DAMARTEX, ACTEUR MAJEUR DE LA SILVER ECONOMY EN EUROPE

_SEPTEMBRE 2023

damartex GROUP

ON SENIORS'SIDE

damartex.com

SOM-MAIRE

04_ Lettre aux actionnaires

06_ Damartex en chiffres

08_ Notre modèle « On Seniors'Side »

09_ Nos 3 verticales métiers

12_ Le nouveau plan stratégique « Dare Act Impact »

26_ Les chiffres financiers

ACTEUR 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 partenaire apporteur 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 de 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, en Europe. Présent dans 9 pays dans le monde, il compte parmi ses principaux marchés la France, la Grande-Bretagne, la Belgique et l'Allemagne.

www.damartex.com

LETTRE AUX ACTIONNAIRES

DARE ACT IMPACT NOW !

“Après 5 ans de profondes mutations, Damartex est en ordre de marche pour accélérer et performer. Ce nouveau chapitre de l'histoire du Groupe s'ouvre.”

Patrick Seghin,
CEO du Groupe Damartex

Damartex est aujourd'hui en ordre de marche pour mettre en œuvre le nouveau chapitre de sa stratégie.

La transformation n'est jamais finie… « Transform is the new normal », Damartex poursuit sa mue et lance, après le « Transform to Accelerate », son nouveau plan stratégique « Dare.Act.Impact.2026 ».

Damartex est un jeune groupe, fort de 70 ans d'histoire et d'innovation, structurée autour d'un ADN familial qui lui confère des valeurs fortes et une vision à long terme. Notre stratégie claire et notre business model solide nous valent la confiance de l'ensemble de nos actionnaires et de nos partenaires financiers pour traverser les turbulences conjoncturelles. Ces 5 dernières années, comme tous les acteurs de la distribution, nous avons dû faire face à une succession inédite de crises : le mouvement des gilets jaunes en France, le Brexit en Grande Bretagne, la pandémie mondiale du Covid-19, la guerre en Ukraine, le retour de l'inflation et le recul de la consommation.

Plutôt que de les subir, nous avons fait de chacune de ces crises une opportunité d'accélérer nos mutations. Moderniser l'image de nos marques, réinventer l'expérience client, diversifier nos activités, repenser notre organisation ainsi que nos modes de fonctionnement, et réduire notre empreinte carbone.

Nous avons ainsi concrétisé notre plan stratégique « Transform to Accelerate 2.0 » et maintenu le rythme de nos transformations. En 4 ans, nous avons augmenté notre chiffre d'affaires e-commerce de près de 50% en développant de nouvelles plateformes et des partenariats structurants avec de grandes marketplaces, nous avons poursuivi le déploiement de notre réseau de magasins connectés et repensé notre expérience client en mode omnicanal.
Fait majeur, nous avons réalisé 8 acquisitions en France et créé une 3ème verticale métier – la santé – complémentaire de nos pôles Textile et Maison. Ce pôle santé (Healthcare) enregistre aujourd'hui une croissance à deux chiffres (+14%), et atteint une taille critique pour s'affirmer en levier de performance stratégique du Groupe.
La responsabilité sociétale de Damartex s'est également affirmée grâce à la création de notre fondation On Seniors' Side qui a soutenu plus de 90 projets en Europe.

Enfin, ayant renégocié nos financements cet été, nous réunissons aujourd'hui les conditions pour concrétiser notre ambition : faire de Damartex un groupe rentable et pérenne, une référence européenne de la Silver Economy, en pointe pour relever l'un des défis sociétaux majeurs du 21ème siècle, le « bien vieillir».

DARE. ACT. IMPACT : UN NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE POUR LES 3 ANNÉES À VENIR

“Priorité à l'audace, pour développer notre force d'innovation et oser prendre les décisions qui font bouger les lignes.”

Après 5 ans de profondes mutations, Damartex est en ordre de marche pour écrire le nouveau chapitre de son histoire. Ce nouveau plan stratégique est intitulé
« Dare. Act. Impact. 2026 ».

DARE : Priorité à l'audace, pour développer notre force d'innovation, oser faire des choix différents et prendre les décisions qui font bouger les lignes.

ACT : Place à une culture renforcée où l'action, individuelle et collective, accompagne la prise de recul, pour toujours plus d'agilité, créatrice de valeur ajoutée.

