



**RAPPORT RSE
2025**



SOMMAIRE

INTRODUCTION. LE MOT DU PRÉSIDENT	3
01. LE GROUPE HOME HERITAGE	4
01. Les valeurs, les activités et les implantations	
02. Le modèle d'affaires	
03. La vision et la stratégie	
02. NOTRE DÉMARCHE RSE	9
01. L'approche et la méthodologie	
02. La gouvernance et l'articulation de la stratégie RSE	
03. L'amélioration continue	
03. LES ÉQUIPES	18
01. La santé, la sécurité et le bien-être au travail	
02. L'inclusion et la diversité	
03. La sauvegarde et la transmission des savoir-faire	
04. LES PRODUITS	32
01. Les mesures d'impact	
02. L'offre produit	
03. La fin de vie	
04. La santé des consommateurs	
05. LA FILIÈRE	48
01. La transparence et la traçabilité	
02. L'éthique des affaires	



MOT DU PRÉSIDENT

Depuis sa fondation en 1937, Home Heritage a considérablement développé son empreinte industrielle en France avec des implantations dans neuf départements. C'est à partir de 2004 que des acquisitions successives ont permis de bâtir un groupement de PME et d'ETI aux métiers et savoir-faire multiples. Home Heritage a autant de visages que d'implantations géographiques. Bien que chaque équipe conserve son autonomie et son ancrage territorial, nous partageons les mêmes valeurs auxquelles nous sommes fidèles.

Nous défendons le savoir-faire français et sommes engagés auprès de nos équipes locales. Cependant, notre responsabilité dépasse le cadre de nos salariés. Nous sommes pleinement mobilisés auprès de l'ensemble de nos parties prenantes (fournisseurs, collaborateurs, clients, administrations, associations, partenaires).

Pour accélérer la dynamique de notre stratégie RSE et maîtriser au mieux notre impact, nous avons fait évoluer notre gouvernance en créant un poste de Responsable RSE ainsi qu'un comité RSE. Cette démarche a abouti à l'élaboration du programme re·generation, articulé autour de trois piliers :

- S'engager pour nos équipes et nos savoir-faire
- Concevoir une offre responsable
- Co-construire une filière plus durable

En 2023, la publication de notre premier rapport RSE a marqué une étape clé de cette démarche. Ce rapport nous a permis de formaliser nos engagements, d'améliorer la visibilité de nos actions et de partager nos résultats. Ce bilan a non seulement confirmé, mais aussi renforcé notre volonté de transparence envers nos parties prenantes.

Notre stratégie RSE évolue en permanence, et nous sommes conscients que les défis liés à la transition écologique et à la responsabilité sociétale des entreprises sont en constante mutation. Ceci n'est que le début et nous sommes lucides sur le fait que beaucoup de choses restent à faire, à repenser, à imaginer, toutefois nous sommes engagés pour le mieux, guidés par une véritable volonté d'amélioration continue.

Didier Hannaux,
Président du Groupe Home Heritage



01. LE GROUPE HOME HERITAGE

01. LES VALEURS, ACTIVITÉS ET IMPLANTATIONS

Familial depuis quatre générations, Home Heritage est un groupe français innovant, audacieux et résilient qui s'est attaché à conserver une production en France et qui a su pérenniser son activité en dépit d'un marché mondial du textile en pleine mutation. Quatre valeurs clés ont guidé Home Heritage dans son développement et structuré son engagement envers ses clients, ses collaborateurs et ses partenaires :

LA SIMPLICITÉ

Une forte culture familiale est toujours au cœur du fonctionnement du Groupe. Conscients de nos succès, nous nous remettons perpétuellement en question dans le but de poursuivre notre développement. A cela s'ajoutent une vraie culture du terrain et un solide sens pratique.

LA CRÉATIVITÉ

L'esprit pionnier et entrepreneurial des débuts n'a pas quitté HOME HERITAGE. Notre savoir-faire de tradition s'appuie sur un investissement fort dans les développements technologiques. Nous innovons sans cesse à travers nos machines et nos process industriels. Ce sont aussi nos produits et nos services qui se démarquent grâce à l'inventivité et à la sensibilité créative de nos équipes.

L'ENGAGEMENT

Notre engagement est multiple : La satisfaction de nos clients est une priorité et nos équipes s'impliquent avec passion au quotidien pour y répondre. La confiance de nos parties prenantes nous est chère et nous avons à cœur de construire des partenariats sur la durée. Conscients de notre responsabilité en tant qu'acteur économique, nous nous engageons aussi pour maîtriser et réduire l'impact de nos activités sur l'environnement.

L'AGILITÉ

La souplesse de notre outil industriel français, la proximité avec nos clients ainsi que la polyvalence de nos équipes nous permettent d'offrir la réactivité indispensable à notre secteur. Cette agilité est clef pour renforcer notre résilience et poursuivre notre développement.

Home Heritage tire ses racines de l'entreprise familiale DODO, fondée en 1937, à Saint-Avold en Moselle et dont le cœur de métier historique est la production de couettes et d'oreillers. Au fil des développements et des acquisitions, Home Heritage a enrichi son offre et s'est assuré une place parmi les leaders européens en matière de sommeil et de confort.

L'ACTIVITÉ DU GROUPE S'ORGANISE AUTOUR DE SIX PÔLES DE COMPÉTENCES :



LA PRODUCTION D'ARTICLES DE LITERIE



LA DISTRIBUTION



LE LINGE DE MAISON ET LA DÉCORATION



LES VÊTEMENTS



LA PRODUCTION DE PLUMES ET DE DUVET



LA PUÉRICULTURE

Les activités de Home Heritage sont implantées dans 9 départements français avec notamment 6 sites industriels en France, chacun spécialisé dans un domaine particulier.

