



**Le consommateur  
de demain a 60 ans.**

**damartex**  
GROUP

**ON SENIORS'SIDE**

# Sommaire

- 04** Entretiens regards croisés
- 06** Damartex en chiffres
- 08** Notre modèle
- 10** Notre raison d'être
- 12** Notre marché
- 14** Notre ambition 2025
- 16** Pôle Fashion
- 22** Pôle Home & lifestyle
- 26** Pôle Healthcare
- 30** Change Our World :  
notre engagement 2025

**a**cteur majeur de la Silver Economy en Europe, le Groupe Damartex est une ETI innovante fédérant 9 marques fortes, structurées en 3 pôles complémentaires : Fashion - Home & Lifestyle - Healthcare.

Engagé « On seniors' Side », Damartex se positionne en plateforme de solutions au service du « bien vieillir ». Sa mission : offrir aux 55+ le meilleur du progrès, de la mode, de l'équipement de la maison et des solutions santé qui facilitent ou enchantent le quotidien.

Fondé autour de Damart, marque phare du Groupe née en 1953 d'une innovation textile - l'iconique Thermolactyl - Damartex est un jeune groupe à l'ADN entrepreneurial et familial. Il se développe via une politique ambitieuse de croissance externe, principalement en Europe. Présent dans 9 pays dans le monde, il compte parmi ses principaux marchés la France, la Grande-Bretagne, la Belgique, l'Allemagne et la Suisse.

[www.damartex.com](http://www.damartex.com)

3



« Notre rôle est de répondre à ce défi sociétal et démographique en orchestrant un changement d'échelle de notre pôle santé. Nous voulons faire de Damartex un acteur majeur de la société du "care" en plein essor. »

Jean Guillaume Despature

## questions à

**Patrick Seghin,**

président du Directoire

et **Jean Guillaume Despature,**

président du Conseil de

Surveillance – Damartex.

« Le e-commerce représente aujourd'hui 20% de notre activité, avec un bond de près de 50% sur le dernier exercice. L'accélération de la transformation du Groupe est puissante. Nous visons plus de 150 millions de chiffre d'affaires via le web d'ici 2022. »

Patrick Seghin

**R**etrouver une croissance à 2 chiffres malgré cette crise : phénomène conjoncturel ou durable ?

**JGD :** Ces performances sont le fruit d'une mobilisation impressionnante de nos équipes qui ont su voir en cette crise une opportunité d'accélérer nos transformations. C'est également la preuve de la solidité de notre modèle articulé sur 3 pôles complémentaires – habillement, habitat, santé - et 9 marques fortes, utiles, unies par une même raison d'être : « on seniors'side ».

**PS :** Au-delà de nos marques, nous avons transformé durablement notre organisation pour la rendre agile, résistante aux crises. Un cap clair, partagé, et un usage du télétravail ancré dans le quotidien de nos équipes depuis plusieurs années : voilà ce qui nous a permis de traverser la crise et surtout d'orchestrer un rebond optimal.

**Quel est le challenge majeur de Damartex en 2022 ?**

**JGD :** Image et réputation, omnicanalité, recrutement de nouveaux talents... Nous avons plusieurs challenges à relever pour hisser Damartex au rang de leader européen de la Silver Economy. C'est l'objet de notre plan d'investissement ambitieux, visant à engager 15 à 20 millions par an dans la transformation du Groupe et dans la croissance externe de notre pôle Healthcare.

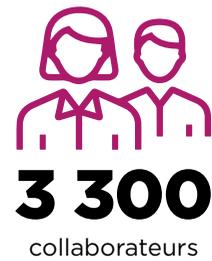
**PS :** L'expérience client est notre challenge N°1 : Depuis deux ans, les équipes Damartex développent des solutions basées sur l'IA et l'utilisation de la data pour une expérience client personnalisée, sans cesse renouvelée. L'apport de nouvelles compétences, avec notamment le recrutement de data scientifiques, est central dans notre transformation. Le e-commerce représente aujourd'hui 20% de notre activité, avec un bond de près de 50% sur le dernier exercice. Nous visons plus de 150 millions de chiffre d'affaires via le web d'ici 2022.