IMPACT : Enfin, pleins feux sur notre engagement à produire des résultats et générer de l'impact positif auprès de toutes nos parties prenantes.

Ce plan structurera les étapes de notre développement sur les trois années à venir en s'appuyant sur 4 grands axes complémentaires :

1. Delivering financial performance :
Dans ce cadre, nous avons fait le choix de mettre en vente l'activité *Afibel* pour concentrer nos efforts et investissements sur un nombre plus limité de marques. L'accent sur le retour à la rentabilité sera essentiel dans la première année du plan via notamment un plan d'économies (Rightsizing) qui génèrera 10 millions d'euros de saving's par an. En optant pour de nouveaux modèles en circuits courts, en créant de nouvelles synergies gagnantes au sein du Groupe, en intégrant les révolutions technologiques majeures comme l'Intelligence Artificielle à nos processus, nous gagnerons en performances et en compétitivité.
Objectif : 40 M€ d'EBITDA en 2026 et un endettement diminué de 40%.

2. Innovative Brand Expérience :
sur nos 3 verticales métiers, nous développerons l'image et l'influence de nos marques en continuant à investir dans une expérience client-patient résolument omnicanale. Innovation produits, innovations d'usages en partenariat avec des startups de notre écosystème, digitalisation et utilisation optimale de la data : notre obsession sera de proposer des expériences qui apportent une réelle valeur ajoutée à nos clients et à nos patients. Ce sera particulièrement vrai sur le pôle santé où nous avons la conviction qu'une proposition de valeur réellement à l'écoute des patients va nous permettre une croissance significative.
Objectif : NPS > 50

3. Change our world : La Responsabilité Sociétale des Entreprise (RSE) est essentielle, elle doit être au cœur du modèle des entreprises. Cette conviction profonde, partagée avec nos 3 200 collaborateurs structure l'évolution de notre chaîne de valeur pour faire de Damartex un Groupe à impact positif sur le plan humain et environnemental pour toutes nos parties prenantes : nos clients-patients, nos actionnaires, nos collaborateurs, la planète.
Objectif : Diminution de l'empreinte Carbone de 25% par rapport à 2019

4. Shared leadership : Qu'il s'agisse d'inter-générationnel ou d'expertise, de nos modes de fonctionnement ou de nos prises de décisions, confiance, partage et responsabilité seront nos maîtres mots pour orchestrer et développer nos équipes, nourrir nos talents actuels et futurs. : Penser global, agir local : ce principe, cher à notre ADN, se renforcera et guidera notre organisation, construite sur une autonomie affirmée de nos business units, autour d'un Comex soudé. Ensemble, nous traçons la voie d'un leadership différent, plus conscient et partagé au service de notre Raison d'Etre « On Seniors' Side ».
Objectif : Taux d'engagement > 75%

Nous le savons, les crises sont devenues notre quotidien. Dans ce contexte durablement volatil, l'exécution de notre nouvelle feuille de route se fera dans le maintien de l'agilité et de la gestion fine de notre trésorerie. Si l'environnement est mouvant, nous avons la chance de construire notre stratégie sur un marché d'avenir par excellence, ancré dans une réalité démographique. Les seniors sont et seront plus que jamais au cœur de nos enjeux sociétaux, qu'ils concernent le travail, la santé ou les loisirs.

Au-delà de notre vision client-patient, notre responsabilité et notre volonté sont de construire un environnement de travail riche de sens pour chacun de nos 3 200 collaborateurs, acteurs-clés du changement. « Dare. Act. Impact. 2026 » est avant tout un plan d'investissement dans notre premier capital, l'Humain, pour faire de Damartex un Groupe pérenne, utile, à notre société et à notre planète, et engagé « On Seniors' Side », à la fois pionnier et référent de la Silver Economy.

