

SEPTEMBRE 2025

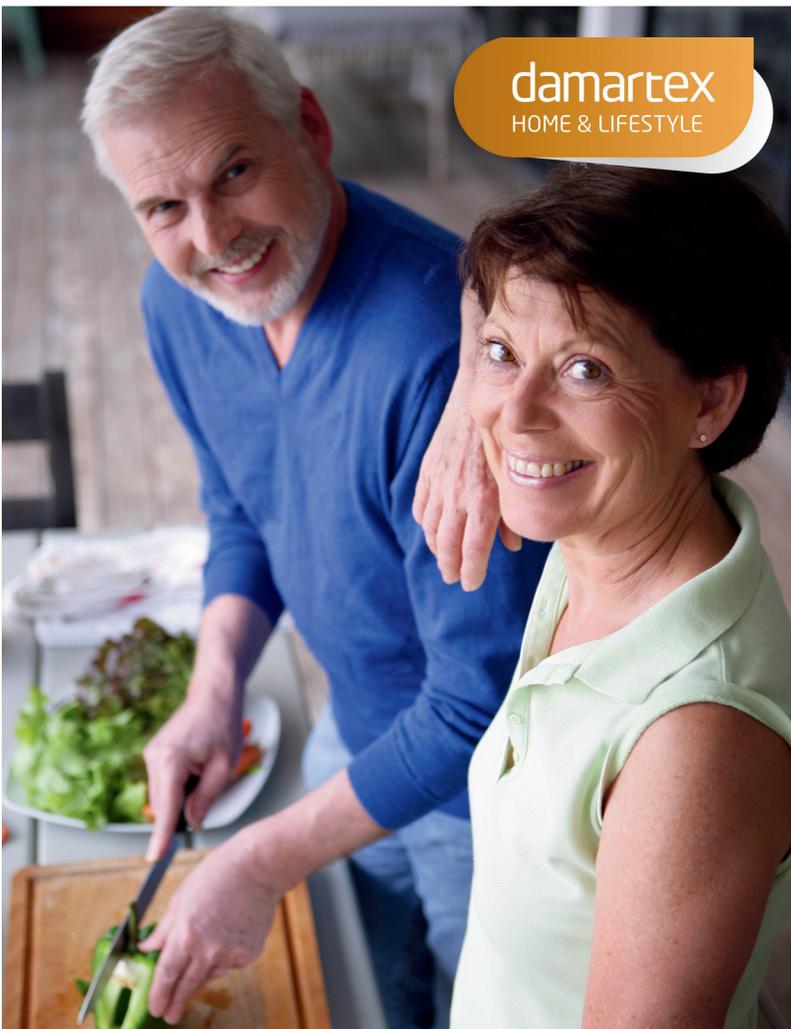
damartex  
GROUP

ON SENIORS'SIDE

damartex  
FASHION

damartex  
HOME & LIFESTYLE

damartex  
HEALTHCARE





# On Seniors' Side

## SOMMAIRE

- 04\_ Edito
- 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, entreprise de taille intermédiaire à l'ADN familial et entrepreneurial, fédère 8 marques fortes, structurées en 3 pôles complémentaires :  
Fashion - Home & Lifestyle - Healthcare.

Engagé « On seniors' Side », Damartex se positionne en partenaire apporteur de solutions pour accompagner le « bien vieillir » des 55+.

Sa mission : offrir à ses clients le meilleur du progrès, de la mode, de l'équipement de la maison et des solutions de santé qui facilitent ou embellissent le quotidien.

Fondé autour de Damart, marque emblématique née en 1953 d'une innovation - l'iconique Thermolactyl – Damartex incarne une dynamique forte, portée par des valeurs fortes : écoute, respect et proximité.

Chaque jour, les marques de Damartex sont en contact avec plus de 40 000 clients-patients, illustrant bien cette relation de confiance et de proximité.

Présent dans 9 pays, le groupe est solidement implanté en France, en Grande-Bretagne, en Belgique et en Allemagne, ses marchés principaux.