ANNE DE SOLENE / LDM FRANCE
Créateur de linge de maison
Hallennes-lez-Haubourdin 59

TEXTILES LASSON
Spécialiste linge de lit et protection literie
Fontaine-au-Pire 59

DROUAULT
Producteur de plumes et duvets
Le Mans 72

CTM STYLE / BASTIÉ / CANAT
Leader Français du Homewear
Expert de l'équipement vestimentaire professionnel
Lyon 69

LAMY
Fournisseur textile et literie
Saint-Memmie 51

DODO
Fabrication d'articles de literie
Saint-Avoid 57

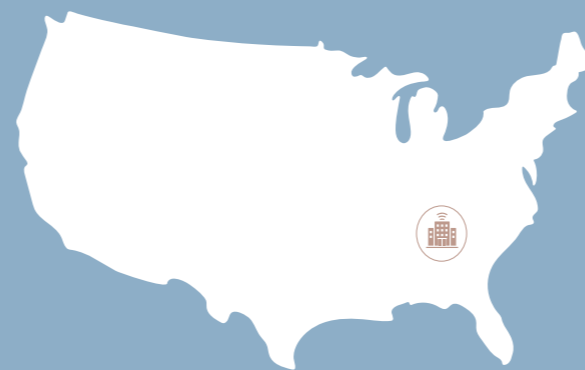
ATELIER DES VOSGES
Fabrication d'articles de literie
Cornimont 88

TOISON D'OR
Articles de literie et linge de maison
Cours-la-ville 69

POYET MOTTE
Fabricant de couvertures
Cours-la-ville 69

POYET MOTTE PUÉRICULTURE
Spécialiste de la chambre de bébé
Saint-Victor-sur-Rhins 42

Le développement de Home Heritage s'appuie sur 2 bureaux, aux Etats-Unis et en Chine.



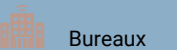
États-Unis



Chine / Hong-Kong



Usines & Ateliers



Bureaux

02. LE MODELE D'AFFAIRES

HOMIE-HERITAGE

LA VALEUR CRÉÉE PAR LES ACTIVITÉS DU GROUPE



173 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025

ENGAGEMENT

SIMPLICITÉ

NOTRE MISSION

Offrir au plus grand nombre un maximum de confort

AGILITÉ

CRÉATIVITÉ

LES RESSOURCES INDISPENSABLES POUR LE GROUPE



COLLABORATEURS
900 Salariés



RESSOURCES FINANCIERES
Actionnariat familial



ACTIFS MATERIELS
6 Usines & Ateliers
4 Bureaux



FOURNISSEURS STRATEGIQUES

NOS CANAUX DE DISTRIBUTION



GRANDS MAGASINS



GRANDES SURFACES SPÉCIALISÉES ET
GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES



MARCHÉS PUBLICS



HOTELS ET COLLECTIVITÉS



BOUTIQUES EN PROPRE



E-SHOPS ET VENTE
PAR CORRESPONDANCE

LES MARQUES



PRINCIPAUX PAYS D' APPROVISIONNEMENT

EUROPE ET MÉDITERRANÉE :
France, Espagne, Portugal, Italie, Tunisie, Turquie

ASIE :
Chine, Pakistan, Inde

03. LA VISION ET LA STRATÉGIE

POUR SERVIR LA MISSION DE L'ENTREPRISE,
LA POLITIQUE DE HOME HERITAGE EST ÉTABLIE
AUTOUR DE 5 AXES STRATÉGIQUES :



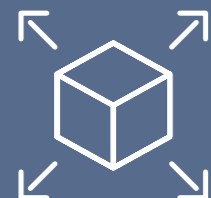
INNOVER EN PRODUITS,
SERVICES ET EFFICACITÉ
INDUSTRIELLE



MENER UNE TRANSITION
NUMÉRIQUE AU SERVICE
DE NOTRE PERFORMANCE



DEVENIR UN GROUPE
INTERNATIONAL



DIVERSIFIER NOS MODES
DE DISTRIBUTION



METTRE L'HOMME
ET L'ENVIRONNEMENT
AU COEUR DE NOS ACTIONS





02. NOTRE DÉMARCHE RSE

01. L'APPROCHE ET LA MÉTHODOLOGIE

MATRICE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ

En 2023, Home Heritage a mené son premier exercice de matérialité pour identifier ses enjeux prioritaires et élaborer une stratégie RSE en adéquation avec les attentes de ses parties prenantes.

Dans la lignée de notre engagement en matière de durabilité, nous développons une matrice de double matérialité, qui vient renforcer et approfondir l'exercice de matérialité entamé en 2023. Cet outil nous permet d'identifier tant les impacts de nos activités sur les enjeux Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG) que les risques et opportunités qu'ils représentent pour l'entreprise. Pour la conception de cette matrice, nous avons intégré un groupe de travail sectoriel, illustrant ainsi notre volonté d'action collective et d'inspiration par les meilleures pratiques. Cette démarche s'inscrit pleinement dans notre objectif de co-construire une filière durable.