Patrick Seghin,
CEO du Groupe Damartex

DAMARTEX EN CHIFFRES

650 M€
de C.A.

-0.9 M€
EBITDA

3 200
collaborateurs en Europe

-17.3 M€
de ROC

81,9 M€
d'endettement financier net

9
pays de commercialisation

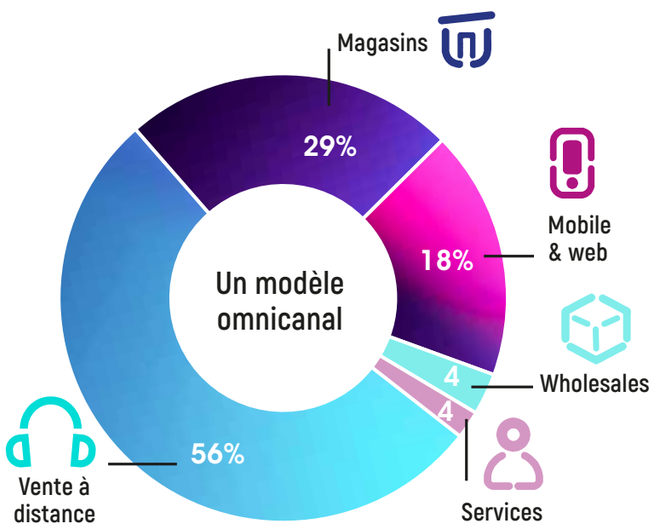
8 millions
de clients

3 verticales métiers :

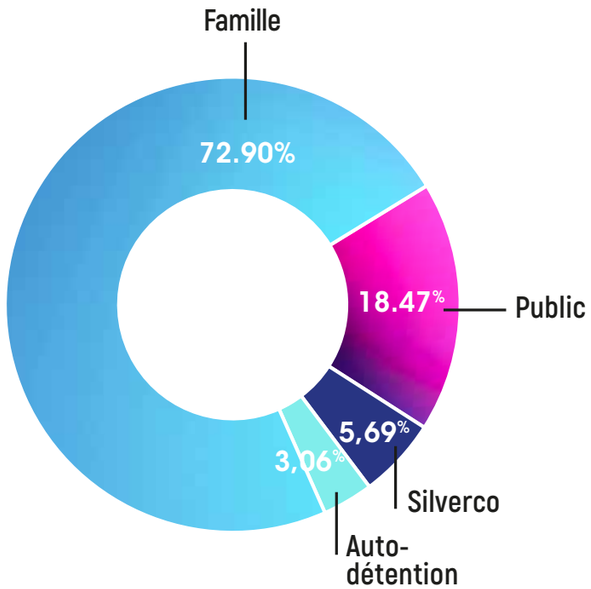
damartex FASHION — **77 %** du C.A.

damartex HOME & LIFESTYLE — **17 %** du C.A.

damartex HEALTHCARE — **6 %** du C.A.



Un actionnariat majoritairement familial



UN GROUPE ENGAGÉ

Une Fondation
On Seniors'side

Réduction de
25%
de l'empreinte carbone d'ici 2026

LA SILVER ECONOMIE, UN MARCHÉ D'AVENIR

3%
c'est le rythme de croissance annuelle du marché de la Silver economy, qui pèsera 109 milliards d'euros d'ici 2026.

Source : Xerfi.

WE ARE ON SENIORS'SIDE

Plus qu'une signature, notre « core purpose » est notre manifeste : porteur de sens pour Damartex, c'est un générateur de valeur, de confiance et de croissance pour chacune de nos marques.

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. Pour cela, notre Groupe reverse 1% de ses profits à la Fondation. Depuis sa création, elle a participé au financement et à l'accompagnement de 90 projets dans 5 pays.

NOS ATOUTS POUR RÉUSSIR, NOS CONVICTIONS POUR L'AVENIR

“Damartex dispose d'une longueur d'avance - 70 ans ! - et d'une expertise unique sur le marché d'avenir par excellence : celui des seniors.
En plaçant l'innovation au service du confort et de la santé au cœur de sa Vision, le Groupe reste fidèle à ses fondamentaux pour développer une stratégie solide fondée sur 3 pôles complémentaires : textile, maison et santé. Dans l'avenir, le défi sociétal sera d'accompagner le « bien vieillir » à domicile : avec son nouveau plan " Dare. Act. Impact. 2026 ", Damartex s'y prépare pour compter parmi les acteurs majeurs du « care » et de la Silver Economy. J'ai toute confiance en l'équipe dirigeante et remercie l'ensemble des collaborateurs du Groupe qui se mobilisent au quotidien et font preuve d'un engagement sans faille, au service de cette belle ambition collective.”

Jean Guillaume Despature
Président du Conseil de Surveillance

“Damartex se prépare pour compter parmi les acteurs majeurs du « care » et de la Silver Economy.”