## EDITO



“ Ces premiers mois m’ont permis de mesurer toute la passion, l’engagement et la capacité d’adaptation qui caractérisent le Groupe. ”

**Nicolas Marchand,**  
**CEO du Groupe Damartex**

**Au cours de cette année 24/25, nous avons réussi à stabiliser l’activité. Nous devons aller plus loin pour dégager une rentabilité plus significative.**

Après quelques mois au sein du Groupe, j’ai découvert une entreprise d’une très grande richesse et d’une diversité remarquable. Une diversité d’abord géographique, mais aussi une grande variété de métiers et d’activités. J’ai été frappé par la coexistence de business extrêmement matures et d’autres plus récents, ainsi que par la complémentarité entre des canaux historiques, comme la vente par correspondance, et des canaux résolument modernes, notamment le digital.

Au-delà des structures, ce qui m’a le plus marqué, c’est le fort sens du client qui anime les équipes : une véritable expertise, un attachement profond aux marques, et surtout un engagement sincère envers le client ou le patient. J’ai ressenti une réelle envie de réussir collectivement, malgré un contexte incertain et des enjeux de performance importants.

Mon premier bilan, c’est que l’entreprise se trouve aujourd’hui à un véritable carrefour. Après plusieurs années consécutives de décroissance du chiffre d’affaires et une rentabilité sous forte pression, nous avons enfin réussi à stabiliser l’activité et à améliorer légèrement la rentabilité.

Cette stabilisation est une première étape importante, mais elle ne suffit pas : il nous faudra désormais aller plus loin et dégager une rentabilité plus significative. Cela passera par une capacité à tirer davantage de profit de chacune des business units, en capitalisant sur la consolidation de l’existant et en optimisant nos leviers de performance.

Ce premier bilan est donc à la fois encourageant et lucide : nous avons amorcé une dynamique positive, mais il reste encore un chemin ambitieux à parcourir pour assurer une croissance durable et profitable.

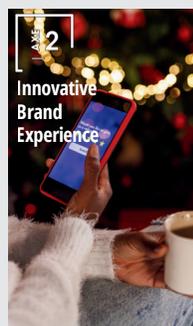
# DARE ACT IMPACT 2026

## 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.



Je trouve cette approche à la fois structurée et très pertinente. Elle répond parfaitement aux enjeux actuels : renforcer notre solidité financière, développer des marques capables d'innover et de s'adapter aux attentes du marché, promouvoir un leadership partagé pour mobiliser les équipes, et affirmer notre engagement sociétal.

Sur chacun des axes, nous pouvons être fiers des actions entreprises. Toutes portent Damartex vers un avenir ambitieux et porteur de sens.

L'avenir de Damartex reposera sur sa capacité à accélérer cette dynamique et à capitaliser pleinement sur ses forces :

- Son positionnement clair «on senior side», qui répond à un besoin sociétal majeur : le bien vieillir. La population des seniors continue de croître en Europe, offrant des opportunités significatives, tant pour les produits (mode, home & lifestyle) que pour les services (santé).
- La force et la singularité de ses marques, que le Groupe a commencé à renforcer et qu'il continuera à développer, pour proposer des offres toujours plus différenciantes et innovantes.
- Sa capacité d'innovation, intégrée dans son plan stratégique, qui permettra d'adapter en permanence les produits et services aux attentes des clients tout en renforçant la performance.
- Son engagement sociétal, qui se matérialise par la réduction de son empreinte environnementale, le développement de l'éco-conception et le soutien à de nombreux projets responsables.

Ainsi, Damartex a tous les atouts pour devenir, dans les prochaines années, le leader européen du bien vieillir, à la fois performant, responsable et profondément humain.