**Comment projetez-vous Damartex dans le futur ? En 2030, 2050 ?**

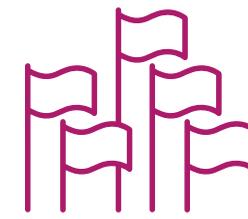
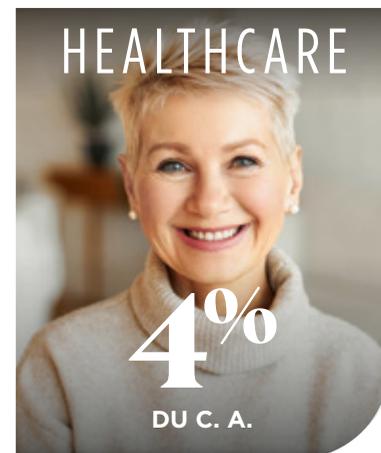
**JGD :** En 2050, plus de 30% de la population aura plus de 60 ans. Une partie vivra son âge d'or, consommera, voyagera (peut-être même dans l'espace !) forte d'un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne. L'autre partie aura besoin d'assistance pour continuer à vivre le plus longtemps possible à domicile. Notre rôle est de répondre à ce défi sociétal et démographique en orchestrant un changement d'échelle de notre pôle santé. Nous voulons faire de Damartex un acteur majeur de la société du « care » en plein essor.

**PS :** L'adaptation de l'habitat et le maintien à domicile sont les poches de développement majeures de la Silver Economy, sur lesquelles nous continuerons d'innover en mode open avec les meilleurs centres de recherches, groupes industriels ou start-ups. Nous voulons faire de Damartex l'unique acteur européen proposant une offre 360° dédiée à ce marché d'avenir, innovante, guidée par l'exigence éthique et environnementale. Demain, Damartex sera une grande entreprise à impact positif et une fondation engagée pour la place des 55+ au sein de la société.

# Damartex en chiffres



## 9 MARQUES "GOLDEN AGE" & 3 PÔLES :



## 9 pays d'implantation

France : 48% - Grande Bretagne : 29%  
Belgique : 12% - Allemagne : 9%  
Luxembourg - Suisse - Autriche  
Pays-Bas - Espagne

## Un modèle omnicanal



**MOBILE & WEB 18%**  
20 plateformes e-commerce.

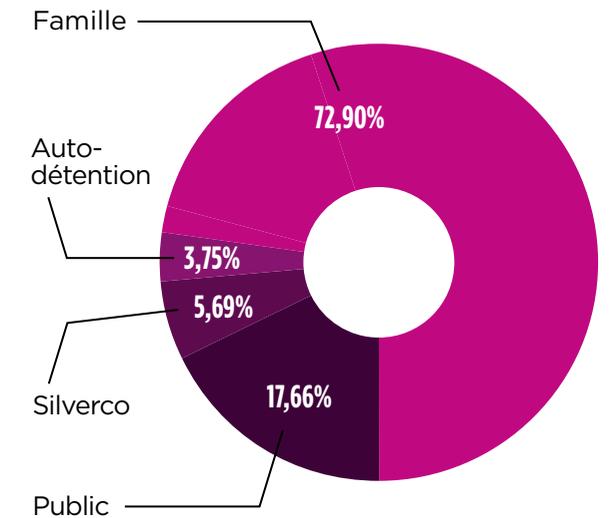


**MAGASINS 18%**  
169 points de vente & plus de 500 partenaires wholesales.



**VENTE À DISTANCE 60%**  
6 centres d'appel intégrés / 150 millions de mailings

## Un actionnariat majoritairement familial



## Engagement RSE



- **Neutralité carbone d'ici 2030**
- **1 programme RSE ambitieux : CHANGE OUR WORLD**
- **1 fondation solidaire et engagée : On Seniors' Side**

# 9 marques "golden age" en 3 pôles complémentaires

Objectif : développer une plateforme de solutions 360° en réponse à toutes les attentes et besoins de la clientèle senior.

A l'écoute des attentes de tous les 55+, nos marques proposent une offre singulière, plaçant l'innovation et l'expertise au cœur de leur savoir-faire. Au-delà du prêt-à-porter et de l'équipement de la personne, nos marques Home & Lifestyle répondent à l'engouement croissant pour l'aménagement et l'équipement de l'habitat. Les marques Healthcare quant à elles, accompagnent les seniors dans le « bien vieillir », en plaçant leur innovation au service du bien-être, de l'autonomie et du maintien à domicile.