DES FONDATIONS SOLIDES POUR ÉCRIRE L'AVENIR :

- **Un ADN entrepreneurial et familial,** avec des valeurs fortes : innovation, résilience et esprit d'équipe.
- **Une expertise unique sur un marché d'avenir :** Les plus de 60 ans devraient générer plus de 60% de la hausse de consommation à horizon 2030.
- **ON SENIORS ' SIDE :** Une raison d'être génératrice de valeur, de confiance et de croissance pour chacune de nos marques.
- **La vision long terme et la confiance d'un actionnariat** engagé pour la réussite du Groupe.

DES CONVICTIONS FORTES :

- **L'expérience client-patient,** à réinventer et challenger sans cesse, est la clé de notre singularité et de nos performances. Data is power !
- **La RSE, au cœur de notre business model,** doit être le pivot et le prisme de nos mutations
- **Co-construire notre futur avec des startups et partenaires structurants** en mode gagnant-gagnant est essentiel pour accélérer notre développement international
- **C'est notre capital humain qui fait et fera la différence** dans un contexte mouvant, où la crise est devenue «the new normal».

DES AVANCÉES MAJEURES, DAMARTEX EST PRÊT À ACCÉLÉRER ET PERFORMER :

- **Une révolution d'image** pour nos marques avec plus de 8 millions d'euros investis dans les campagnes médias et un NPS de 37,2 en 2023
- **Une transformation digitale** avec un CA e-commerce plus que doublé en moins de 4 ans
- **La création d'une nouvelle verticale métier, le pôle HEALTHCARE,** répondant à l'enjeu majeur du "bien vieillir" : fruit de 8 acquisitions, il a atteint une taille critique et affiche une croissance exponentielle de + de 14%.
- **L'accélération de nos engagements RSE « Change Our World ».**

3 VERTICALES MÉTIERS

Damartex, un modèle solide fondé sur 3 pôles métiers complémentaires, au service d'un marché d'avenir : la silver economy

Fort d'une expertise de 70 ans sur le marché des seniors et d'un modèle pérenne articulé sur 3 pôles métiers et 9 marques puissantes, Damartex se développe sur un marché d'avenir, structurellement en croissance. Chaine de valeur intégrée, indépendance financière, capacités d'investissement consolidées en 2023 : Damartex réunit tous les atouts pour accélérer sa mutation et se hisser au rang de référence sur le marché européen de la Silver Economy.

9 marques fortes dédiées à la Silver Economy structurées au sein de 3 pôles complémentaires

UN MODÈLE INTÉGRÉ

Des synergies opérationnelles fortes

1 laboratoire R&D

3 studios photos axés digital

1 unité industrielle

20 plateformes web & 169 magasins

5 centres logistiques en Europe

7 centres d'appel

damartex FASHION

Innovation textile · confort · inclusivité · luxe abordable

damartex HOME & LIFESTYLE

Décoration · Jardin · vie pratique · bien-être

damartex HEALTHCARE

Maintien à domicile · santé connectée · prestation de santé à domicile

DAMART

La marque patrimoniale et référente du confort, chef de file de l'innovation textile depuis 1953.

CA : 403 millions d'euros

Damart célèbre 70 ans d'innovations textiles ! Depuis 1953, la marque iconique revendique son savoir-faire patrimonial, son ancrage territorial et ne cesse d'évoluer et de se transformer.
Nouvelle image, nouveau style, la révolution de la marque porte ses fruits avec des collections plus durables, des magasins connectés et un succès grandissant sur le web. Damart est aujourd'hui reconnue comme une référence européenne du confort, pour le grand public comme pour les professionnels.

Afibel

La marque pionnière de la mode morphologique.

CA : 63 millions d'euros

Depuis 1954, Afibel est la marque utile au service de la beauté de toutes les femmes. En pleine transformation digitale et RSE, Afibel se réinvente de A à L en capitalisant sur ses atouts – l'expertise morphologique, la qualité, la justesse des coupes, et l'excellence de la relation client. La marque s'affirme en pionnière d'une mode Body Positive qui célèbre la beauté et la personnalité des femmes. De toutes les femmes ! Grâce à son équipe de stylistes-modélistes intégrée, Afibel propose une mode inclusive, du 36 au 62, conçue dans les Hauts-de-France et produite majoritairement en France et en Europe.

XANDRES

La marque de prêt à porter "luxe abordable et responsable".

CA : 32 millions d'euros

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 Andres & Co. Depuis, la société a étendu son activité au prêt-à-porter haut de gamme à prix abordable. Très connue en Belgique eet en développement en Allemagne, 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.