# DAMARTEX EN CHIFFRES



**521,2 M€**  
de C.A.



**15,8 M€**  
d'EBITDA  
soit 3% du CA



**2 500**  
collaborateurs en Europe



**2,1 M€**  
de ROC  
soit 0,4% du CA



**119,6 M€**  
d'endettement financier net



**7,5 millions**  
de clients

## 3 verticales métiers



**75%**  
du C.A.



Magasin  
45%



Mail Order  
29%



Web  
20%



Wholesales  
5%



**19%**  
du C.A.



Mail Order  
71%



Web  
25%



Wholesales  
3%



**6%**  
du C.A.



Services  
77%



Wholesales  
13%

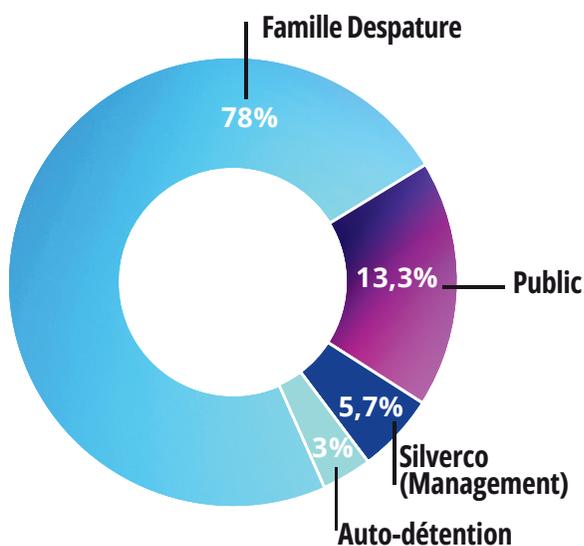


Magasin  
5%



Web  
5%

## Un actionnariat majoritairement familial



## UN GROUPE ENGAGÉ

### Fondation



**146** projets financés en 6 ans

pour un montant de **740 000 €**

**80 000** bénéficiaires

**135** collaborateurs engagés

### NPS clients

**51**



### Engagement des salariés

taux d'engagement

**72%**



**50%**

taux de participation à l'enquête

### Politique RSE

**13%**

réduction de l'empreinte carbone vs 2020

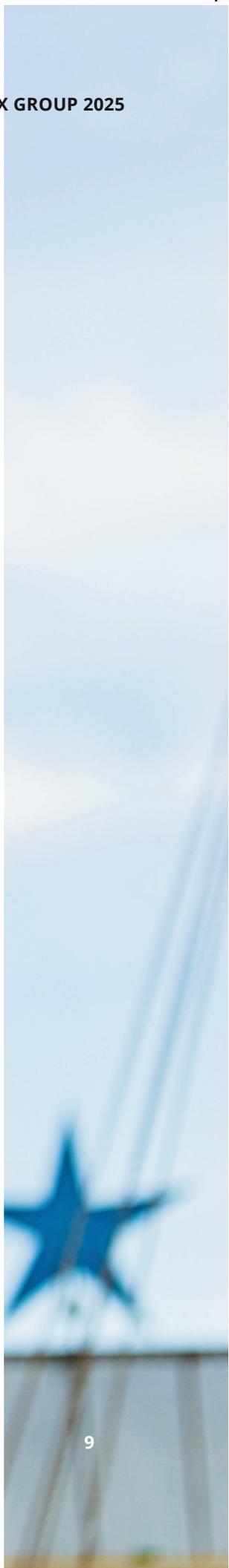
produits issus d'usines auditées

**65%**

**15%**

produits plus respectueux de l'environnement





# 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.

## 2026 : ANNEE DE TRANSITION



“  
**Damartex, une entreprise en mouvement, fidèle à ses racines et tournée vers l'avenir.**”

**Jean Guillaume Despature**  
Président du Conseil de Surveillance

Depuis plus de 70 ans, Damartex cultive une longueur d'avance et une expertise unique sur un marché en pleine expansion : celui des Seniors.

En plaçant l'innovation au service du bien-être et de la santé, le Groupe a su bâtir une stratégie solide autour de trois métiers complémentaires : le textile, l'équipement de la maison et la santé. Cette vision, profondément ancrée dans ses fondamentaux, continue d'inspirer son développement.

Aujourd'hui, alors que le défi sociétal du « bien vieillir » à domicile s'impose avec force, Damartex réaffirme son engagement à travers le plan stratégique “Dare. Act. Impact. 2026”, qui a permis de faire évoluer ses modèles d'affaire pour répondre aux enjeux de la Silver Economy.