## Un modèle intégré et des synergies opérationnelles fortes :



1 laboratoire R&D



1 unité industrielle



4 centres logistiques en Europe



1 centrale d'achat à Shanghai (Chine)



3 studios photo axés digital



20 plateformes web et 169 magasins



6 centres d'appel

**damartex**  
FASHION



**DAMART**

L'innovation textile  
au service du  
confort et du style

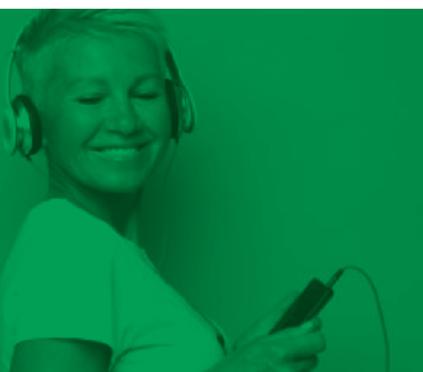
**Afibel**

La mode  
morphologique  
et grande taille

**X ANDRES**

Le luxe  
abordable

**damartex**  
HOME & LIFESTYLE



**3 PAGEN**

Décoration,  
jardin, vie pratique,  
bien-être

**Coopers**  
OF STORTFORD

Décoration,  
jardin, vie pratique,  
bien-être

**vitrine:**  
*magique*

Décoration,  
jardin, vie pratique,  
bien-être

**damartex**  
HEALTHCARE



**SEDAGYL®**  
Spécialiste de votre confort à domicile

Maintien  
à domicile

**santéol**

Assistance  
respiratoire

**MSANTÉ**

Perfusion,  
nutrition

# We are On Seniors' Side

Au-delà d'une signature, « On Seniors' Side » est l'engagement qui fédère nos marques et nos équipes. Il donne tout son sens à nos projets et à notre ambition



## Notre héritage

Damartex est né d'une marque patrimoniale - Damart - créée en 1953 à Roubaix par la famille Despature, toujours à la tête du Groupe aujourd'hui. 70 ans d'expertise et d'innovation au service du confort et des seniors. Un ADN entrepreneurial, socle de notre culture interne.

## Notre engagement au service de tous les 55+

Respect, empathie, passion des seniors et esprit d'équipe : ces valeurs-piliers animent nos équipes et façonnent notre organisation en mode « écosystème » : ouverte, innovante, engagée au cœur des enjeux de notre société.



## La fondation On Seniors' Side

Un engagement sociétal fort au service d'un monde plus juste, plus solidaire, plus responsable. Objectif ? Faire bouger les lignes en faveur de la place des 55+ au cœur de notre société.



## L'observatoire des seniors Damartex

Les seniors sont une clientèle plurielle, segmentée, en pleine mutation. L'observatoire du Groupe décrypte les tendances qui impactent les 55+, nourrit l'expertise de nos marques et éclaire notre R&D.



# La Silver Economy, le marché du futur.

D'ICI 2030

**1.000Mds€**

(poids du marché européen)

**+18%**

hausse de la population EU de plus 60 ans

**60%**

des dépenses de consommation faites par les plus de 60 ans.

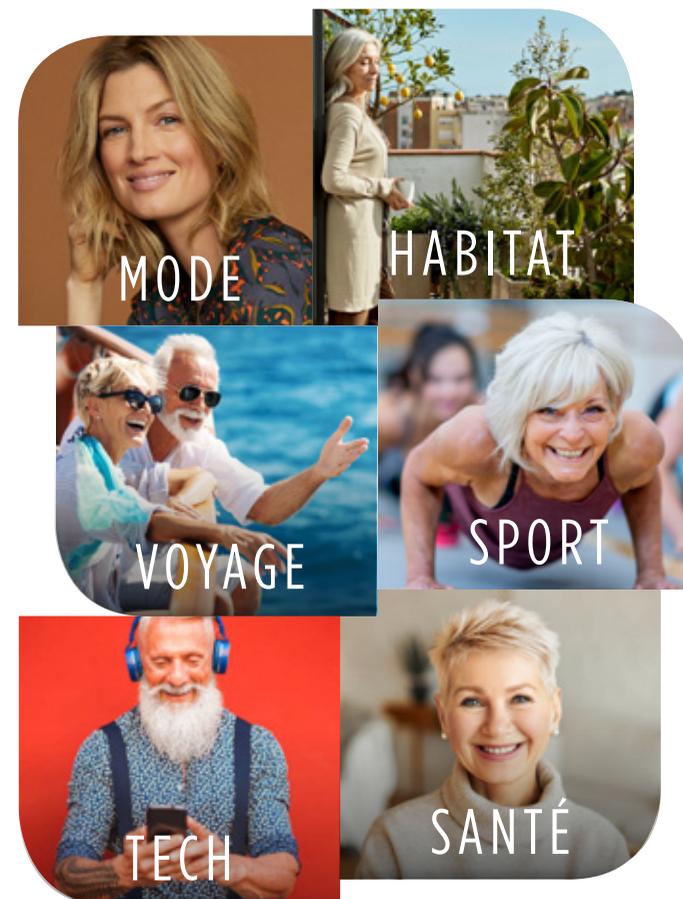
**92%**

des plus de 75 ans vivent à domicile (France)

## Le consommateur de demain a 60 ans

Exit la ménagère de moins de 50 ans. Le consommateur de demain a plus de 60 ans : il sera à l'origine de plus de 60% de la consommation en Europe d'ici 2030.