COOPERS OF STORTFORD

Traditionnal service, great value and fantastic ideas.

CA : 51 millions d'euros

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 of Stortford réalise l'essentiel de ses ventes via ses catalogues (75%) et son site web (20%) et dispose d'un vaste flagship de 2 300 m2 à Bishops Stortford (Nord-Est de Londres).

3PAGEN

Les bons plans déco, cuisine et bien-être.

CA : 49 millions d'euros

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.

VITRINE magique

Une mine d'idées cadeaux à (s') offrir.

CA : 11 millions d'euros

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 3 Suisses au début des années 70, Vitrine Magique est aujourd'hui pilotée par les équipes de 3Pagen à Alsdorf et compte près d'un million de clients actifs en France.

almadia

Le maintien à domicile.

CA : 22 millions d'euros

Les sociétés Sedagyl et Médical Santé, spécialistes du maintien à domicile et du matériel médical depuis plus de 20 ans, se sont associées sous un nouveau nom : Almadia. Permettre à une personne convalescente, âgée ou handicapée, de continuer à vivre chez elle dans son environnement familier, avec ses souvenirs, ses repères et ses habitudes de vie est la mission quotidienne des équipes Almadia. Ainsi, l'entreprise propose un accompagnement à forte valeur ajoutée et des gammes de produits adaptées au maintien à domicile.

santéol

La prestation de santé à domicile (PSAD) respiratoire

CA : 15 millions d'euros

Fondée en 2005 à Strasbourg, Santéol emploie 120 personnes. Spécialisée dans la prise en charge de patients souffrants de troubles respiratoires chroniques ou aigus, Santéol propose un accompagnement personnalisé de qualité, dédié notamment à l'apnée du sommeil et aux des pathologies chroniques nécessitants la mise en place d'une oxygénothérapie, voire de ventilation non invasive à domicile.

MSANTÉ

La prestation de santé à domicile (PSAD) perfusion/nutrition

CA : 3 millions d'euros

Acquise en juillet 2021, Msanté est née d'une volonté 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.

DARE ACT IMPACT 2026

Après 5 ans de profondes mutations, Damartex inaugure un nouveau chapitre de son histoire, en lançant son nouveau plan stratégique intitulé **« Dare. Act. Impact. 2026 ».** Construit sur 4 axes complémentaires, il guidera, durant 3 ans, toutes les prises de décisions des équipes pour permettre au Groupe de performer, d'innover sans cesse dans l'expérience client/patient omnicanale.

Ambition : faire de Damartex un Groupe rentable, pérenne, utile. Utile à notre société et à notre planète, engagé «On Seniors' Side», à la fois pionnier et référent de la Silver Economy.

Nos 4 axes stratégiques :

_1 DELIVERING FINANCIAL PERFORMANCE

_2 INNOVATIVE BRAND EXPERIENCE

_3 CHANGE OUR WORLD

_4 SHARED LEADERSHIP

AXE 1

DELIVERING FINANCIAL PERFORMANCE

L'accent sur le retour à la rentabilité sera essentiel dans la première année du plan via notamment un plan d'économies (Rightsizing) qui génèrera 9 millions d'euros de saving's par an.
En optant pour de nouveaux modèles d'optimisation de la Supply Chain, en créant de nouvelles synergies gagnantes au sein du Groupe, en intégrant les révolutions technologiques majeures comme l'Intelligence Artificielle à nos processus, nous gagnerons en performance et en compétitivité.
Dans ce cadre, nous avons fait le choix de mettre en vente l'activité Afibel pour concentrer nos efforts et investissements sur un nombre plus limité de marques.

+35%

DE GAIN DE PRODUCTIVITÉ

L'IA générative révolutionne les performances des entreprises et de leurs collaborateurs. Grâce aux outils d'intelligence artificielle, le gain de productivité atteint entre 14 et 35%* selon l'expérience et la qualification des équipes. A la clé : une révolution dans l'expérience client et collaborateur.

*Source : Etude de l'université de Stanford et du Massachusetts Institute of Technology (MIT). Avril 2023.

NOTRE AMBITION 2026 :

40 M€

d'EBITDA en 2026
et un endettement diminué de 40%.

