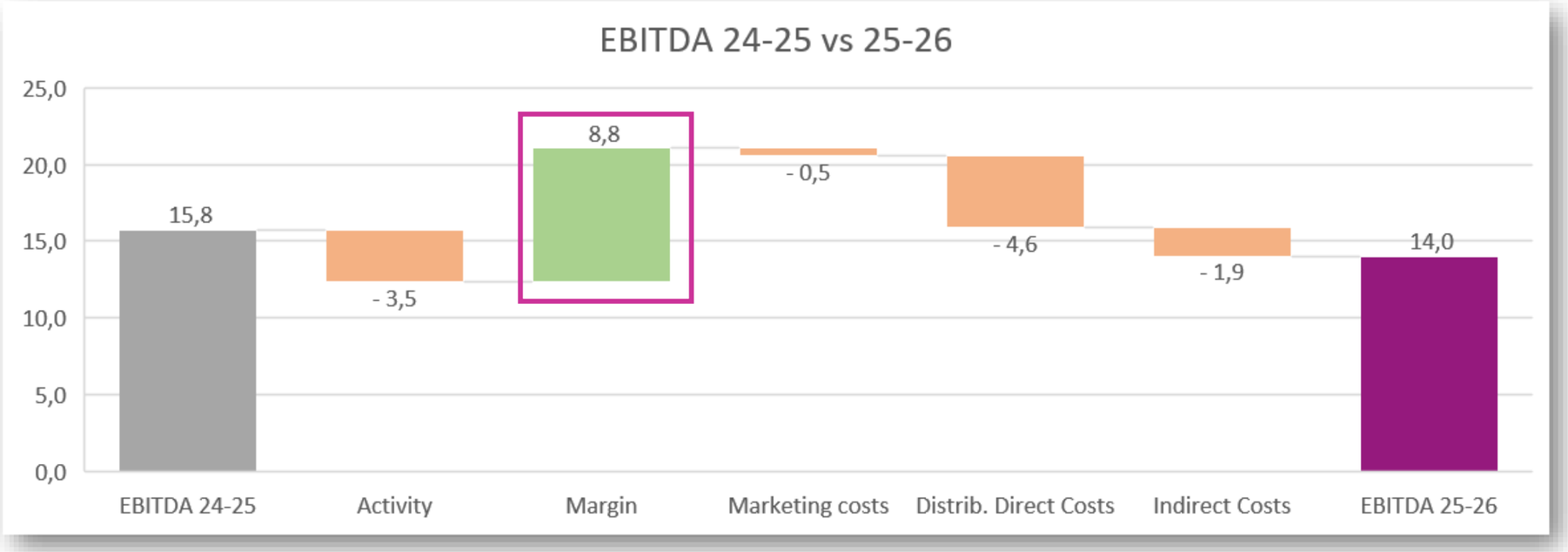
- Santéol : Investissement dans le renforcement des forces commerciales, pesant temporairement sur la profitabilité.
- Almadia : EBITDA pénalisé par la réforme du "zéro reste à charge" sur les VPH ayant pour effet une réduction significative de la marge

damartex GROUP

	24-25	25-26
CA	521,2	**503,5**
EBITDA	15,8	**14,0**
% CA	*3,0%*	***2,8%***

Profitabilité opérationnelle

Une marge en amélioration structurelle et pérenne, dont l'effet est ponctuellement absorbé par des coûts logistiques non récurrents (effet one-shot)



3% CA

2,8% CA

CA : 503,5M€
ROC : +0,5M€
EBITDA : +14,0M€

Résultat annuel

en millions d'euros

Un résultat net pénalisé par des dépréciations d'actifs significatives, reflet des performances de l'exercice sur certains pôles d'activité et de leur impact sur la trajectoire du business plan.

	30 juin 2025	30 Juin 2026
Chiffre d'affaires	521,2	**503,5**
EBITDA opérationnel	15,8	**14,0**
EBITDA IFRS16	35,2	**33,9**
Résultat opérationnel courant	2,1	**0,5**
Autres produits et charges opérationnels	-4,0	**-2,9**
Dépréciations d'actifs	1,5	**-24,9**
Résultat opérationnel	-0,4	**-27,2**
Résultat financier	-12,5	**-10,1**
Résultat avant impôts	-12,8	**-37,3**
Impôts sur les bénéfices	-2,4	**1,5**
Résultat des activités poursuivies	-15,2	**-35,9**
Résultat des activités abandonnées	-2,5	**0,0**
Résultat net	-17,7	**-35,9**