### 60 is the new 40



Une cible multigénérationnelle en pleine mutation

#### Les 55+,

##### la Génération X

les plus jeunes des seniors sont aussi les plus aisés.

#### Les 65+,

##### les Baby boomers

Pour la plupart en bonne forme, ils sont curieux, connectés et dynamiques !

#### Les 75+,

##### la génération silencieuse

Ils sont les plus concernés par la question de l'autonomie et du maintien à domicile.

La crise du Covid, accélérateur de tendances

- Accélération de la digitalisation des Seniors
- Sensibilisation à l'importance du vieillir à domicile
- Renforcement des besoins en service de santé

# Devenir un leader européen de la Silver Economy

## DES ATOUTS UNIQUES

Une expertise de près de 70 ans sur le marché des seniors, un business model pérenne articulé sur 3 pôles et 9 marques puissantes, une solidité et une indépendance financière, des capacités d'investissement renforcées en 2020 : Damartex réunit tous les atouts pour se hisser au rang de leader européen de la Silver Economy.

## UNE STRATÉGIE CLAIRE

Damartex accélère le déploiement de son plan de transformation TTA 2.0\*, développe ses marques Home & Lifestyle et fait grandir son pôle le plus prometteur : Healthcare. En faisant de la RSE la colonne vertébrale du Groupe, nous orchestrons le changement d'échelle de Damartex, pour l'imposer sur le marché d'avenir par excellence : celui des 55+.

**15 à 20M€** d'investissement par an dans la transformation du Groupe et dans la croissance externe du pôle Healthcare.

# Une feuille de route ambitieuse

Cap sur la croissance profitable. Damartex accélère son plan de transformation TTA 2.0, articulé sur 5 axes stratégiques :

- 1** Modernisation des marques et de l'expérience client  
Objectif : atteindre un Net Promoter Score > 50 pour l'ensemble des marques (vs 27,2 en juin 21)
- 2** Digitalisation de notre activité  
Pour passer le cap des 150M€ réalisés en e-commerce dès 2022 (vs 138M€ en juin 21)
- 3** Développement de nouveaux marchés et équilibrage de notre portefeuille marques  
En accélérant la croissance des pôles Home & Lifestyle et en doublant le poids du pôle Healthcare.  
Objectif : CA 2022 > 200M€ (vs 209M€ en juin 21)
- 4** Flexibilisation de notre modèle  
En poursuivant nos investissements en supply chain et informatique.  
Objectif : Agility index > 6,90 (vs 7 en mars 2021)
- 5** RSE au cœur du projet  
Suppression des emballages plastiques à usage unique, 30% de réduction de l'empreinte carbone.  
Objectif : Gaïa index > 70% (vs 51% en 2020)

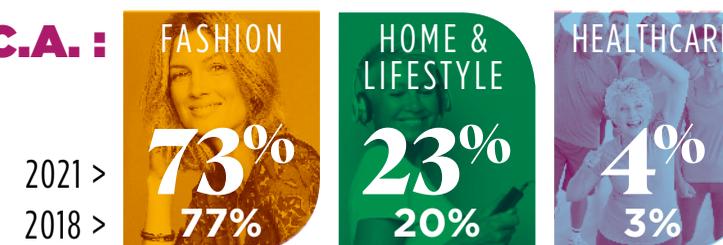
## Open-innovation

Seul on va vite, ensemble on va plus loin ! Damartex collabore avec les meilleurs centres de recherches, laboratoires, start-ups, industriels et marketplaces leaders pour développer un écosystème solide et résilient. Une logique d'open innovation pour relever les défis de la Silver Economy et inventer les solutions de demain.

## Great place to grow

Notre 1<sup>er</sup> capital ? L'humain ! Pour réussir et accélérer sa transformation, Damartex intègre de nouvelles générations de talents : data-scientists, experts en intelligence artificielle ou en RSE. Entreprise familiale, nous croyons au management bienveillant et innovant pour favoriser l'autonomie et l'épanouissement de nos collaborateurs. Formation, qualité de vie au travail, télétravail, aménagement d'espaces bien-être... Tout est mis en œuvre pour faire de Damartex une « great place to grow ».