NOTRE STRATÉGIE :

1. **Repenser nos modèles d'approvisionnement** et désaisonnaliser notre offre pour une meilleure gestion de nos stocks

2. **Optimiser notre marge opérationnelle** en développant de nouvelles synergies au sein des 3 pôles métiers, et en réduisant nos coûts fixes.

3. **Optimiser et rationaliser notre portefeuille de marque :** l'accent sur le retour à la rentabilité sera prioritaire avec notamment un plan d'économies (rightsizing) qui génèrera 9 M€ de saving's/an.

4. **Intégrer au cœur de notre organisation les ruptures technologiques** comme l'Intelligence Artificielle à nos processus, miser sur l'automatisation des tâches techniques et répétitives pour concentrer nos efforts sur la création de valeur ajoutée.

AXE 2

INNOVATIVE BRAND EXPERIENCE

Personnalisation, Intégrité, Attentes, Temps & Effort, Résolution et Empathie : sur les 6 piliers qui définissent l'expérience client-patient, nous ambitionnons de hisser chacune de nos marques en référence sur son marché, par l'innovation et l'expertise. Sur nos 3 verticales métiers, nous développerons l'image et l'influence de nos marques en challengeant sans cesse l'expérience client-patient omnicanale. Innovation produits, innovations d'usages en partenariat avec des startups de notre écosystème, digitalisation et utilisation optimale de la data : notre obsession sera de proposer des expériences qui apportent une réelle valeur ajoutée aux utilisateurs.

80%

L'expérience utilisateur proposée par l'entreprise est aussi importante que ses produits et ses services pour 80% des clients interrogés par l'étude Salesforce 2023.

NOTRE AMBITION 2026 :

50

NPS > à 50

Piloter un portefeuille resserré autour de 8 marques puissantes et influentes, capables de conquérir chaque année, près de 2 millions de nouveaux clients pour Damartex. **Proposer une expérience clients/patients innovante** et sans cesse challengée, qui nous permettra **d'atteindre un Net Promoter Score de 50** et de poursuivre la montée en puissance de notre CA digital.

NOTRE STRATÉGIE :

1. **Accélérer l'hybridation de notre business model** avec un fort développement des marketplaces mondiales : en 2026, ces dernières concentreront 60 à 70% de l'e-commerce
2. **Réalité augmentée, IA, Big data…** Intégrer les nouvelles technologies à nos process et contenus multi-supports et notamment vidéo. Créer de la valeur et de la singularité en upgradant sans cesse notre expérience client-patient, et collaborateur
3. **Développer un parcours santé connecté** via une collaboration étroite avec les startups de notre écosystème, pour accélérer le développement de nos solutions « Bien vieillir à domicile »
4. **Piloter notre relation clients par la data,** afin de répondre finement aux besoins de nos clients : personnalisation de l'offre, modèle de gestion prédictif.
5. **Doubler la force commerciale de notre Pôle Healthcare** pour accompagner sa croissance rapide.

AXE 3

CHANGE OUR WORLD

La responsabilité RSE n'est pas accessoire, elle doit être au coeur du modèle des entreprises. Cette conviction profonde, partagée avec nos 3 200 collaborateurs et toutes nos parties prenantes, structure l'évolution de toute notre chaîne de valeurs pour faire de Damartex un Groupe à impact positif sur le plan humain et environnemental. Au-delà du business, notre raison d'être "On Seniors' Side" et notre fondation éponyme positionneront le Groupe au coeur des débats sociétaux.

+ DE 20%

D'ici 2026, plus de 20% des expériences commerciales afficheront de manière proactive des informations sur la durabilité des produits ou services et des options de livraison. La performance extra-financière est devenue une donnée capitale, moteur de la performance globale de l'entreprise.

(Source : Magazine Stratégie - juillet 2023)

NOTRE AMBITION 2026 :

-25%

d'empreinte carbone versus 2019 et passer d'un index Gaia de 57 à 70.

NOTRE STRATÉGIE :

1. Construire une communauté d'ambassadeurs "Change our world" : 3 200 talents formés et engagés aux enjeux RSE, pour vivre et partager au quotidien cette nouvelle culture d'entreprise.

2. Poursuivre nos engagements en faveur de la commercialisation de produits plus durables et responsables.
Objectif : 80% de nos produits vendus issus d'usines auditées d'ici 2026.

3. Mesurer nos performances extra-financières et communiquer de manière transparente, sur tous nos canaux, en déroulant les preuves de nos engagements.