Cash flows & BFR d'exploitation

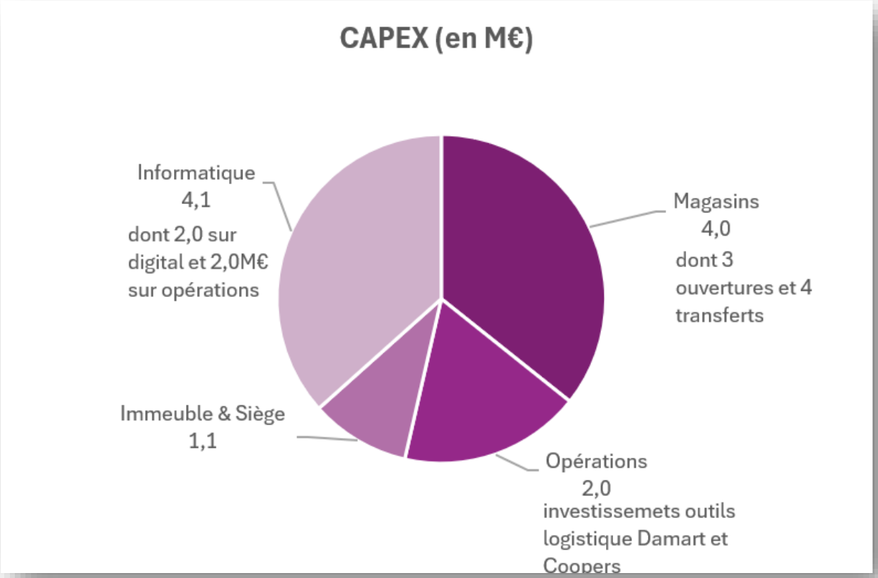
en millions d'euros

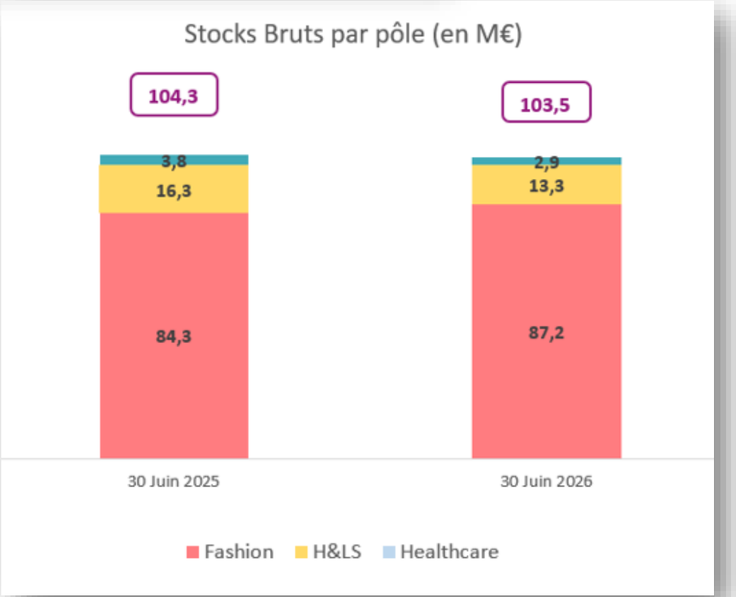
Le FCF opérationnel ressort légèrement négatif sur l'exercice, du fait d'investissements exceptionnels à ROI rapide

	30 juin 2025	30 Juin 2026
EBITDA opérationnel	**15,8**	**14,0**
Variation BFR brut exploitation	1,2	-2,1
CAPEX	-10,8	-11,4
Acquisition Leasing	-1,8	-1,7
FREE CASH FLOWS Exploitation	**4,4**	**-1,2**

Un BFR stable grâce à un pilotage strict

BFR Net Exploitation	**45,1**	**46,5**
Stocks Nets	*92,1*	*91,6*
Clients Nets	*15,2*	*11,8*
Fournisseurs Nets	*-62,2*	*-56,9*

