



**DAMARTEX,
ACTEUR MAJEUR
DE LA SILVER
ECONOMY
EN EUROPE**

_SEPTEMBRE 2024



ON SENIORS'SIDE

SOM- MAIRE

- 04_** Lettre aux actionnaires
- 06_** Damartex en chiffres
- 08_** Notre Modèle « On Seniors' Side »
- 12_** Nos 3 verticales métiers
- 16_** Le plan stratégique
« Dare. Act. Impact »
- 22_** Les chiffres financiers

ACTEUR MAJEUR DE LA SILVER ECONOMY EN EUROPE

Le groupe Damartex est une ETI innovante fédérant 8 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 sur base d'une culture forte, dans laquelle l'écoute et le respect des clients / patients sont des éléments essentiels : quotidiennement, les marques de Damartex sont en relation avec plus de 40 000 clients-patients.

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

LETTRE AUX ACTIONNAIRES



DARE ACT IMPACT NOW !

“
Damartex vient d'écrire et de réussir le chapitre 1 de son plan de transformation
”

**Patrick Seghin,
CEO du Groupe Damartex**

L'année 23/24 a vu la mise en œuvre d'une discipline de gestion qui porte ses fruits.

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 (la pandémie mondiale du Covid-19, la guerre en Ukraine, le retour de l'inflation, 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.

Face à cet environnement et une situation financière difficile fin juin 2023, nous avons défini un nouveau plan stratégique (Dare.Act.Impact 2026) et nous venons de déployer le chapitre 1 en 2024. Grâce à l'engagement, le professionnalisme et la créativité des équipes, nous avons stabilisé le Groupe et assuré notre avenir : la rentabilité et la trésorerie opérationnelle sont en nette amélioration, la cession d'Afibel et des actifs immobiliers est en phase avec nos ambitions, la structure de coûts fixes est nettement plus faible.

Nous avons ainsi concrétisé les piliers de notre plan stratégique :

- **DARE** : nous avons osé les arbitrages difficiles qui permettent d'aborder l'avenir avec ambition et sérénité ; c'est ainsi que nous avons fait des choix forts de réduction de coûts tout en préservant les investissements commerciaux dans les secteurs à forte croissance comme la PSAD (Santéol & MSanté) ou le luxe abordable (Xandres).
- **ACT** : ces décisions se sont traduites en actions concrètes comme le recrutement de nouveaux commerciaux, la revente d'actifs immobiliers, ...
- **IMPACT** : chez Damartex, nous sommes convaincus que la performance n'a de sens que si elle a un impact positif sur toutes les parties prenantes. C'est ainsi que, malgré l'environnement d'incertitude, nous avons maintenu nos investissements sur toutes les dimensions qui contribuent à rendre Damartex plus responsable.

Cette capacité à « dire ce que l'on va faire et faire ce que l'on a dit » a renforcé la confiance de nos actionnaires et nos partenaires bancaires.

“
Damartex aborde le chapitre 2
de son plan stratégique avec
confiance et enthousiasme.
”

Patrick Seghin,
CEO du Groupe Damartex

La discipline de gestion nous a permis de bien progresser sur l'axe 1 - Delivering Financial Performance : c'était l'accent majeur du chapitre 1 de notre feuille de route.

Dans le chapitre 2 qui commence, cette discipline reste au coeur mais les inflexions majeures se situent dans les 3 autres axes :

- Innovative Brand Experience
- Change our World
- Shared Leadership

DARE ACT IMPACT 2026

Dare. Act. Impact. 2026 Le plan Stratégique Damartex

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.



DAMARTEX EN CHIFFRES

€
529,2 M€
de C.A.