Cette matrice vise à hiérarchiser et à visualiser l'importance des différents sujets de durabilité. Elle est cruciale pour aligner notre stratégie avec les exigences réglementaires et les attentes des parties

MÉTHODOLOGIE DE L'ANALYSE DE MATÉRIALITÉ :

Dans un premier temps, nous avons identifié nos enjeux en nous appuyant sur le premier exercice de matérialité. Nous avons sélectionné un échantillon représentatif de parties prenantes internes et externes, incluant les collaborateurs, les clients, les fournisseurs etc... Cette diversité nous a permis d'obtenir une vision globale et équilibrée des attentes et des préoccupations de chacun. Pour élaborer une stratégie pertinente et alignée sur les attentes de nos parties prenantes, nous avons mené une enquête en deux étapes.

ÉTAPE 1 : ENTRETIEN QUALITATIF

En 2023, nous avons identifié 24 enjeux RSE répartis en six thématiques : social, environnemental, achats responsables, clients et consommateurs, sociétal et gouvernance. Pour évaluer leur importance, nous avons mené des entretiens d'une heure avec une quarantaine de parties prenantes, à la fois internes (collaborateurs) et externes (clients, fournisseurs, banques, associations, organisations publiques). Cette démarche nous a permis de confronter nos pratiques à leurs perceptions et de prioriser les enjeux RSE les plus pertinents.

En 2024, nous avons approfondi cette démarche en réalisant de nouveaux entretiens d'une heure avec une quinzaine de parties prenantes supplémentaires, internes et externes. Ces échanges ont permis d'affiner notre compréhension des enjeux identifiés et de mieux cerner leurs attentes spécifiques vis-à-vis d'Home Heritage.

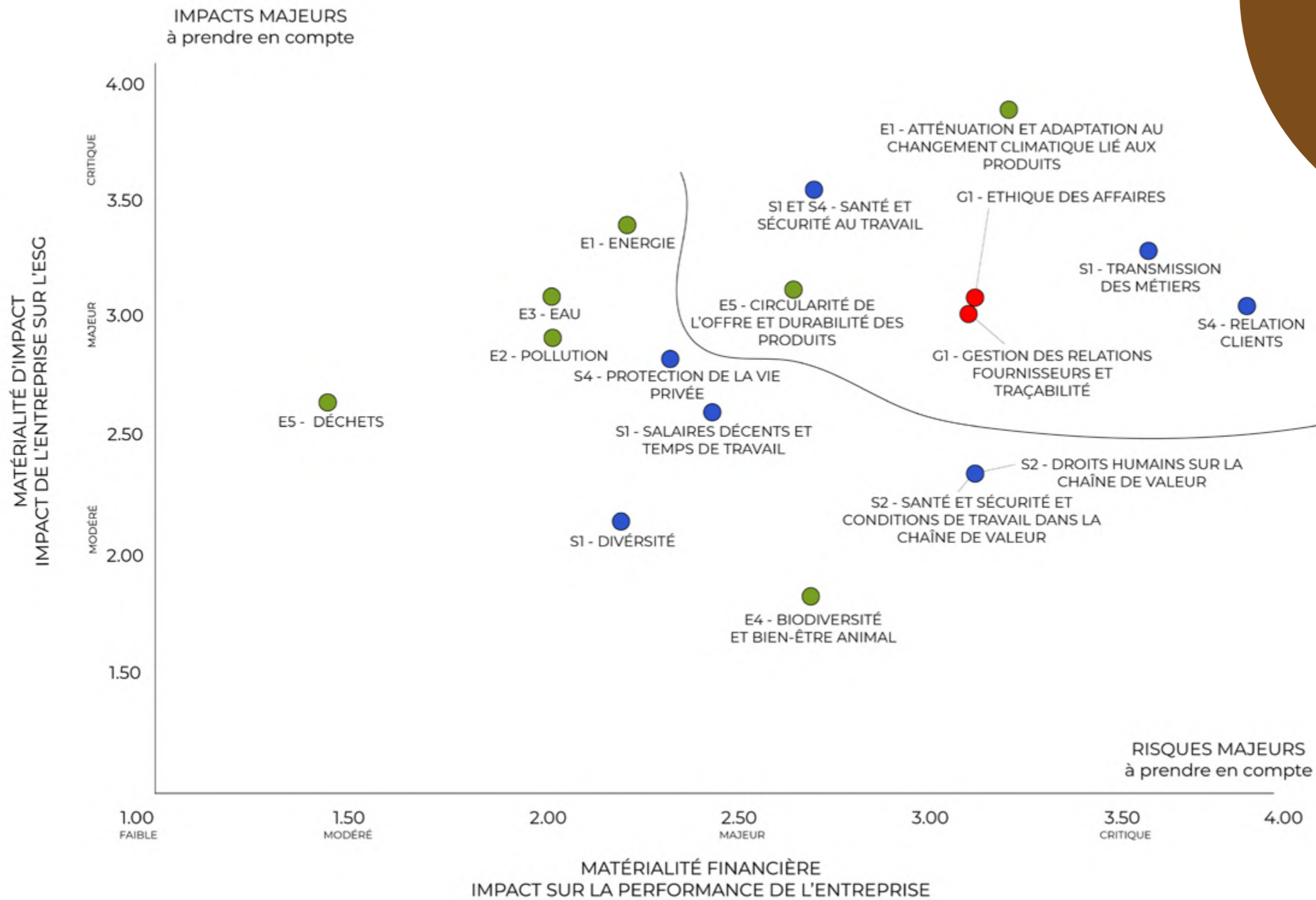


ÉTAPE 2 : QUESTIONNAIRE QUANTITATIF

Ensuite, nous avons soumis un questionnaire à une centaine de parties prenantes. Ce questionnaire visait à évaluer les différents enjeux, tant en termes d'impact sur les critères ESG que de risques et d'opportunités financières pour l'entreprise.