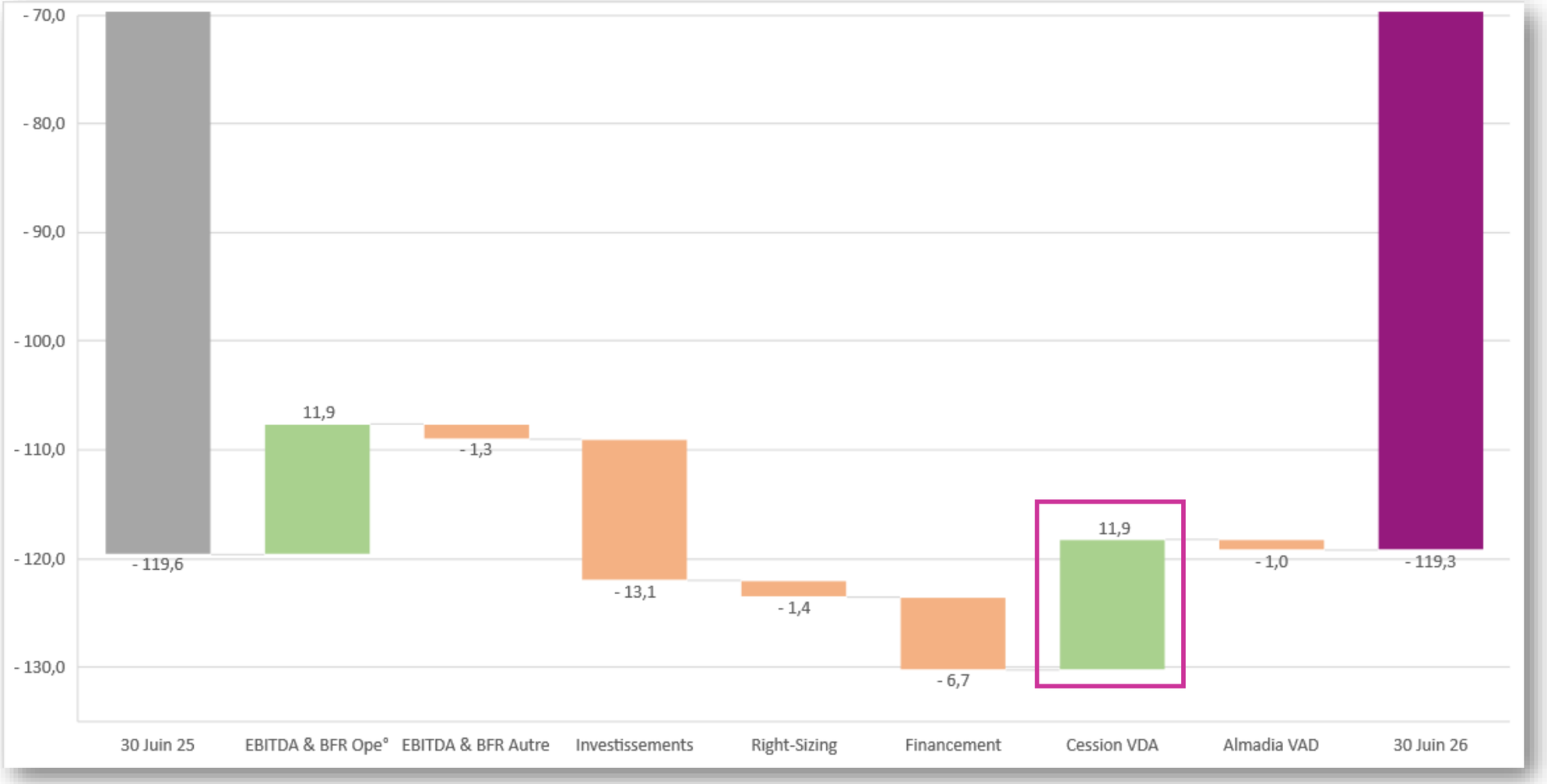




Endettement financier net

en millions d'euros

Endettement net stable grâce à la cession d'un actif immobilier

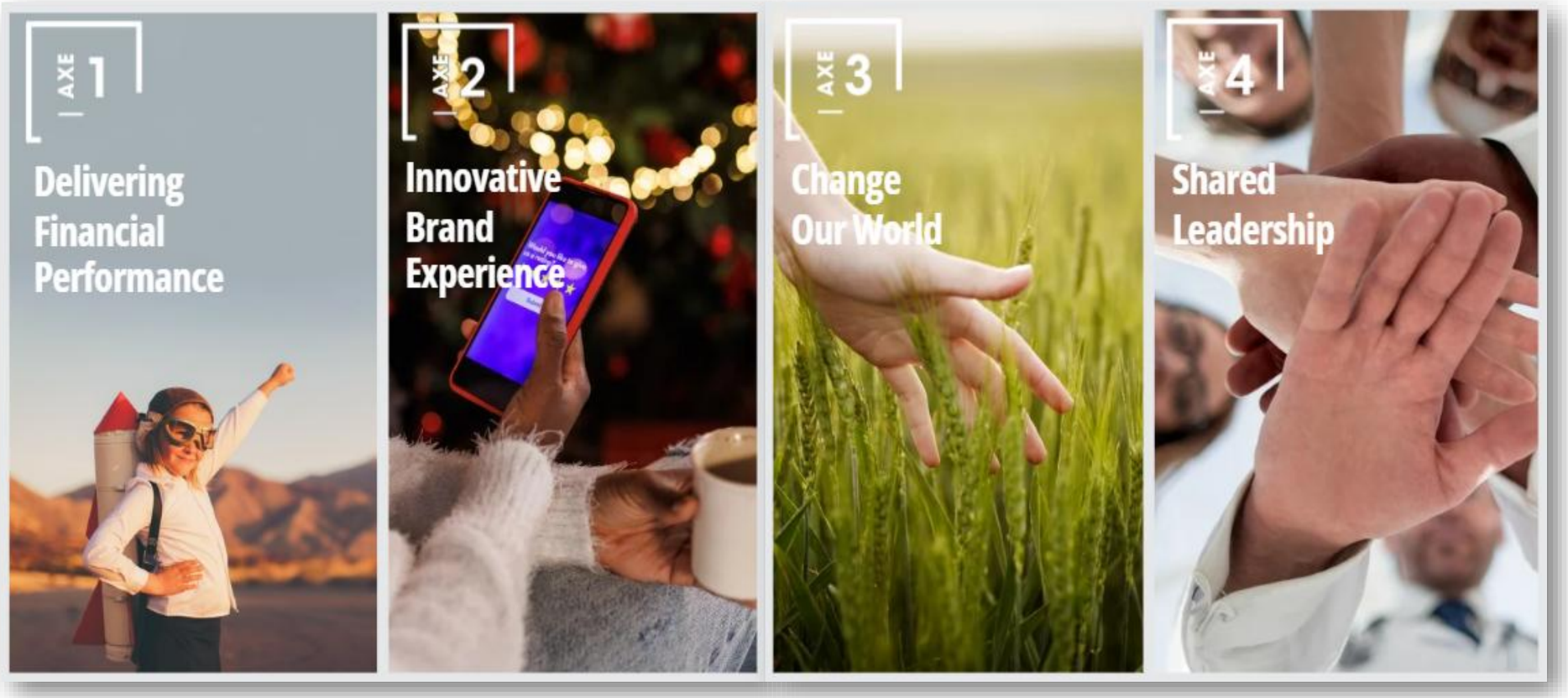


Agenda

- Executive Summary & Eléments de contexte
- Les performances 2025/2026
- **Bilan du « Dare.Act.Impact.2026 » sur 4 ans**
- Présentation du nouveau plan stratégique

Dare.Act.Impact.2026 :
Bilan sur les 4 ans du plan stratégique

DARE
ACT
IMPACT
2026



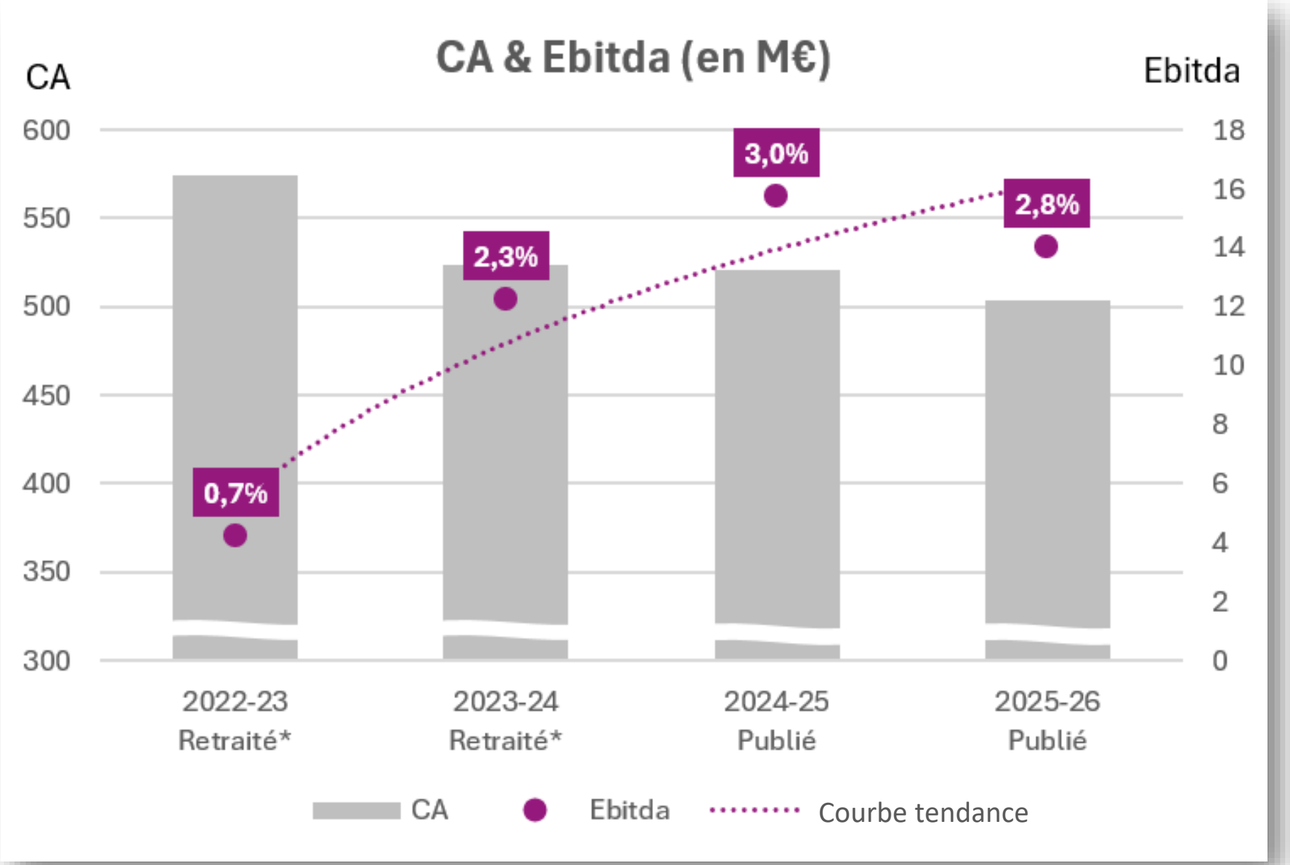
Dare.Act.Impact.2026 :
Bilan axe #1

DARE
ACT
IMPACT
2026

Une profitabilité durablement transformée par des mesures structurelles à effets pérennes