🔍
9,6 M€
d'EBITDA

👥
2 500
collaborateurs en Europe

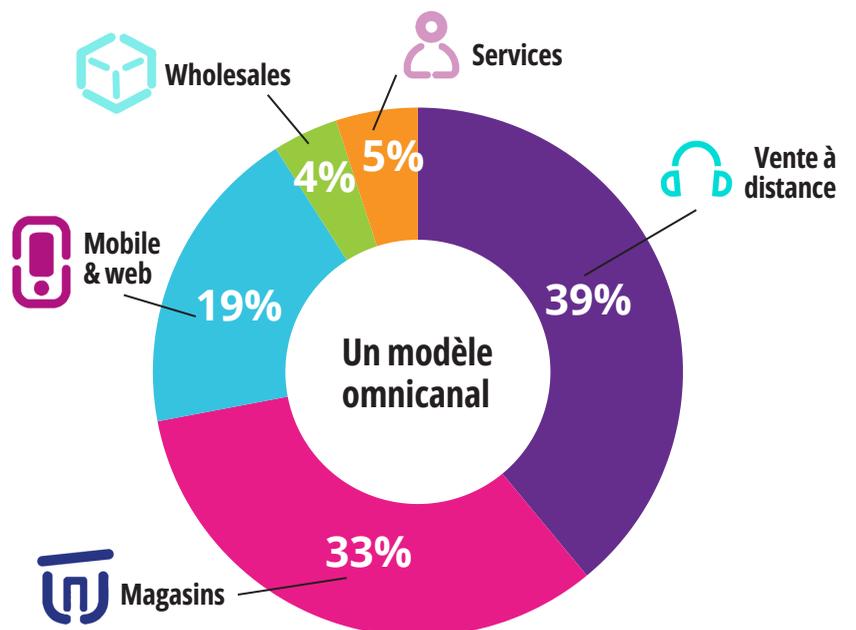
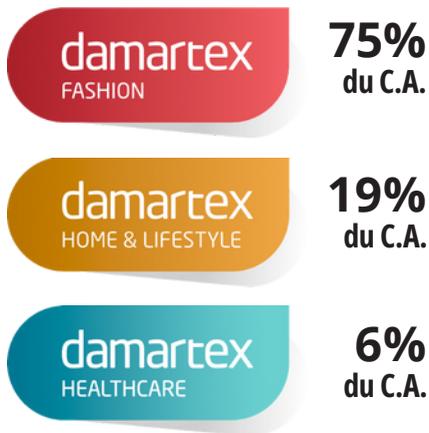
€ ↻
-1,5 M€
de ROC

⚖️
104,7 M€
d'endettement financier net

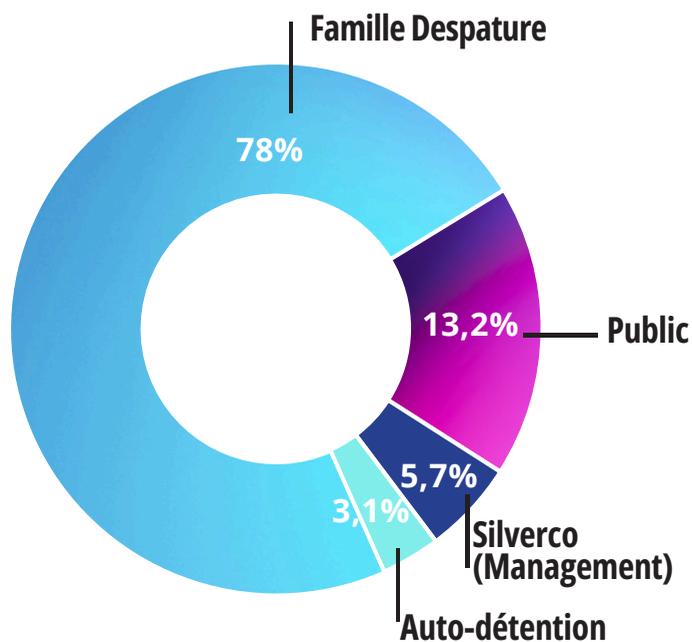
🌐
9 pays
de commercialisation

👤❤️
7,5 millions
de clients

3 verticales métiers :



Un actionnariat majoritairement familial



UN GROUPE ENGAGÉ

Une Fondation



Réduction de

25%

de l'empreinte carbone d'ici 2026



LA SILVER ECONOMY, UN MARCHÉ D'AVENIR

Les Seniors sont ceux qui ont le moins sacrifié leurs achats textiles ces dernières années.