C.A. :



\*Transform To Accelerate 2.0

## PÔLE fashion

### 3 MARQUES PUISSANTES :

**DAMART** - la marque patrimoniale et référente du confort, créée à Roubaix en 1953.

**AFIBEL** - la marque pionnière de la mode morphologique.

**XANDRES** - la marque de prêt à porter « luxe » abordable et responsable.

## Le marché en 3 points-clés :

**1<sup>er</sup> marché d'internet**, la mode représente 51% des produits achetés sur le web. 27% : c'est la progression du e-commerce et des marketplaces de prêt-à-porter en 2020, soit 2 fois plus vite qu'en 2019 (source Fevad). Les achats de vêtements sur internet représentent aujourd'hui 15% du volume (source Fevad).

**x4 : Aujourd'hui pleinement connectés**, les personnes de 50 à 60 ans dépensent 4 fois plus que les jeunes dans la mode, tandis que les 60 ans et plus dépensent environ trois fois plus. (source Euromonitor juin 2021).

**67% des consommateurs** déclarent vouloir acheter des vêtements éco-responsables (Selon EY Future Consumer Index), la mode fait sa révolution verte et prône l'inclusivité (mouvement body positive).

damartex  
FASHION

## Notre stratégie Fashion

L'innovation textile au service du confort et le prêt-à-porter « à valeur ajoutée » sont à l'origine du groupe Damartex, et constituent encore aujourd'hui son cœur de business. Cette singularité en termes de savoir-faire et d'offre permet au Groupe de résister au recul du marché. Pionnier des textiles santé et bien-être avec Damart, précurseur de la mode morphologique avec Afibel et du luxe abordable avec Xandres, Damartex performe sur tous les segments du marché 55+ en articulant sa stratégie Fashion sur 4 axes :

### 1 Brand power :

Patrimoniales, expertes ou pointues, nos 3 marques Fashion affirment leur singularité, leur mission, et leur positionnement unique sur le marché.

### 2 Image et style :

Réinventées, digitalisées, médiatisées, nos marques travaillent leur style « signature » et international, pleinement dans l'air du temps.

### 3 Expérience client :

Le phygital s'impose au cœur de nos modèles, pour une expérience client sans cesse renouvelée et une relation humaine renforcée.

### 4 Engagement :

Fortes de leur raison d'être singulière et différenciante, nos marques développent leur communauté sur des valeurs pérennes : qualité, style, durabilité, engagement sociétal et environnemental.

1 - Pôle Fashion

# Damart fait sa révolution



## DAMART

La marque née d'une innovation textile iconique - le Thermolactyl ! - s'affirme sur le territoire très prisé du confort en réinventant son style, son image et son modèle. Une révolution de marque à 360° accélérée par la crise du Covid, et qui porte ses fruits : boom des ventes en digital (+50%), retour à la croissance et développement à l'international.

### C.A. : 439M€

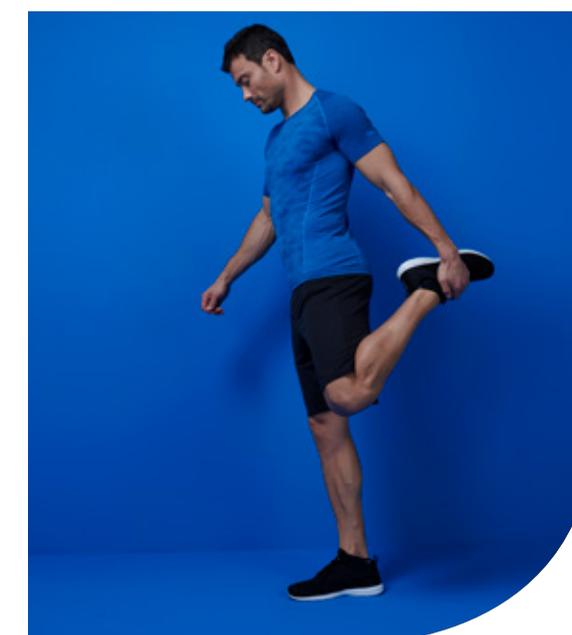
- **90% de notoriété et une nouvelle image en développement** : nouvelles plateformes de marque et de style
- **Retour dans les médias** : campagne TV, web, réseaux sociaux, relations presse & influence
- **Digitalisation du modèle** : ventes Web 20% du CA, expérience client omni-canal : déploiement du click & collect, call & collect, drive piéton, ...
- **Conquête de nouvelles clientes** avec une moyenne d'âge de 56 ans sur le web
- **Développement du réseau magasins en France et en Belgique** : 30 nouveaux magasins connectés d'ici 2025 (création et remodeling)
- **70% de l'offre Thermolactyl à base de fibres recyclées** et suppression des emballages plastiques à usage unique, upcycling des invendus, éco-conception des collections.