- Amélioration de la marge produits :
  > +2,3pt depuis 2022-23 dans un contexte de repli de l'activité de -12%

- Réduction des frais de structure :
  > -6,7M€ vs 2022-23

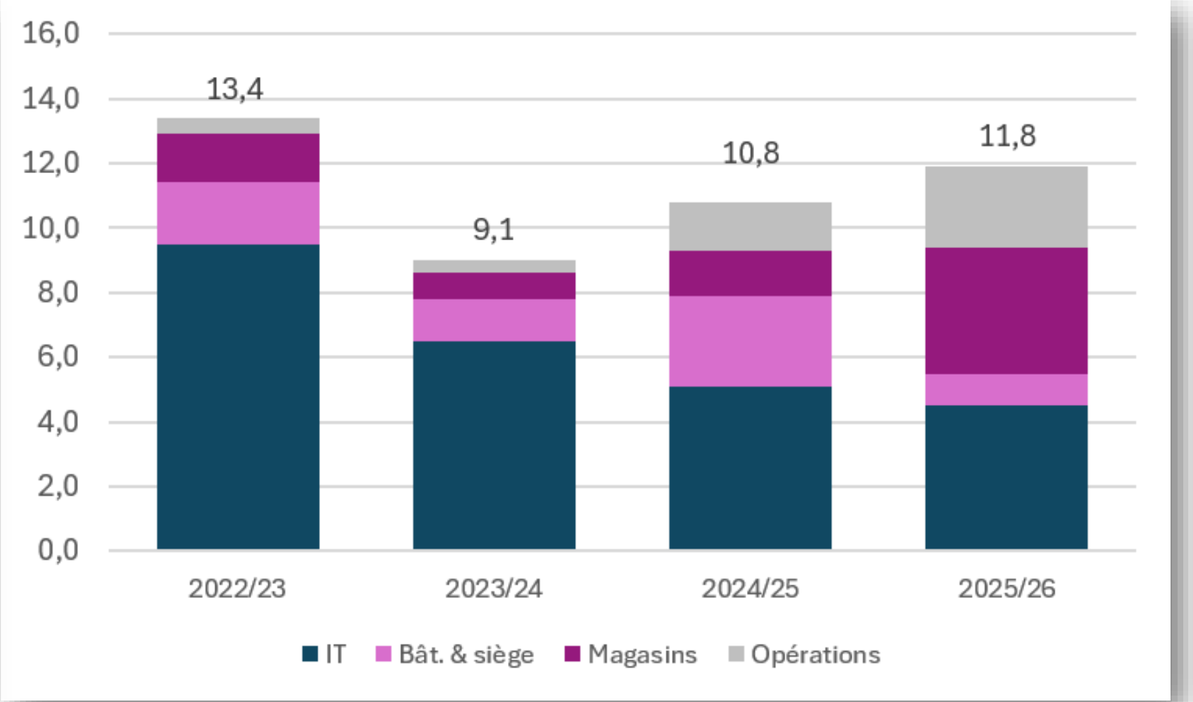


* Hors activité abandonnées (IFRS 5) : Afibel et Almadia VAD

Le travail sur le BFR porte ses fruits, tout en finançant une ambition d'investissement sélective

BFR :
79,3 → 60,7 M€, soit –18 M€ d'amélioration réelle

Capex :
45,2 M€ investis en 4 ans



Pôle Fashion :

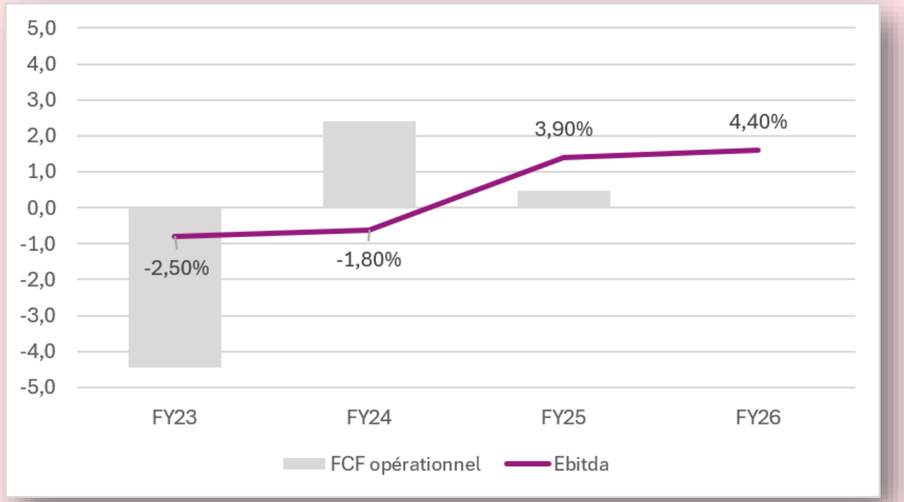
Un pilotage structurel de la marge et des investissements marketing, au service d'une profitabilité en nette progression

DAMART

- Amélioration de la marge : +2 pts vs 23-24
- Réduction de la pression marketing : -2 pts du taux de remises commerciales vs 23-24
- Taux d'EBITDA 3,7% vs 23-24 (+1,2%, + 3 M€)

XANDRES

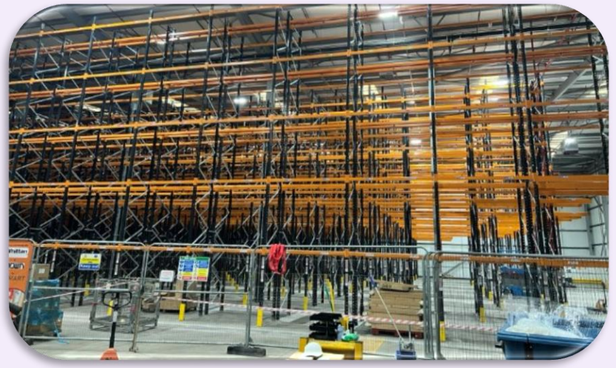
- Profitable depuis 2 ans et un retour à un free cash flow positif



Pôle Home and Lifestyle

Synergies et économies d'échelle au service de la profitabilité

Internalisation logistique de Coopers chez Damart UK :