MATRICE DE MATÉRIALITÉ

La matrice de matérialité Home Heritage a ensuite été élaborée, et chaque enjeu extra-financier priorisé en fonction de deux dimensions : l'impact sur la performance de l'entreprise (axe des abscisses) et l'impact de l'entreprise sur les enjeux ESG (axe des ordonnées).



ANALYSE D'ÉCART

Dans une démarche proactive face aux évolutions réglementaires, nous avons réalisé une analyse des écarts inspirée des principes de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Cette démarche a permis d'établir un état des lieux complet, fondé sur notre analyse de double matérialité. Elle vise à évaluer l'impact de nos activités sur l'environnement et la société, tout en mesurant leurs effets sur la performance et la pérennité de l'entreprise.

Les objectifs sont multiples :

- Évaluer et faire évoluer notre stratégie afin de garantir sa cohérence avec les meilleures pratiques
- Approfondir nos réflexions RSE pour renforcer l'ambition et la portée de nos actions
- Identifier des opportunités créatrices de valeur, bénéfiques pour l'ensemble de nos parties prenantes.

Cette approche nous permet de transformer les exigences potentielles en leviers d'innovation et de performance durable, tout en consolidant notre engagement RSE.



02. LA GOUVERNANCE ET L'ARTICULATION DE LA STRATÉGIE RSE

COMITÉ RSE

En décembre 2022, un comité RSE a été créé afin d'initier le changement et de décider des orientations stratégiques RSE du Groupe Home Heritage. Cette instance composée de 6 membres permanents, dont la Direction Générale de Home Heritage, se réunit tous les mois et a vocation à donner le cap et le rythme sur les sujets RSE. Cette année, nous avons intégré la Direction financière au comité RSE, constatant des synergies croissantes dans des domaines tels que la conformité réglementaire, l'analyse des risques, le reporting, et en raison de l'impact financier de ces enjeux.

NOTRE PROGRAMME RE·GENERATION

La stratégie RSE Home Heritage s'articule autour de trois grands piliers qui ont émergé de l'analyse des risques extra-financiers et sur lesquels le Groupe souhaite concentrer ses efforts en matière de responsabilité sociétale. La pertinence de ces piliers a été confirmée par l'analyse de double matérialité réalisée cette année. Les trois piliers du programme re·generation sont au cœur de la stratégie de Home Heritage et ont vocation à imprégner et guider de manière transverse et dans la durée la politique générale du Groupe.



02

**CONCEVOIR
UNE OFFRE
RESPONSABLE**



01

**S'ENGAGER POUR
NOS ÉQUIPES
ET NOS SAVOIR-FAIRE**



03

**CO-CONSTRUIRE
UNE FILIERE
DURABLE**

03. L'AMÉLIORATION CONTINUE

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD) LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES



LES ODD : DE QUOI S'AGIT-IL ?

Les ODD ont été définis en 2015 par les Etats membres des Nations Unies et indiquent une ligne de conduite à suivre pour parvenir à un développement mondial équilibré d'un point de vue social, économique et environnemental. Ces 17 objectifs sont un appel mondial à agir pour éradiquer la pauvreté, protéger la planète et faire en sorte que tous les êtres humains vivent dans la paix et la prospérité d'ici 2030.

LES ODD : A QUOI SERVENT-ILS ?

Les ODD sont l'affaire de tous et ont vocation à aider les organisations, quelles qu'elles soient, à se projeter à long terme et à orienter leurs efforts autour d'une série commune de cibles et d'objectifs. Ils doivent servir de compas, notamment aux entreprises, qui peuvent contribuer positivement aux ambitions de l'Agenda 2030, en réduisant leurs impacts négatifs et en créant de la valeur durable.

COMMENT MESURER NOS EFFORTS ?

Chaque année, nous publions notre Communication sur le Progrès (COP), conformément aux lignes directrices du Pacte mondial des Nations Unies. Cet exercice nous permet de mesurer et de rendre compte de notre contribution aux ODD.

HOME-HERITAGE

Home Heritage soutient les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies et plus particulièrement :



- Mesure de l'indice égalité femme-homme



- Installation d'un système de recyclage des eaux de rinçage



- Promotion de l'égalité des chances
- Transmission de savoirs
- Accueil de stagiaires et d'alternants



- Bilan carbone
- Investissements d'efficacité énergétique
- Audit énergétique et diagnostic Eco-Flux
- Économies de matières

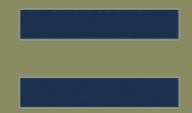


- Santé des consommateurs



Signataire du **Pacte mondial des Nations Unies (UN Global Compact)** depuis 2020, Home Heritage s'engage à respecter et à faire valoir au quotidien les 10 principes universels regroupés en 4 grands domaines :

WE SUPPORT



DROITS DE L'HOMME



LUTTE CONTRE LA CORRUPTION



NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL



ENVIRONNEMENT

ÉVALUATIONS RSE

Nos partenaires nous associent régulièrement à leurs ambitions en matière de RSE et nous soumettent à des évaluations rigoureuses. Celles-ci constituent de véritables leviers de progrès : elles permettent d'évaluer notre niveau de maturité, d'identifier nos axes d'améliorations et de définir des objectifs clairs et mesurables pour l'avenir. Inscrites dans une démarche d'amélioration continue, ces évaluations renforcent notre engagement et nous incitent à faire évoluer durablement nos pratiques, en cohérence avec les attentes de nos parties prenantes.