Capsule Damart x Modimalisme  
Upcycling des invendus



Damart Sport  
La vitrine tech de Damart



# Afibel

## Pionnier de la mode grande taille, se réinvente

Experte de la mode morphologique depuis plus de 60 ans, Afibel est une pépite discrète de la mode senior et grande taille. En perte de vitesse depuis plus de 10 ans, la marque fait sa révolution et relève le défi de se stabiliser au cœur de la crise. Elle se projette dans l'avenir en affirmant sa dimension de pionnière du mouvement « body positive », et en accélérant sa digitalisation.

### C.A. : 88M€

- **Nouvelle plateforme de marque et de style** pour inscrire la marque dans le mouvement "body positive".
- **Retour dans les médias** : campagne TV, web, réseaux sociaux, relations presse & influence
- **Digitalisation du modèle** : Afibel passe le cap des 10% de ventes e-commerce
- **Nouvelle expérience client** avec l'organisation de "Live shopping", campagne d'influence avec des Silver stars d'Instagram.



X A N D R E S  
B E L G I U M

## Le luxe abordable en pointe sur la mode durable

L'histoire de la maison de mode belge Xandres remonte à 1927. À l'époque, elle produisait des vêtements de travail sous le nom de Andries & Co. Depuis, la société a étendu son activité au prêt-à-porter haut de gamme à prix abordable. Très célèbre en Belgique, Xandres est synonyme de grande qualité, de confort et de design intemporel. Présente sur le web et en magasins, puissante sur les réseaux sociaux, Xandres opère sa révolution "verte" pour s'affirmer en marque de mode pointue et durable.



### C.A. : 21M€

- Un **approvisionnement durable**
- Des **emballages respectueux de l'environnement** et un circuit fermé.
- Un **modèle omni-canal** unique
- **Une internationalisation déjà en marche** avec un premier déploiement réussi au pays bas et une volonté affirmée de conquérir l'Allemagne

**damartex**  
HOME & LIFESTYLE

## Notre stratégie Home & Lifestyle

Sur un marché en expansion, Damartex développe 3 marques “solutions” dédiées à l'équipement de l'habitat et de la personne. Aujourd'hui en pleine transformation digitale et RSE, notre pôle Home & Lifestyle engage en 2022 un virage stratégique : concevoir et diffuser sa propre offre, pour affirmer sa singularité et conquérir des parts de marché. Une offre à forte valeur ajoutée, catalysant toute l'expertise du Groupe sur les seniors, plus que jamais férus de bricolage, jardinage, DIY... mais exigeant des produits spécialement conçus pour faciliter leur quotidien.

### 1 Maison – Jardin – Bien-être : une offre 100% Damartex

De sa conception à sa distribution, en passant par le pilotage de production et sa communication, jusqu'à sa distribution par 3Pagen, Coopers et Vitrine Magique sur leurs marchés respectifs.

### 2 Engagement RSE

Une expression optimale de notre savoir-faire, de notre engagement éthique et environnemental.

### 3 let life SHINÉ

L'adoption d'une plateforme de marque Home & Lifestyle, fondée sur l'optimisme, la proximité et le pragmatisme, faisant rayonner en Europe une signature commune aux 3 marques du pôle : Let life shine !

## Le marché en 3 points-clés :

**4 secteurs** en plein boom avec les effets de la crise Covid 19 : équipement de la maison, cuisine, jardinage et bien-être.

**+ de 9%** :  
la croissance programmée pour le marché de l'équipement de l'habitat en 2021 (source Xerfi)

**+ de 24Mds€** :  
c'est le poids estimé du marché de l'adaptation de l'habitat pour les seniors (source : Le Moniteur).