(source : Kantar)

Sur les secteurs MAD et PSAD du marché français de la santé, les remboursements de l'assurance maladie sont en croissance annuelle de 4,35% sur les 5 dernières années.

(source : Fédépsad)





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.
La Fondation vient de fêter ses 5 ans d'existence et a participé au financement et à l'accompagnement de plus de 120 projets dans 5 pays depuis sa création.

NOS ATOUTS POUR RÉUSSIR, NOS CONVICTIONS POUR L'AVENIR



“
Damartex continue de se réinventer et de profiter du potentiel significatif de la Silver Economy.

Jean Guillaume Despature
Président du Conseil de Surveillance

”

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.

Dès aujourd'hui, le défi sociétal est d'accompagner le « bien vieillir » à domicile : après avoir implémenté avec succès son plan stratégique “Dare. Act. Impact. 2026”, Damartex va poursuivre avec la mise en œuvre du chapitre 2 pour continuer à solidifier ses business model. Il reste ainsi engagé 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.

DES FONDATIONS SOLIDES POUR ÉCRIRE L'AVENIR :

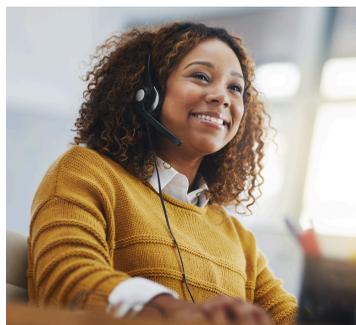
- **Un ADN entrepreneurial et familial**, avec des valeurs fortes : innovation, résilience et esprit d'équipe.
- **Une expertise unique sur un marché d'avenir**, les plus de 60 ans devraient générer plus de 60% de la hausse de consommation à horizon 2030.
- **ON SENIORS' SIDE**, une raison d'être génératrice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

DES CONVICTIONS FORTES :

- **L'expérience clients-patients**, 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 start-ups 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 48 en 2024.
- **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 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 8 marques puissantes, Damartex se développe sur un marché d'avenir, structurellement en croissance. Chaîne de valeur intégrée, indépendance financière, capacité d'investissement consolidée 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.