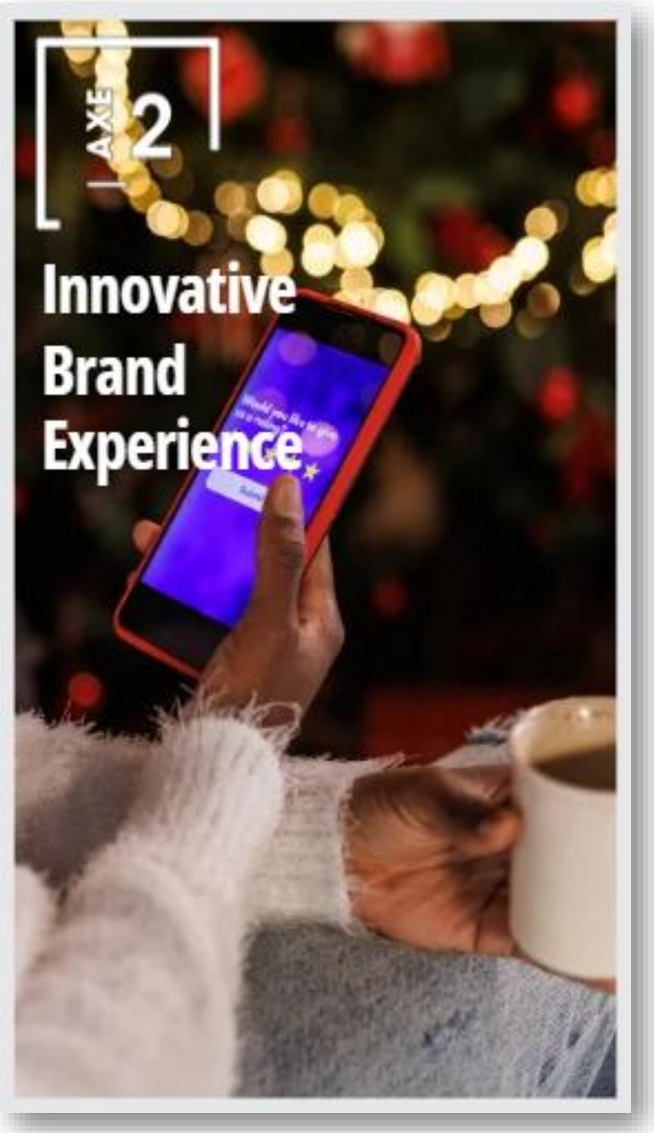
- Capex en 25-26 : 0,8M€
- Opex en 25-26 : -1,2M€
- Économies annuelles du groupe : 1,3M€ à partir de 26-27

Centralisation de la gestion de l'impression :

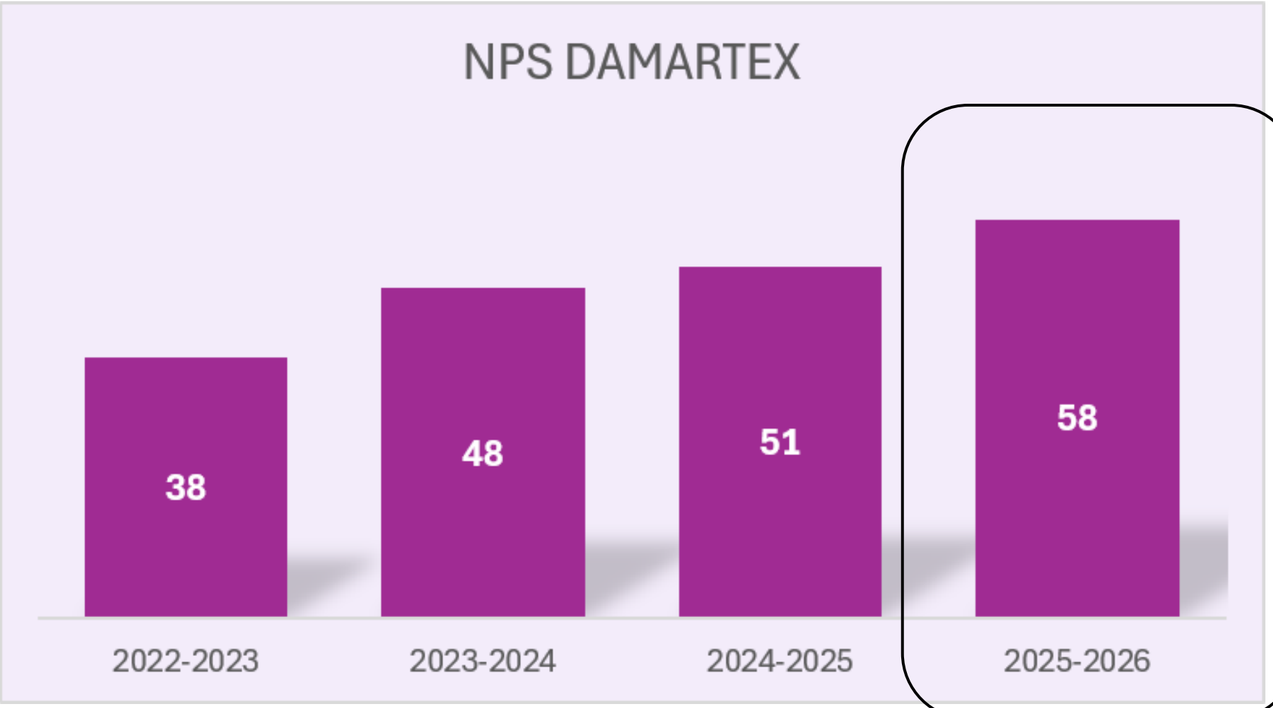
- Effet de levier en groupant les volumes
- Économies immédiates avec une remise annuelle de 5 %
- Flux de trésorerie optimisé