PÔLE

# home & lifestyle

### 3 MARQUES EN PLEIN ESSOR :

**3PAGEN** - Objets et accessoires astucieux pour équiper la maison.

**COOPERS OF STORTFORD** - Des solutions innovantes pour le bien-être.

**VITRINE MAGIQUE** - Les idées plaisir pour la maison : déco, équipements, cadeaux.

## 3Pagen, dédiée à la déco, l'équipement et l'adaptation de l'habitat des 55+



### 3 PAGEN

Basé en Allemagne à Alsdorf, 3Pagen est l'un des principaux acteurs de la vente à distance pour la cuisine, la décoration, la maison et le bien-être. Depuis sa création en 1954, l'histoire du succès de 3Pagen repose sur une offre d'articles pratiques avec un excellent rapport qualité-prix. 3Pagen s'impose aujourd'hui parmi les leaders de la VAD en Europe, en particulier auprès d'une clientèle 55+, sur un marché en plein essor : l'équipement de la maison et du jardin.

**C.A. : 77M€**

- Les produits de 3Pagen sont **commercialisés en Allemagne** (70% de son chiffre d'affaires) et en Autriche sous la marque "3Pagen", mais également en Europe de l'Est à travers "Magnet 3Pagen".
- **550 collaborateurs**
- **2,3 millions de clients** actifs
- **Une digitalisation** qui s'accélère : CA Web proche de 15M€
- **Eco-responsabilité** prise en compte dans le développement produit

## Coopers

OF STORTFORD

## Un art de vivre "so british" plébiscité par les 55+

L'entreprise fondée en 1995 par Neil Cooper commercialise des articles innovants pour le bien-être, les loisirs, la santé, la décoration ou la cuisine. L'enseigne a rejoint le groupe Damartex en 2013. Avec ses 160 collaborateurs et ses 1,4 million de clients au Royaume-Uni, Coopers réalise 60% de ses ventes via ses catalogues et son site web (35%). La marque dispose d'un magasin flagship de 2 300 m<sup>2</sup> à Bishops Stortford, au Nord-Est de Londres (5% des ventes).



**C.A. : 75M€**

- **La créativité au cœur de l'offre produit**
- **35% du CA en e-commerce** (en croissance de 55%)
- **Une dynamique de développement produit** qui s'inscrit dans l'éco-responsabilité
- **Agilité** au cœur du modèle et de l'organisation



## vitrine magique

Avec une offre de plus de 6 000 références en constant renouvellement, Vitrine Magique offre à ses clients 55+ une large gamme d'objets pour la cuisine, le jardin et la décoration. Créée par les Trois Suisses au début des années 70, Vitrine Magique s'est très vite imposée comme le leader français des "Grandes idées à petits prix". L'entreprise est aujourd'hui pilotée par les équipes de 3Pagen à Alsdorf et compte près d'un million de clients actifs en France.

**C.A. : 19M€**

- **Une offre pensée pour enchanter le quotidien des 55+** : des idées pour décorer et équiper toute la maison.

- **De bonnes affaires à petits prix**, des produits pour l'entretien et le rangement, pour les loisirs, le bien-être, des accessoires de cuisine...
- **La marque des idées cadeaux** pour Noël, les fêtes, et toutes les petites et grandes occasions

**damartex**  
HEALTHCARE

## Notre stratégie Healthcare

Né avec la marque Sédagyl, plateforme de solutions de confort dédiée au maintien à domicile des seniors, le pôle Healthcare de Damartex se déploie sur un marché en pleine expansion, via une politique ambitieuse de croissance externe. Après l'acquisition de Santéol, entreprise strasbourgeoise spécialisée dans la prise en charge des troubles respiratoires et apnées du sommeil, Damartex a intégré MSanté, entreprise normande spécialisée dans la nutrition et perfusion à domicile. En jouant la carte de la complémentarité entre ces 3 pépites de la Silver Economy, pour développer leur croissance sur l'ensemble de l'Hexagone, puis en Europe, Damartex vise le doublement de son pôle Healthcare d'ici 2025.

### 1 Amplification de la communication

de nos marques Healthcare vis à vis des prescripteurs clés du marché : les aidants, médecins de ville, hôpitaux, centres de soin...

### 2 Une ambition de couverture territoriale française

entre Santéol (Est de la France) et MSanté (Ouest de la France) pour composer une offre leader sur l'ensemble du territoire.

### 3 Doublement du pôle Healthcare

D'ici 2025, via le développement de nos marques et une stratégie de croissance externe ambitieuse.

## Le marché en 3 points-clés :

**50%** des dépenses de santé sont réalisées par les plus de 60 ans.

**92%** des plus de 75 ans vivent à domicile (France).

Un marché très porteur, avec un boom de **50%** des personnes dépendantes d'ici 2040.