ECOVADIS

EcoVadis est une plateforme de notation de la performance sociale et environnementale qui propose un service d'évaluation complet de la RSE.

La notation EcoVadis analyse les pratiques extra-financières des entreprises autour de quatre piliers : l'Environnement, le Social et les Droits Humains, l'Éthique et les Achats Responsables. Chaque évaluation est adaptée au profil de l'entreprise et prend en compte ses enjeux spécifiques, selon sa taille, son implantation géographique et son secteur d'activité.

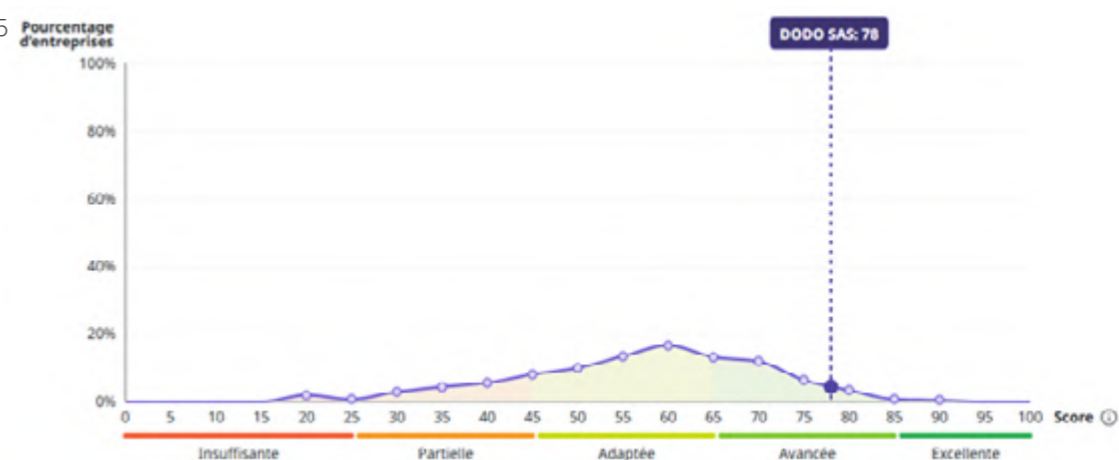
En 2023, Lamy a été récompensée par la médaille d'argent pour ses engagements sociaux, sociétaux et environnementaux, se plaçant parmi les entreprises les mieux évaluées par EcoVadis.

En 2025, l'entreprise Drouault a actualisé son évaluation EcoVadis, passant du statut d'« entreprise engagée » à la médaille de bronze.

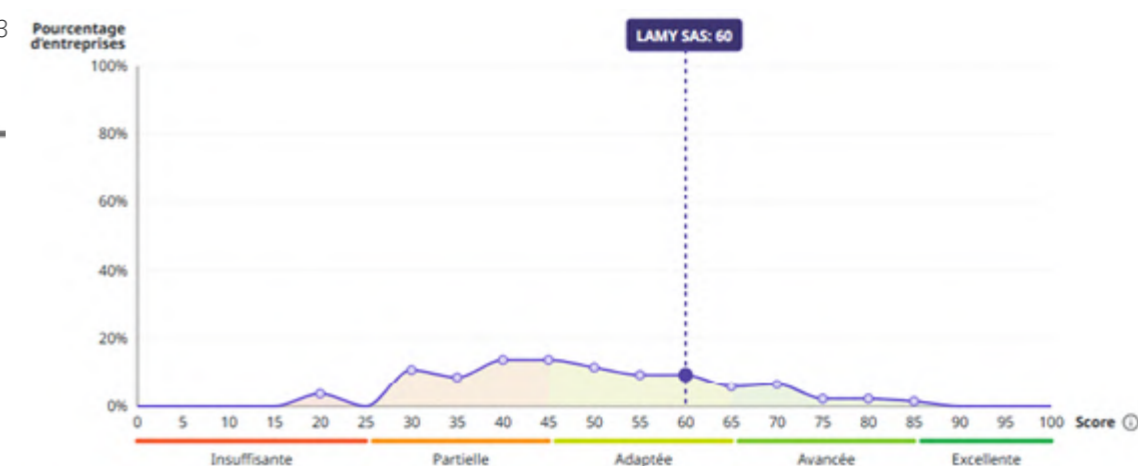
La même année, Dodo a mis à jour son évaluation EcoVadis et est passé de la médaille d'argent à la médaille d'or, se plaçant ainsi dans le top 5 % des entreprises les mieux évaluées par la plateforme.

Au-delà de l'évaluation, ce processus nous a permis de structurer et de formaliser notre démarche RSE. Il nous a conduit à mettre en place des politiques et des chartes, notamment en matière d'éthique et d'achats responsables. Ce formalisme nous incite à nous interroger régulièrement sur nos pratiques, à identifier nos points d'amélioration et à faire évoluer nos méthodes.