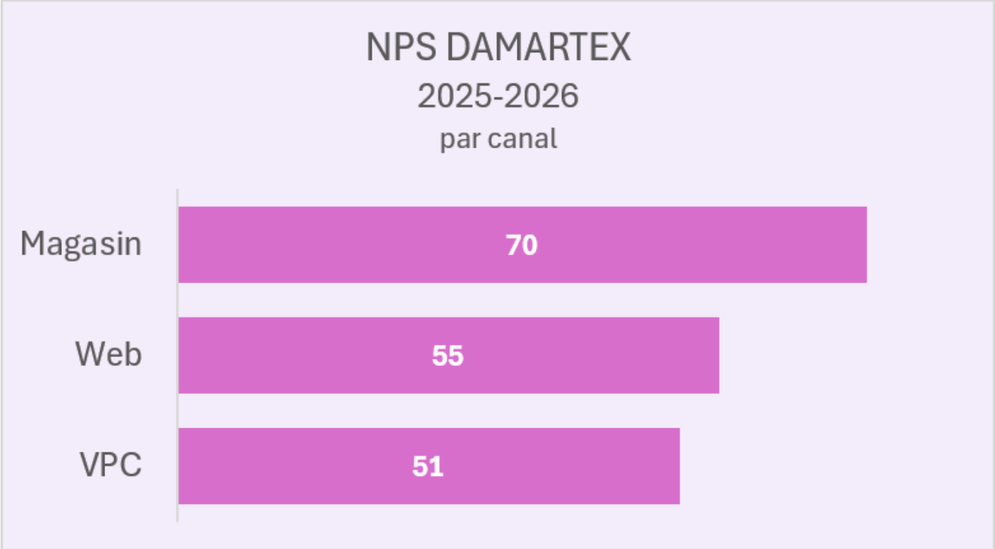
Dare.Act.Impact.2026 :
Bilan axe #2

DARE
ACT
IMPACT
2026



Croissance du NPS du Groupe





Damart, une marque plus puissante

- **Créateur, Fabricant, Distributeur**, marque historique du groupe depuis plus de 70 ans, implantée dans 3 pays : France, Belgique, UK
- **Omnicanal** depuis toujours (boutiques, web, marketplaces, catalogue, B2B2C)
- **Des produis centrés sur l'innovation, le confort et le style**
- Un positionnement client affirmé
- Moins de démarque pour **redonner de la valeur à la marque**
- Une **proximité** et **connexion forte** avec la cliente, des **offres marketing mieux ciblées**, grâce à l'exploitation de la data
- **Modernisation** de la marque et de la communication

NPS record

61

Croissance omnicanale et géographique, positionnement réaffirmé : Xandres avance sur tous les fronts

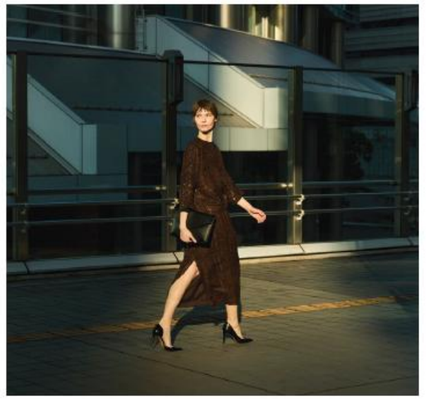
XANDRES
BELGIUM

Un positionnement de marque affirmé :

THREE WOMEN, ONE COLLECTION

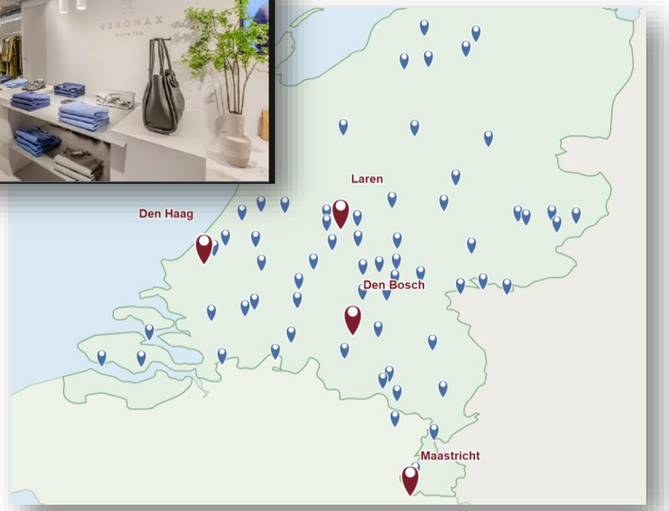
The campaign follows three women in Tokyo. They each have their own rhythm and take on the city, from creative and intuitive to thoughtful and purposeful. What unites them is a quiet strength and natural elegance, enhanced by timeless clothes that adapt effortlessly to their lives and personalities.

Autumn-Winter '26 brings a collection that will move with you, without compromising on character.
Designed for fleeting impressions and lasting moments.



Croissance géographique et multicanale :

- Croissance à deux chiffres sur le web,
- Développement aux Pays-Bas

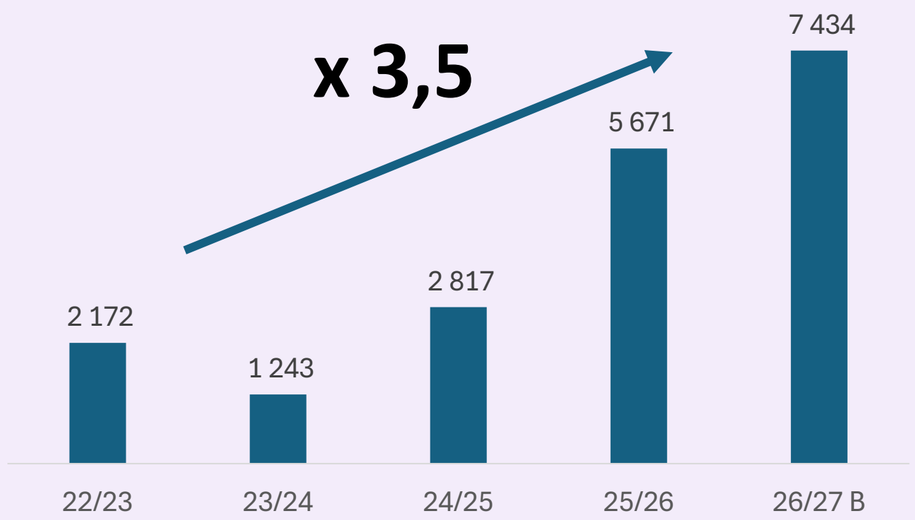


Points de vente partenaires
Magasins Xandres

Pôle Home & Lifestyle : au service du digital

3PAGEN COOPERS OF STORTFORD VITRINE magique

Marketplace (en k€)