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



Innovation textile • confort • inclusivité • luxe abordable



Décoration • jardin • vie pratique • bien-être



Maintien à domicile • santé connectée • prestation de santé à domicile

UN MODÈLE INTÉGRÉ

Des synergies opérationnelles fortes



1 laboratoire R&D



3 studios photos axés digital



1 unité industrielle



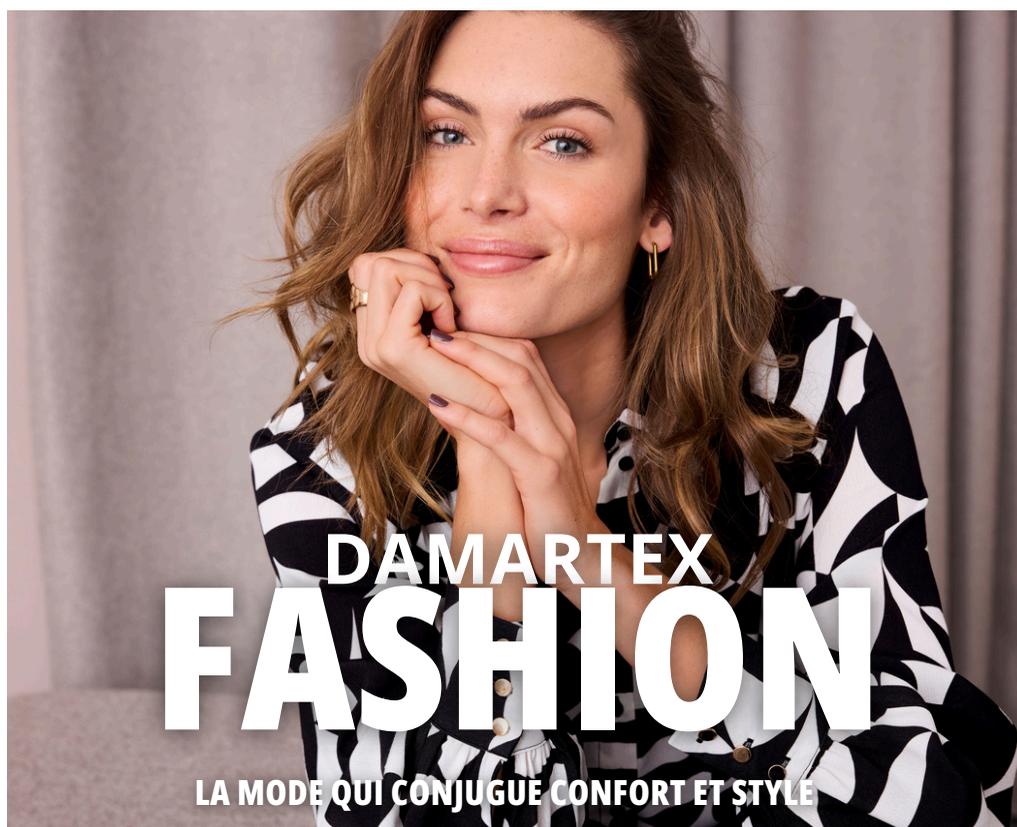
13 plateformes web & 169 magasins



3 centres logistiques en Europe



5 centres d'appel



DAMART

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

CA : 362 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.



XANDRES

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

CA : 34 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 et 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.



3PAGEN

pfiffig ! praktisch ! preiswert !

Les bons plans déco, cuisine et bien-être.

CA : 47 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.

COOPERS OF STORTFORD

Des trouvailles pour la maison.

CA : 41 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 une centaine de collaborateurs et ses 1,4 million de clients au Royaume-Uni, Coopers of Stortford réalise l'essentiel de ses ventes via ses catalogues (62%) et son site web (37%) et dispose d'un flagship de 400 m² à Bishops Stortford (Nord-Est de Londres).

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.



Le maintien à domicile.

CA : 14 millions d'euros

Permettre à une personne convalescente, âgée ou handicapée, de continuer à vivre chez elle dans son environnement familial, 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. Parmi celles-ci, les gammes les plus importantes sont les lits médicalisés, les produits d'incontinence et les solutions de mobilité.



La prestation de santé à domicile (PSAD) respiratoire

CA : 17 millions d'euros

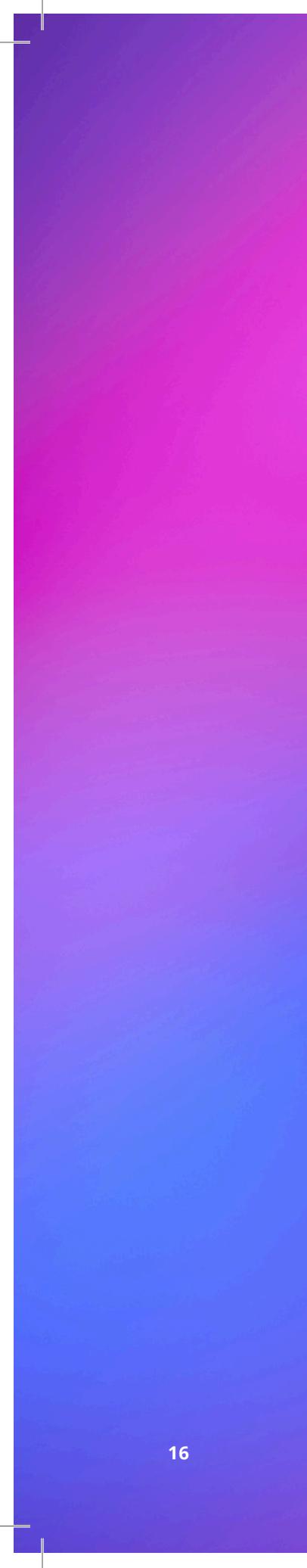
Fondée en 2005 à Strasbourg, Santéol emploie 120 personnes. Spécialisée dans la prise en charge de patients souffrants de troubles respiratoires chroniques ou aigus, Santéol propose un accompagnement personnalisé de qualité, dédié notamment à l'apnée du sommeil et aux des pathologies chroniques nécessitant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



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), spécialisé 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 poursuit la mise en oeuvre de son nouveau plan stratégique intitulé « **Dare. Act. Impact. 2026** ».