Dans ce contexte, une nouvelle étape s'ouvre avec l'arrivée de Nicolas Marchand à la tête du Groupe. Ce moment de transition est aussi une opportunité : celle de consolider les acquis, d'insuffler une nouvelle dynamique et de poursuivre avec ambition notre mission au service du « care ».

Je tiens à exprimer toute ma confiance à Nicolas et son équipe, et à remercier chaleureusement l'ensemble des collaborateurs du Groupe pour leur mobilisation quotidienne et leur engagement sans faille. C'est grâce à eux que Damartex continue d'écrire son histoire, avec audace et responsabilité.



## 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 AVANÇÉES 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 MÉTIERES

## 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 : 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



3 centres d'appel



## DAMART

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

CA : 353 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 : 36 millions d'euros

Depuis plus de cinquante ans, Xandres incarne le raffinement à la belge. Née au cœur de la Flandre, cette maison de mode s'est imposée comme une référence incontournable pour les femmes en quête d'une élégance discrète, intemporelle et affirmée. Marque emblématique du prêt-à-porter haut de gamme, Xandres cultive un style sobre et sophistiqué adapté à toutes les morphologies.

À travers une démarche de production responsable et des choix de matières plus durables, la marque conjugue créativité, qualité et conscience.

Très connue en Belgique par sa présence sur le web et en magasins et sa puissance sur les réseaux sociaux, Xandres enclenche sa conquête internationale par le développement aux Pays-Bas.



## 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.

## COOPERS OF STORTFORD

---

**Des trouvailles pour la maison.**

CA : 43 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 m<sup>2</sup> 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 dans les 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 : 9 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 : 18 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 6 ans de profondes mutations, Damartex poursuit la mise en oeuvre de son plan stratégique intitulé « **Dare. Act. Impact. 2026** ».

Construit sur 4 axes complémentaires, il guide 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 et engagé. 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

Le retour à la rentabilité est au coeur de nos plans d'actions. Malgré un environnement macroéconomique défavorable (inflation, hausse des prix de l'énergie et coûts de nos matières premières, ...) nous réussissons à stabiliser le chiffre d'affaires.

Damartex maintient le pilotage rigoureux de chaque activité, de ses coûts et la gestion pro-active de la trésorerie.

Quelques exemples :  
l'optimisation des investissements marketing et le contrôle des campagnes de promotion, la fermeture de l'activité VAD d'Almadia, le pilotage mensuel des budgets & de la trésorerie, la montée en puissance de l'IA (gain de productivité), l'optimisation des frais de structure (revente de bâtiments, suppression de positions hiérarchiques), la réduction de la largeur de l'assortiment,....