PÔLE

# healthcare

### 3 MARQUES À HAUT POTENTIEL ET 2 SECTEURS CLÉS :

#### - Le Maintien à Domicile :

**SEDAGYL** - le confort à domicile des grands seniors.

#### - La Prestation de Santé à Domicile

**SANTÉOL** - l'expert des troubles respiratoires et apnées du sommeil.

**MSANTÉ** - le spécialiste perfusion-nutrition .

**Sedagyl, la marketplace du maintien à domicile, offre des solutions confort pour tous les grands seniors.**



**SEDAGYL®**  
Spécialiste de votre confort à domicile

Avec l'allongement de la durée de vie, le marché des grands seniors, cible prioritaire de Sédagyl, ne cesse de progresser. Spécialiste des produits et services favorisant l'équipement et l'autonomie des femmes et hommes du quatrième âge, Sédagyl propose aux personnes âgées et à leurs aidants un catalogue de produits adaptés : bien être, soin, santé, textile, chaussures et objets du quotidien.

**C.A. : 22M€**

- **Du site marchand à la marketplace** : Sédagyl devient la plateforme de solutions confort, leader dans le domaine du maintien à domicile
- **Une offre élargie** orientée confort, bien-être et santé
- **Conquête de nouveaux clients, notamment sur le digital**, à la conquête des aidants qui représentent en France **11 millions de personnes**.

**santéol**

## L'expert des troubles respiratoires

Fondée en 2005 à Strasbourg, l'entreprise Santéol est spécialisée dans la prise en charge de patients souffrants de troubles respiratoires chroniques ou aigus. Elle propose un accompagnement personnalisé de qualité, dédié au traitement des troubles respiratoires nocturnes du sommeil (apnée du sommeil) mais également des pathologies chroniques nécessitant la mise en place d'une oxygénothérapie voire de ventilation non invasive à domicile.



**C.A. : 8M€**

- Diagnostic, traitement et suivi de grande qualité
- Près de **50 collaborateurs** et **10 000 patients** suivis
- **Un développement qui s'accélère** sur l'ensemble du territoire français, avec l'acquisition d'Eden Médical en Ile de France.



**MSANTÉ**

## Le maillon-clé du soin à domicile, entre médecine de ville et hôpital

Damartex a acquis la société normande MSanté en juillet 2021. Cette dernière est née d'une volonté et d'un besoin de simplifier et optimiser l'accompagnement du patient dans des protocoles médicaux de plus en plus complexes, qui font intervenir différents interlocuteurs. Prestataire de santé à domicile (PSAD), spécialisée dans la perfusion et la nutrition, MSanté est reconnue par les principaux hôpitaux de l'ouest de la France. Son équipe, composée principalement d'infirmiers et de nutritionnistes, innove en créant du lien entre Ville et Hôpital, facilitant l'organisation des soins à domicile et la communication autour du patient.

**C.A. : 1,5M€**

- **3 agences** situées à Caen, Nantes et Rennes.
- Elle coordonne la mise en place des soins auprès de plus de **2 000 patients** à domicile.
- Aujourd'hui intégrée au groupe Damartex, MSanté programme l'accélération de son développement sur l'ensemble du territoire français via le développement de son réseau et la **création de synergies gagnantes** au sein du Groupe, notamment avec la marque Santéol, spécialiste de l'assistance respiratoire à domicile.

# Change our world

Dans un contexte mouvant, marqué par l'urgence climatique et l'accroissement des inégalités sociales, Damartex accélère son plan de transformation pour réaliser sa mission en prenant soin de la planète et de l'Humain, partout où le Groupe est implanté. Convaincus que le business et le développement durable sont indissociables, nous plaçons la RSE au coeur de notre nouveau modèle, à travers le programme.

**TÉLÉCHARGER  
LE RAPPORT  
RSE >>**



## Changer pour notre planète

**2022**

**Zéro emballage plastique** à usage unique, **25% de notre offre** passée au prisme de l'éco-responsabilité, **30% de réduction** de notre empreinte carbone

**2030**

**100% de notre offre éco-responsable**, neutralité carbone



## Changer pour plus d'éthique

**2022**

**80% de nos produits** issus d'usines auditées

**2030**

**100% de nos produits** issus d'usines auditées et **100% de nos collaborateurs** engagés dans la RSE



## Changer pour plus de solidarité entre les générations

**2022**

**100 projets financés** par la Fondation On Seniors' Side

**2030**

faire du Groupe et de sa fondation un **acteur référent de l'inclusion des seniors.**



ON SENIORS'SIDE

160 Boulevard de Fourmies, 59100 Roubaix - FRANCE