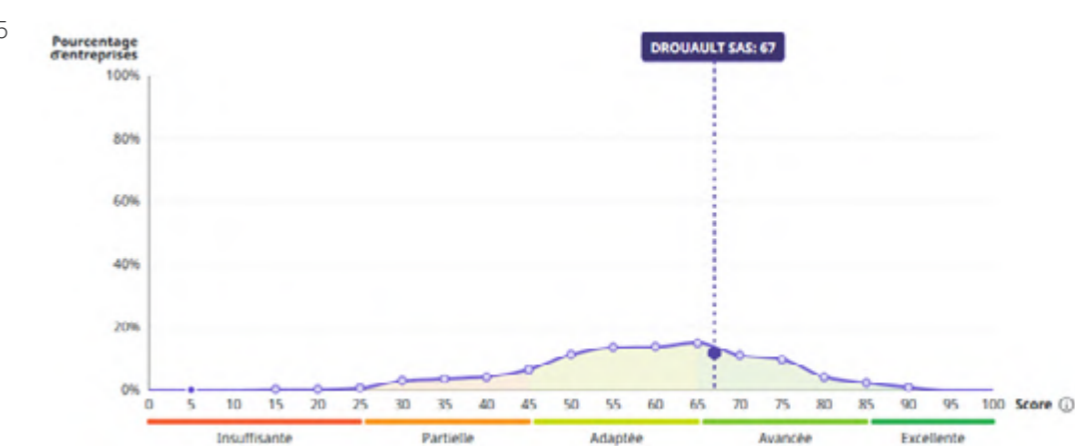
DÉTAILS DU SCORE 2025



DÉTAILS DU SCORE 2023



DÉTAILS DU SCORE 2025



* Source : EcoVadis. Qu'est-ce qu'EcoVadis ? <https://support.ecovadis.com/hc/fr/articles/210460227-Comprendre-la-signification-des-m%C3%A9dailles-et-badges-EcoVadis>



En mai 2025, les sociétés DODO, LDM France et CTM ont été réévaluées par le label RSE Positive Company, à l'initiative de La Redoute.

Positive Company est un label « Made in France » reconnu pour son haut niveau d'exigence. L'évaluation repose sur le référentiel « Positive Scoring », qui couvre quatre axes principaux : l'activité, la gouvernance, le social et l'environnement. En complément, notre client a formulé des questions ciblées, permettant d'obtenir des réponses parfaitement adaptées à ses attentes.

Cette année, les scores obtenus par nos sociétés ont progressé de manière significative, avec des gains compris entre 5,51 et 9,49 points en un an, témoignant de l'amélioration continue de nos pratiques et de notre engagement RSE.

Mon score
51,62 / 100
+5,51 points par rapport à 2024
Note fiabilité :
Évalué le 11/09/2025
[Télécharger mes réponses](#)

Mon score
61,52 / 100
+9,49 points par rapport à 2024
Note fiabilité :
Évalué le 11/09/2025
[Télécharger mes réponses](#)

Mon score
61,52 / 100
+9,49 points par rapport à 2024
Note fiabilité :
Évalué le 11/09/2025
[Télécharger mes réponses](#)



03 . LES ÉQUIPES





900

SALARIÉS EN FRANCE



84%

DU PERSONNEL EN CDI



10 ans

ANCIENNETÉ MOYENNE
DES CDI

TAUX DE FRÉQUENCE

16

TAUX DE GRAVITÉ

0,22



La sécurité en action chez



Chez DODO et Drouault, la sécurité est un engagement fort, intégré à l'ensemble de l'organisation. Les services QSE veillent à ce que tous les collaborateurs, salariés comme intérimaires, exercent leurs missions dans des conditions de sécurité optimales.

Des audits réguliers permettent de contrôler la conformité des équipements, l'état des installations et l'adéquation des postes de travail. Ces vérifications garantissent l'efficacité des mesures de prévention. À l'issue de chaque audit, des plans d'actions sont définis, déployés et suivis pour corriger les écarts identifiés.

Dans le cadre de l'amélioration continue, Drouault a sollicité un cabinet spécialisé en gestion des risques. L'intervention, menée sur deux mois de juin à juillet 2024, a permis de définir des axes de progrès concrets et de renforcer la performance du site en matière de santé et de sécurité.

Au quotidien, chaque activité présentant un risque fait l'objet de dispositifs de prévention adaptés : affichages, flashes sécurité et tableaux d'information... Les situations dangereuses potentielles et incidents sont remontés et analysés lors de réunions périodiques. Les plans d'actions liés à la sécurité font l'objet de mises à jour continues, tandis que les indicateurs sont suivis de manière régulière.

Chez DODO, tous les managers production, logistique et maintenance sont formés au management de la sécurité : 11 personnes ont été formées en 2025, et 11 autres le seront en 2026, assurant ainsi l'intégration de la sécurité à tous les niveaux de l'organisation.

L'objectif « Zéro accident » chez DODO repose sur trois piliers : prévention, communication et vigilance. Cette approche globale favorise le partage d'informations, la détection rapide des risques et le maintien d'un environnement de travail sûr pour tous.

01. LA SANTÉ, LA SÉCURITÉ, ET LE BIEN-ÊTRE

SST : INDICATEURS ET PLAN D'ACTION

Chez Home Heritage, nos équipes sont au cœur de notre engagement. Nous faisons de la sécurité, de la prévention des risques et du bien-être de chacun une priorité.

Des actions ont été mises en place pour atteindre cet objectif, notamment l'élaboration de plans d'actions Santé et Sécurité au travail dans chaque société. L'objectif est de prévenir au mieux les risques professionnels identifiés dans le Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels (DUERP) et de développer une culture sécurité au sein des équipes.

Sur nos sites de production, les responsables QSE et les responsables de sites continuent de coordonner, piloter, faire évoluer et animer les plans d'actions en matière de Santé et Sécurité au Travail. Grâce à des communications régulières, nous sensibilisons nos collaborateurs aux bonnes pratiques et les tenons informés des résultats obtenus.