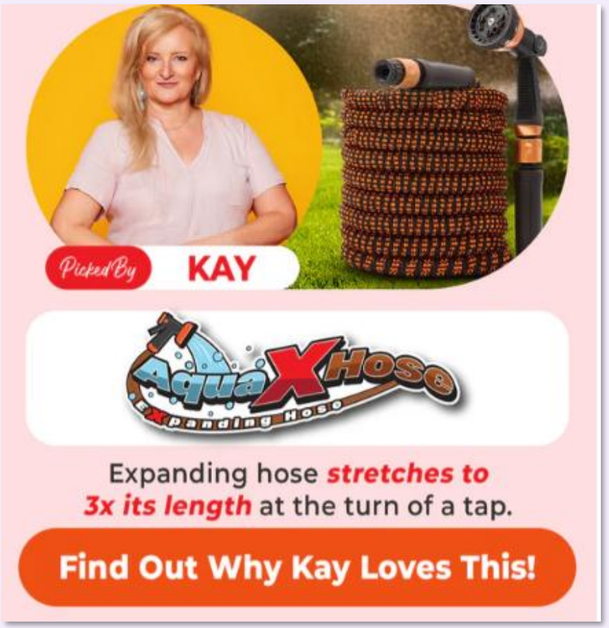


amazon B&Q ebay Debenhams

Réseaux sociaux

Digital Pure Play

We Solved It! by COOPERS OF STORTFORD



Pôle Santé : cultiver la proximité

damartex GROUP

Les points services Almadia : nouveau modèle de proximité

- 3 nouveaux points services + 1 showroom dédié aux démonstrations et essais sur rendez-vous :
  + de 900 m2 d'espaces d'accueil, de conseil et d'exposition au service des patients, aidants et prescripteurs
- Un maillage territorial renforcé :
  pour plus de proximité, de réactivité et de qualité de service
- Un modèle plus agile et plus performant, alliant expertise, proximité et maîtrise des coûts

SMA, expert en formation pour les acteurs de santé à domicile

- Certifié Qualiopi*, formations basées sur une connaissance approfondie du secteur et des normes scientifiques et règlementaires
- 94% de satisfaction
- Parcours de formation en e-learning

sma
ORGANISME DE FORMATION

** Qualiopi est une certification qualité obligatoire en France pour tous les prestataires qui proposent des actions de formation, des bilans de compétences*

Dare.Act.Impact.2026 :
Bilan axe #3

DARE
ACT
IMPACT
2026

Des résultats tangibles sur toute notre chaîne de valeur

Produits responsables
Eco conception

15,3%
de produits responsables en 2025-26
vs en 11,2% en 2023

Fournisseurs
Approvisionnement responsable

76,90%
des achats chez des fournisseurs audités
en 2025-26 vs 57,5% en 2022

Opérations
Décarbonation

-26,50% de tonnes CO_2 eq

En valeur relative par euro de CA,
comparé à 2018-2019

Société
Fondation On Seniors' Side

+ de 70 000 bénéficiaires

169 projets soutenus en 7 ans et plus de
850 000 € redistribués à des Associations

La RSE est désormais intégrée à la gouvernance, aux métiers et à la culture du Groupe

Dare.Act.Impact.2026 : Bilan axe #4

DARE
ACT
IMPACT
2026

Des fiertés

Formation Leadership

- En 3 ans, 100% de notre top 100 formés à travers un programme dédié au développement de leur leadership : 10 jours de formation répartis sur 18 mois

Damartex University

Lancement en Octobre 2025

- 932 connections depuis oct 25
- 1ere plateforme commune aux différentes BU du Groupe
- Un objectif : accélérer notre transformation grâce au développement de toutes nos équipes
- La spécificité de notre université, le « Share » : partage des connaissances et expertises en interne
- Création d'une communauté enthousiaste d'apprenants, formateurs, contributeurs

DAMARTEX UNIVERSITY
learn share grow

Engagement Des Equipes

- Tex Indicator : des équipes toujours engagées ; un taux d'engagement (motivation & confiance) de 81%

Dare.Act.Impact 2026 :
Bilan global

DARE
ACT
IMPACT
2026

Bilan des 4 piliers Dare Act Impact

Dare.Act.Impact.2026 : ce plan ambitieux qui a permis au Groupe de progresser, il doit désormais s'adapter à une nouvelle réalité économique.

#1
Delivering Financial Performance

- Redressement opérationnel réel mais encore contraint par un marché en berne et un endettement important

Partiellement atteint

#2
Innovative Brand Experience

- Modernisation des marques
- Innovation des produits
- Expérience client au cœur
- Reconnaissance client à travers un NPS record à 58

Atteint

#3
Change Our World

- Amélioration de notre performance environnementale
- Contribution sociétale en faveur des 55+.

Atteint

#4
Shared Leadership

- Formation Leadership
- Damartex University
- Equipes mobilisées et engagées

Atteint

Agenda

- Executive Summary & Elèments de contexte
- Bilan du « Dare.Act.Impact.2026 » sur 4 ans
- Les performances 2025/2026
- **Présentation du nouveau plan stratégique**

Héritage

Mission confiée par le Conseil de surveillance : engager une revue stratégique aux fins de « renforcer la cohérence du portefeuille, concentrer les investissements et assainir le bilan »

Le redressement opérationnel est réel — et récent mais notre niveau d'endettement est élevé (poids du service de la dette)

EBITDA opérationnel en croissance sur la durée du plan (+ 2 pts de profitabilité) mais le résultat net et le FCF sont impactés par le service de la dette

La pression concurrentielle s'intensifie notamment sur le digital, les habitudes changent

Les plateformes chinoises (Shein, Temu...) renchérissent l'acquisition digitale et pèsent sur le ROI marketing, alors que la transformation digitale reste un pilier de croissance, la seconde main prend de l'ampleur, mais pas dans le marché 55+

Une clientèle 55+ plurielle, qui n'est pas homogène

Le Thermolactyl traverse les générations, Damart la marque préférée des 55+, Xandres vise à rajeunir l'âge de sa cliente : les besoins diffèrent fortement selon l'âge au sein même du 55+

La Silver Economy, un marché toujours porteur

Vieillissement démographique européen avéré (2025 : premier recul des naissances vs décès en France) ; un atout structurel pour un groupe positionné sur le 55+ depuis l'origine

Feuille de route stratégique

drive to perform
care to transform
2030

la performance pour règle, l'humain pour boussole

Feuille de route stratégique

Drive to perform : exigence financière opérationnelle

1 Assainir le bilan

- Réduction de l'endettement
- Revue rigoureuse des coûts de structure
- Augmentation de la marge de manœuvre opérationnelle
- Améliorer le Free Cash flow
- Focus sur la marge et non sur le CA

2 Sélectivité des investissements

- Retour sur investissement de chaque projet
- Alignement avec la feuille de route stratégique
- Comité d'investissement exigeant, prônant l'ambition

3 Data & Expérience client

- Vision Client 360°
- Transformation pilotée par la recherche de valeur ajoutée et la data
- Expérience client au cœur des actions et transversalité de nos expertises
- Utilisation de l'IA comme accélérateur de la performance

Feuille de route stratégique

Care to transform : l'engagement comme moteur

4 Culture entrepreneuriale

- Poursuivre le "shared Leadership" vers un " Entrepreneurship individuel " affirmé : chaque manager devenant moteur de ses résultats
- P&L par pôle
- Valoriser les porteurs de projets de transformation