## NOTRE STRATÉGIE

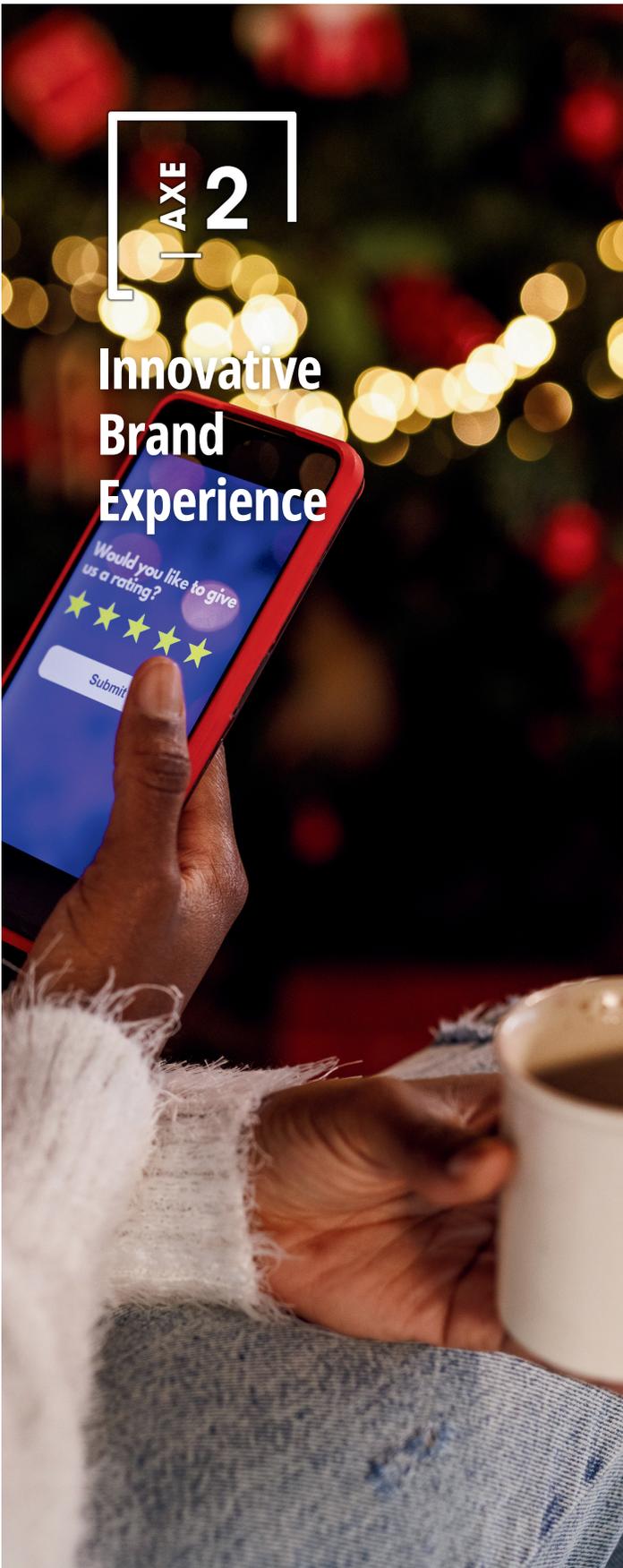
**1. Repenser nos modèles d'approvisionnement** et désaisonnaliser notre offre pour une meilleure gestion de nos stocks.

**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

Compréhension, confiance, bienveillance, respect et empathie : ces piliers structurent notre vision de l'expérience clients-patients.

Nous voulons hisser chacune de nos marques au rang de référence sur son marché, en combinant innovation, expertise et proximité.

Sur nos trois verticales métiers, nous renforçons sans cesse l'image et l'influence de nos marques en repensant l'expérience omnicanale : un parcours fluide, humain et différenciant, à la hauteur des attentes de nos clients et patients.

Notre obsession est de contribuer au bien vivre chaque jour :

- par l'innovation produit et l'éco-conception,
- par la compréhension fine des besoins et usages
- par la proximité et la sensibilité de nos équipes.

Notre ambition est claire : devenir le compagnon de référence de nos clients et patients, en leur apportant confort, autonomie et confiance, tout au long de leur de vie.

## 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.



AXE 3

## Change Our World

Le groupe a engagé une transformation profonde de ses modèles en intégrant les principes de l'économie circulaire : développement de services de réparation et conseil d'entretien des vêtements pour prolonger leur durée de vie, réutilisation des chutes de coupe thermolactyl, développement de la seconde main chez Xandres, ...

Des plans d'action autour du climat et de l'éco-conception ont également été menés. La culture RSE a été renforcée en interne et la gouvernance RSE consolidée.

Pour 2026, l'ambition RSE sera de structurer, accélérer, transformer : c'est à dire intégrer pleinement la RSE dans la stratégie d'entreprise, en la reliant aux enjeux business et aux décisions stratégiques.

## 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 révéler le meilleur de chacun et renforcer notre collectif, nous affirmons en 2025 notre volonté de conjuguer engagement humain et performance durable.

Le « shared leadership » qui nous est si cher, reste plus que jamais notre boussole : pour donner du sens, impulser la confiance et nourrir l'impact de nos actions, aujourd'hui comme demain.