**TÉMOIGNAGE
DE CLARA ADAM
TECHNICIENNE HSE**



Clara Adam a rejoint le service HSE en novembre 2024, renforçant la prévention et la sécurité au sein de l'usine grâce à une présence quotidienne sur le terrain. Des tours sécurité sont réalisés chaque matin afin d'identifier les situations à risque, telles que le non-port des équipements de protection individuelle, les circulations piétonnes obstruées ou les risques de chute. Lorsque cela est possible, les anomalies sont traitées immédiatement.

Les situations identifiées sont consignées dans un rapport quotidien transmis aux responsables concernés et à la direction. Chaque anomalie est classée par catégorie et suivie selon trois statuts : traitée, en cours ou à traiter. Ce suivi, actualisé chaque jour, permet de prioriser les nouvelles situations et celles restant à résoudre.

Les équipes terrain et les managers participent également à la remontée des situations à risque. Le service HSE coordonne les actions entre les différents services et mobilise les interlocuteurs concernés, notamment la maintenance lorsque des interventions sont nécessaires.

Une synthèse mensuelle des « tours sécurité » est présentée en comité SSE auprès des directions de la production, des ressources humaines, de la maintenance, de la logistique et des opérations. Les points bloquants y sont analysés et les indicateurs suivis dans le temps afin d'évaluer l'évolution des situations et d'ancrer durablement la prévention dans la réalité du terrain.



FLASH SÉCURITÉ

Les Fiches de Remontée d'Information Sécurité

A quoi ça sert ?

Une Fiche de Remontée d'Information Sécurité permet de faire remonter un dysfonctionnement, de trouver une solution pour que le problème ne se manifeste pas à nouveau.

La fiche sert aussi à exprimer des idées d'améliorations.

Qu'est-ce qu'une idée d'amélioration ?

C'est permettre de trouver des manières de mieux faire ou de mieux travailler ensemble. Sans progrès et amélioration, la monotonie et la routine s'installe. L'entreprise a besoin de vos partages de bonnes pratiques et de vos idées pour être toujours plus innovante.

Ok mais sur quels sujets exactement ?

- La sécurité et l'amélioration de la qualité de vie au travail
- La productivité (dans les ateliers, en logistique, entrepôt, bureaux ,...)
- Les méthodes de travail , les modes opératoires,...
- L'hygiène
- L'environnement

Où trouver ce document ?

A qui le remettre ?

Auprès de votre responsable ou bien du service QSE.

Identifiant n°	FOR-SEC-005	Date mise en application	07/02/2023
N° de révision	0	Date de dernière révision	07/02/2023
Intélocuteur	DUBRAY PASCALON F.	Validation	DELAVERGNE L.
Date :	Service / Atelier :		
Nature de l'information :	<input type="radio"/> Prendre l'accident <input type="radio"/> Idée d'amélioration <input type="radio"/> Situation dangereuse <input type="radio"/> Demande d'information		
Description des lieux : (soyez le plus précis possible)			
Description de la situation / des faits : (soyez le plus précis possible)			
Mesures prises dans l'immédiat : (si applicable)			
Suggérez des mesures à prendre : (si applicable)			
Partie réservée au service QSE			
Réponses :			
Plan d'actions			
N°	Description	Pilote	Déla

LA SÉCURITÉ C'EST L'AFFAIRE DE TOUS !



PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

La sécurité et la santé de nos collaborateurs sont des priorités absolues, guidant chacune de nos décisions et chacune de nos actions. Notre ambition est claire : développer une culture sécurité forte, durable et partagée par tous.

Nous favorisons le dialogue et le partage de bonnes pratiques entre les sites. Les équipes échangent régulièrement sur leurs plans d'actions, leurs enjeux opérationnels et les difficultés rencontrées sur le terrain. Elles partagent également des initiatives inspirantes et des solutions concrètes.

Cette dynamique collective permet au groupe de progresser dans son ensemble. Elle favorise l'émergence de pratiques transverses, plus efficaces et plus sécurisées, tout en renforçant l'implication des équipes.

LES TMS

Les troubles musculosquelettiques (TMS) et les problématiques posturales constituent un enjeu majeur de sécurité sur les sites de production. Les gestes répétitifs réalisés par les salariés sollicitent fortement les muscles et les articulations. À long terme, ces contraintes peuvent entraîner des conséquences importantes sur la santé.

Chez DODO, des investissements concrets ont été réalisés pour améliorer l'ergonomie des postes : sièges sur mesure, tables élévatrices électriques, réaménagement des postes informatiques, ainsi que la mise en place de tapis antidérapants et antidérapants. Ces mesures visent à réduire la fatigue musculaire, sécuriser les gestes au quotidien et préserver la santé des équipes.

Ces initiatives s'inscrivent dans la continuité des actions menées chez Drouault en 2024. Tous les salariés ont suivi une formation sur les gestes et postures au poste de travail. Une plateforme avec escalier a été installée pour sécuriser les opérations de nettoyage des machines, et des préhenseurs ont été mis en place pour limiter les efforts liés au port de charges, aux postures contraignantes et aux gestes répétitifs. Ces dispositifs améliorent la sécurité et le confort au travail tout en réduisant les risques pour la santé des salariés.



BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Le bien-être et l'épanouissement des collaborateurs sont essentiels pour l'engagement des équipes. Chaque société travaille sur ces thématiques.