5 RSE

- Consolider nos acquis
- Faire de notre exigence RSE un atout compétitif
- Poursuivre notre engagement au sein de la Fondation

6 Préserver notre ADN

- Donner du sens au changement
- Adopter une attitude transparente et responsable de notre politique d'arbitrage
- Soutenir les talents internes
- Garder la proximité avec nos collaborateurs

drive to perform
care to transform
2030

Conclusion

24 mois pour transformer un redressement opérationnel en trajectoire durable — porté par l’expérience client/patient et la transformation digitale, sans jamais sacrifier ce qui fait la singularité de Damartex : sa cliente 55+, ses équipes, ses valeurs.

drive to perform
care to transform
2030

Perspectives

Un programme de revue des performances a été lancé afin d'objectiver nos choix stratégiques et d'allouer nos ressources là où elles sont le plus créatrices de valeur.

Dans un marché volatile, cet exercice s'accompagne d'une lecture constante du contexte externe, pour ajuster notre trajectoire avec agilité et rester, à chaque étape, au plus près du business.

Le groupe Damartex

Retrouvez ce support
ainsi que la plaquette de présentation du Groupe
sur notre site internet

www.damartex.com

Annexes

Action Damartex

- Le capital au 30 juin 2026 s'élève à 57 991 500 euros, divisé en 11 598 300 actions de 5 euros de nominal, entièrement libérées.
- La société n'a pas émis de valeurs mobilières donnant accès au capital.
- Dans le cadre des autorisations qui lui sont accordées, la société détient 3% des actions Damartex au 30 juin 2026

Cours de l'action	Exercice 2024-2025	Exercice 2025-2026
Cours le plus haut	6,78 €	**4,50 €**
Cours le plus bas	3,00 €	**2,00 €**
Volume moyen mensuel de transactions	10 962	**39 466**
Capitalisation boursière (en milliers d'euros)*	51 960,38 €	**26 560,11 €**
Nombre d'actions à la clôture de l'exercice	11 598 300	**11 598 300**

* sur la base du cours de clôture au 30 juin

Damartex en chiffres

au 30 juin 2026

3 verticales métiers

8 marques « golden âge »

76 % du CA

- Damart : **69% du CA**
- Xandres : **7% du CA**

18 % du CA

- 3 Pagen : **9% du CA**
- Coopers : **8% du CA**
- Vitrine magique

6 % du CA

- Almadia
- Santéol
- MSanté

9 pays de commercialisation

- France : **46% du CA**
- Grande Bretagne : **24% du CA**
- Belgique/Lux/Pays-Bas : **21% du CA**
- Allemagne : **8% du CA**
- Suisse
- Autriche
- Espagne

Un modèle multi-canal

Vente à distance : 33%
3 centres d'appels intégrés

Magasins : 36%
175 points de vente

Mobile & web : 21%
13 plateformes e-commerce

Wholesales : 5%
Plus de 500 partenaires

Services : 4%

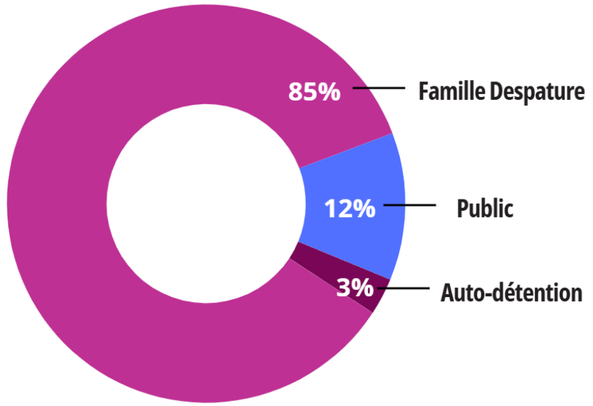
Chiffres clés

CA :
503,5 M€

EBITDA :
+14,0 M€
3% du CA

Endettement Financier :
119,3 M€

Actionnariat majoritairement familial



Compte de résultat détaillé

en millions d'euros

	30 Juin 2025	30 Juin 2026
Chiffre d'affaires	521,2	**503,5**
Achats consommés	-182,9	**-167,4**
Charges de personnel	-117,4	**-122,4**
Charges externes	-185,2	**-179,5**
Dotations aux amortissements exploitation	-16,0	**-16,0**
Dotations aux amortissements droits usage	-17,9	**-18,0**
Dotations et reprises de provisions	0,3	**0,3**
Résultat opérationnel courant	2,1	**0,5**
Autres produits et charges opérationnels	-4,0	**-2,9**
Dépréciations d'actifs	1,5	**-24,9**
Résultat opérationnel	-0,4	**-27,2**
Résultat financier	-12,5	**-10,1**
Résultat avant impôts	-12,8	**-37,3**
Impôts sur les bénéfices	-2,4	**1,5**
Résultat des activités poursuivies	-15,2	**-35,8**
Résultat des activités abandonnées	-2,5	**0,0**
Résultat net	-17,7	**-35,9**

Bilan détaillé

en millions d'euros

	30 Juin 2025	30 Juin 2026
Situation nette	70,0	**39,4**
Passifs financiers	118,3	**112,8**
Passifs liés aux engagements locatifs (LT)	66,0	**59,4**
Autres passifs non courants	20,0	**17,6**
Passifs non courants	204,4	**189,8**
Ecarts d'acquisition	60,4	**43,6**
Immo. incorporelles	66,9	**54,7**
Immo. corporelles	37,7	**39,3**
Droits d'utilisation	87,9	**81,5**
Autres actifs non courants	6,9	**6,3**
Actifs non courants	259,8	**225,4**
Stocks	92,1	**91,6**
Clients	15,2	**11,8**
Fournisseurs	62,2	**56,9**
Autres dettes courantes	21,9	**23,9**
Besoin en fonds de roulement net	23,1	**22,6**
Provisions	3,0	**1,3**
Instruments dérivés nets	-5,6	**2,4**
Autres dettes financières	8,2	**9,4**
Passifs liés aux engagements locatifs (CT)	18,3	**20,1**
-Actifs/+Passifs Nets destinés à être cédés	-15,1	**-2,0**
Autres passifs courants	0,0	**0,0**
Trésorerie	11,4	**7,5**
Total Bilan	422,6	**363,5**

drive to perform
care to transform
2030

damartex GROUP

160 Bd de Fourmies
F- 59100 ROUBAIX

www.damartex.com

yourcontact@damartex.com

9 septembre 2026