Construit sur 4 axes complémentaires, il guidera jusqu'en 2026, toutes les prises de décisions des équipes pour permettre au Groupe de performer, d'innover sans cesse dans l'expérience clients-patients 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**



Delivering Financial Performance



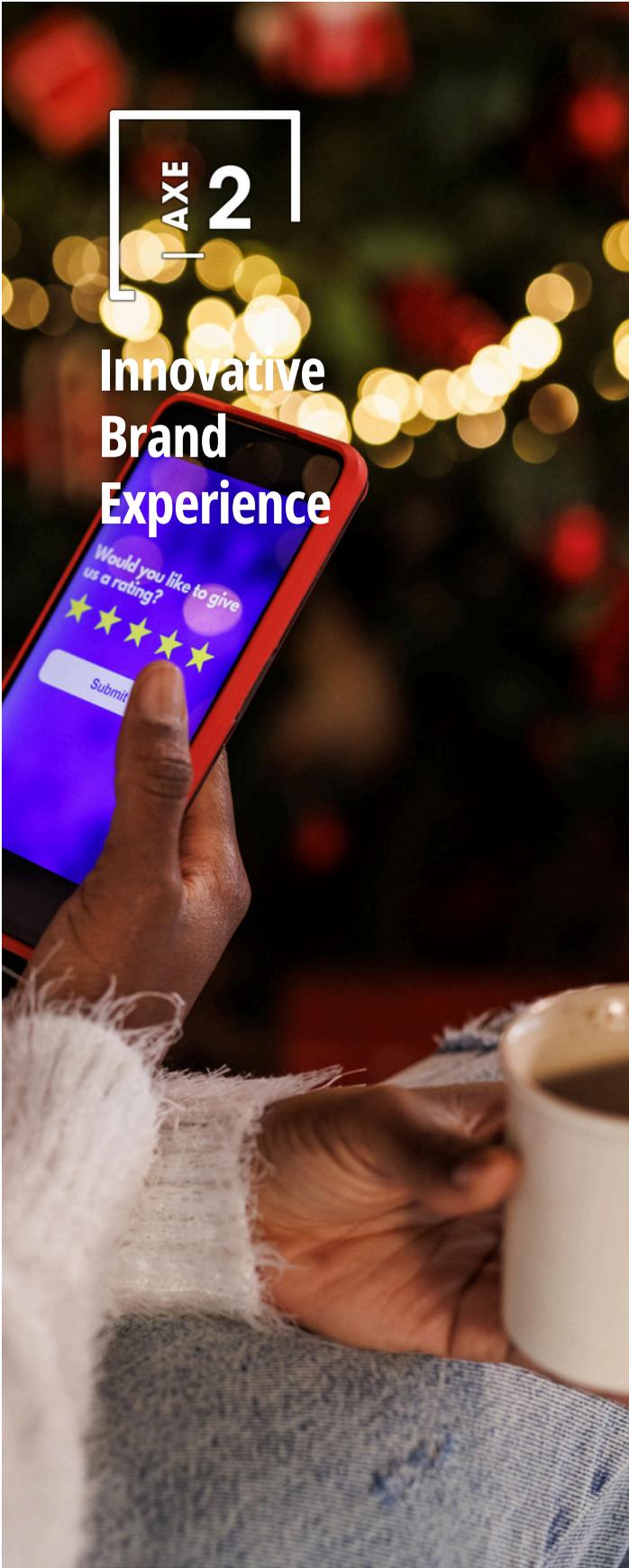
L'accent sur le retour à la rentabilité a été essentielle dans le chapitre 1 du plan, via notamment un plan de restructuration.

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 gagnons en performance et en compétitivité.