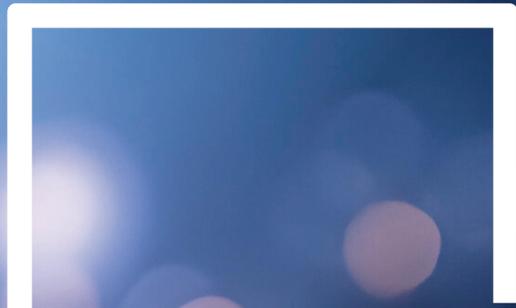
Notre conviction est claire : c'est en cultivant l'audace, la diversité des parcours et l'enrichissement intergénérationnel au sein de nos équipes que nous consolidons notre intelligence collective.

Responsabilité, transparence et exigence bienveillante guident notre manière d'animer nos équipes et d'accompagner nos talents, dans un environnement qui encourage l'apprentissage continu et l'innovation.

Plus que jamais, chez Damartex, nous faisons le pari que c'est en donnant le meilleur de soi, ensemble, que nous construisons l'avenir, que ce soit nous, pour nos clients et patients, pour la planète, ou pour nos partenaires.

## NOTRE STRATÉGIE

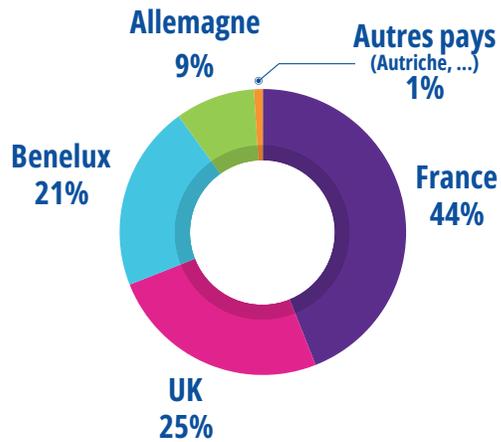
- 1. Vivre pleinement l'expérience collaborateur :** Cultiver confiance et curiosité comme un catalyseur pour grandir et performer, individuellement et collectivement, dans un environnement exigeant et sécurisant où donner le meilleur de soi est une évidence.
- 2. Renforcer notre organisation décentralisée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



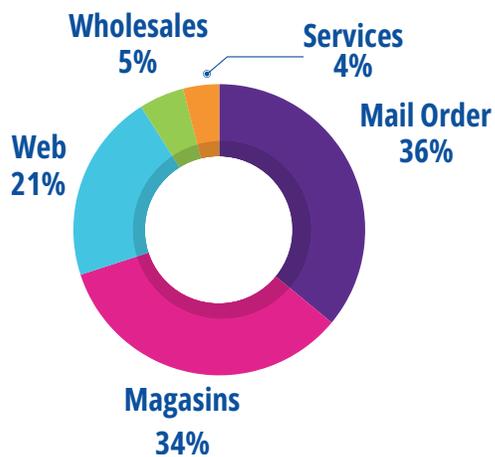
# LES CHIFFRES FINANCIERS

## CHIFFRE D'AFFAIRES

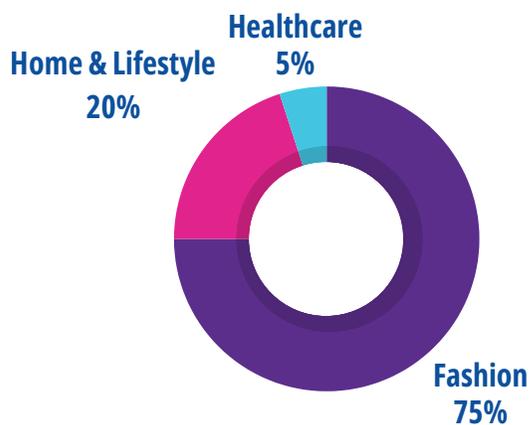
### PAR PAYS :



### PAR CANAL :



### PAR ACTIVITÉ :



## RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

2022-2023	-1,8%	-10,6 M€
2023-2024	0,2%	1 M€
2024-2025	0,4%	2,1 M€
	% DU CA	

## RÉSULTAT NET

2022-2023	-3,12 €	-35,8 M€
2023-2024	-3,12 €	-35 M€
2024-2025	-1,57 €	-17,6 M€
	BÉNÉFICE PAR ACTION	

# DARE ACT IMPACT 2026



ON SENIORS' SIDE



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

\_SEPTEMBRE 2025