4. Maintenir les critères RSE à la rémunération de nos cadres dirigeants (top management).

AXE 4

SHARED LEADERSHIP

Pour nourrir nos talents et mobiliser le coeur de notre intelligence collective. Le Leadership partagé, un vrai choix pour plus de sens, performance et impact.
Qu'il s'agisse d'inter-générationnel ou d'expertise, de nos modes de fonctionnement ou de nos prises de décisions, confiance, partage et responsabilité seront nos maîtres mots pour orchestrer, développer nos équipes et nourrir nos talents actuels et futurs. Penser global, agir local : ce principe, cher à notre ADN, se renforcera et guidera notre organisation, construite sur une autonomie affirmée de nos business units, autour d'un Comex expérimenté.
Promouvoir le capital Humain de l'entreprise par une promotion de la diversité et de l'égalité.

56%

des millenials refuseraient une collaboration en raison de valeurs divergentes (source Deloitte, Millenials, Survey 2019), une tendance installée avant la crise covid et en croissance constante.

NOTRE AMBITION 2026 :

+75%

le taux d'engagement des équipes.

Incarner curiosité, inclusion et diversité, vecteurs de valeur ajoutée, en faisant le choix de **recruter 20% de nos talents** provenant d'éco-systèmes différents (eg. start-up, domaines d'activités, profils, ...). **Accélérer notre impact sociétal en doublant le nombre de projets soutenu par la fondation «On Seniors' Side».**

NOTRE STRATÉGIE :

1. Vivre pleinement l'expérience collaborateur. Cultiver confiance et curiosité comme un catalyseur pour grandir et performer, individuellement et collectivement, dans un environnement exigeant et safe où donner le meilleur de soi est une évidence.

2. Renforcer notre organisation décentralisée construite sur l'autonomie de nos business units, soutenue par un COMEX expérimenté, soudé et ouvert.

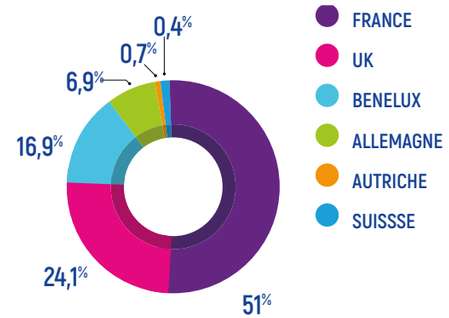
3. Recruter sur l'attitude, former à l'aptitude : attitude, source d'enthousiasme et de détermination ; aptitude, compétences taillées pour le succès. Ensemble, elles poussent vers l'excellence.

4. Nourrir notre culture pour aller plus loin : pousser la transparence et donner du sens, parler « vrai » pour se poser les bonnes questions, oser des choix audacieux pour incarner nos convictions et savoir gérer nos paradoxes pour naviguer sereinement à travers l'incertitude qui devient « the new normal ».

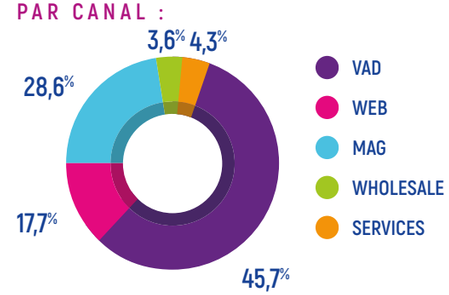
LES CHIFFRES FINANCIERS

DÉCOMPOSITION
du chiffre d'affaires

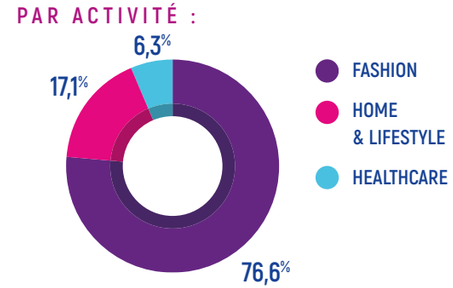
PAR PAYS :



PAR CANAL :



PAR ACTIVITÉ :



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

EBITDA

RÉSULTAT NET

DARE ACT IMPACT 2026

_SEPTEMBRE 2023

damartex GROUP

ON SENIORS'SIDE

160 Boulevard de Fourmies, 59100 Roubaix - FRANCE

damartex.com

Conception : Agence Mot Compte Double / Photos ©Damartex, ©Istock,