Dans ce cadre, nous avons vendu l'activité Afibel pour concentrer nos efforts et investissements sur un nombre plus limité de marques.

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 marques**, l'accent sur le retour à la rentabilité est prioritaire.
- 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 clients-patients, 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 clients-patients 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.

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 clients-patients, et collaborateur.
- 3. Développer un parcours santé connecté** via une collaboration étroite avec les start-ups 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.

Change Our World

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) n'est pas accessoire, elle doit être au cœur du modèle des entreprises.

Cette conviction profonde, partagée avec nos 2 500 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 cœur des débats sociétaux.

NOTRE STRATÉGIE :

- 1. Construire une communauté d'ambassadeurs "Change our World",** 2 500 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. Lier les critères RSE à la rémunération de nos cadres dirigeants (top management).**



AXE 4

Shared Leadership

Pour nourrir nos talents et mobiliser le cœur de notre intelligence collective, le “shared leadership” est un vrai choix pour plus de sens, performance et impact.

Qu’il s’agisse d’intergénérationnel ou d’expertise, de nos modes de fonctionnements 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.

NOTRE STRATÉGIE :

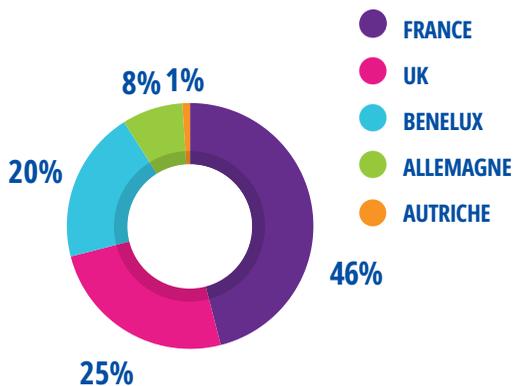
- 1. Vivre pleinement l’expérience collaborateur :** Cultiver confiance et curiosité comme un catalyseur pour grandir et performer, individuellement et collectivement, dans un environnement exigeant et sécurisant où donner le meilleur de soi est une évidence.
- 2. Renforcer notre organisation décentralisée 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 ».



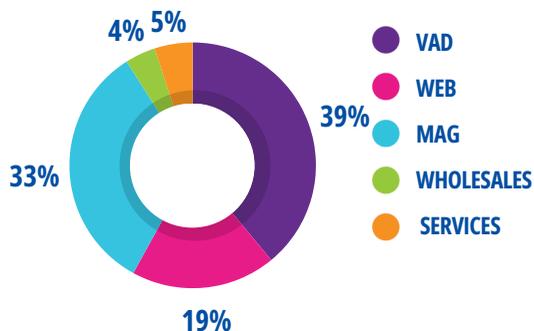
LES CHIFFRES FINANCIERS

CHIFFRE D'AFFAIRES

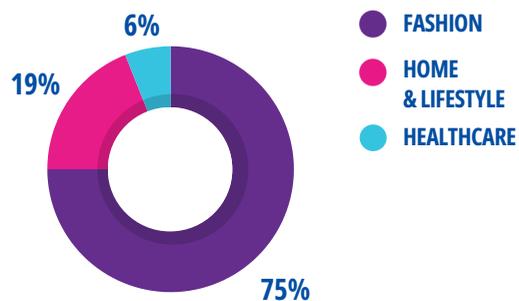
PAR PAYS :



PAR CANAL :



PAR ACTIVITÉ :



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

2021-2022	-0,4%	-2,7 M€
2022-2023	-1,8%	-10,6 M€
2023-2024	-0,3%	-1,5 M€

% DU CA

EBITDA

2021-2022	1,2%	8,9 M€
2022-2023	0,7%	4,4 M€
2023-2024	1,8%	9,6 M€

% DU CA

RÉSULTAT NET

2021-2022	-0,52€	-5,8 M€
2022-2023	-2,92€	-32,6 M€
2023-2024	-3,12€	-36 M€*

BÉNÉFICE PAR ACTION

*impact revente Afibel



DARE ACT IMPACT 2026

_SEPTEMBRE 2024



ON SENIORS' SIDE

www.damartex.com