BRADERIE



En 2025, Drouault a réaffirmé son engagement pour le bien-être de ses collaborateurs avec la deuxième édition de sa Braderie, un événement de trois jours, dont une journée dédiée aux équipes et à leurs familles. Fort du succès rencontré, le concept a été étendu à LDM FRANCE, qui a organisé sa première braderie d'usine en simultané avec Drouault.

Ces initiatives ont permis aux collaborateurs de faire découvrir à leurs proches les produits issus de leurs ateliers, en valorisant avec fierté le savoir-faire de chaque marque et le fruit de leur travail. Au-delà de l'aspect commercial, elles ont favorisé les échanges, renforcé l'esprit d'équipe et contribué à créer une atmosphère de travail conviviale et motivante.

Organisés sur deux jours pour Drouault et sur trois jours pour LDM France, ces événements ont rencontré un vif succès. Ils ont constitué des moments d'échange privilégiés avec les consommateurs. Ces rencontres ont permis de partager la passion des produits et des marques, tout en dévoilant les coulisses et les savoir-faire. Elles ont également offert un véritable espace d'écoute, favorisant les questions et la prise en compte des remarques, dans une démarche d'amélioration continue. Les retours collectés nourrissent ainsi les réflexions et les projets à venir. À travers ces initiatives, Drouault et LDM France réaffirment leur volonté de placer l'humain au cœur de leur démarche et de renforcer un environnement ouvert, collaboratif et responsable.

TÉMOIGNAGE DE LOÏC ARDOUIN RESPONSABLE RESSOURCES HUMAINES



La maison DROUAULT existe depuis plus de 170 ans. Nous y œuvrons chaque jour pour cultiver l'âme de notre entreprise et perpétuer un savoir-faire historique. Nous attachons une grande importance à préserver l'esprit familial qui nous caractérise, à travers différentes actions.

UN RECRUTEMENT MINUTIEUX

Pour tous nos recrutements, nous accordons une grande importance aux compétences, bien sûr, mais nous prêtons aussi une grande attention au savoir-être. Intégrer DROUAULT n'est pas anodin : nous avons à cœur que chacun s'y sente bien et soit fier d'y faire perdurer un savoir-faire unique. Pour cela, nous cultivons un cadre professionnel exigeant mais bienveillant.

DES MOMENTS DE PARTAGE

La cérémonie des vœux est l'occasion de partager la galette des rois et d'évoquer l'avenir de l'entreprise. Au mois de juin, nous organisons tous ensemble un barbecue géant, puis nous profitons de notre après-midi autour de jeux de plein air. Ces moments partagés permettent d'échanger avec les collègues d'autres services et de renforcer la convivialité au sein des équipes. Nous célébrons les départs en retraite autour d'un verre, l'occasion de rendre hommage à une carrière, un parcours et un engagement chaque fois uniques.

Nous savons également être sérieux sans nous prendre au sérieux : venir déguisé pour Halloween ou vêtu de son pull de Noël le plus moche fait partie des petites traditions qui plaisent ! L'important est de prendre conscience que nous travaillons tous vers le même objectif : la réussite de l'entreprise et la satisfaction des clients.

Chaque année depuis trois ans, notre braderie incarne notre engagement envers nos clients. Cet événement fédérateur nous permet de créer du lien avec notre clientèle et de renforcer notre ancrage local. Tous les collaborateurs s'impliquent avec enthousiasme, de la préparation des produits à l'accueil des visiteurs. Résultat : une braderie toujours plus réussie, portée par l'énergie collective de DROUAULT.

UNE FORMATION TOUT AU LONG DE LA VIE

Nous développons la polyvalence au quotidien dans tous les secteurs de l'entreprise. Cela passe par des formations régulières visant à développer l'employabilité de chacun tout au long de sa carrière. Enfin, cela assure la transmission des savoir-faire et prépare DROUAULT aux défis de demain.

TÉLÉTRAVAIL*

Depuis avril 2023, les collaborateurs des sociétés d'Home Heritage éligibles au dispositif, disposant d'une ancienneté d'au moins quatre mois et occupant un emploi compatible avec le travail à distance, peuvent bénéficier de la possibilité de télétravailler.

Cette organisation, mise en place lorsque les conditions opérationnelles le permettent, favorise une plus grande flexibilité, une meilleure gestion du temps de travail et une autonomie renforcée. Elle a été très bien accueillie par les équipes concernées. Dans ces contextes, le télétravail constitue un levier de performance et un véritable atout pour la marque employeur d'Home Heritage, qui souhaite recruter et fidéliser ses talents en contribuant à leur épanouissement et à un meilleur équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

SE PRÉMUNIR CONTRE LES SITUATIONS DIFFICILES

Pour préserver la santé et la sécurité physique et morale de ses collaborateurs, Home Heritage a désigné des référents dédiés au sein de ses entités. Ces référents harcèlement suivent une formation spécifique en santé, sécurité et conditions de travail. Leur mission consiste à informer, sensibiliser et prévenir les situations à risque. Ils doivent également identifier les signes de harcèlement et accompagner les salariés, qu'ils soient victimes ou témoins. En outre, ils conseillent sur les droits et procédures et adoptent une posture de médiation favorisant le dialogue et la résolution des situations.

Dans le même esprit de prévention, l'équipe RH de DODO a suivi en 2025 une formation aux Premiers secours en santé mentale (PSSM). Cette formation a renforcé la compréhension des troubles psychiques et favorisé un environnement de travail plus ouvert et bienveillant. Elle a également développé la capacité des équipes à apporter un premier soutien et à orienter les personnes vers les dispositifs appropriés.

RECRUTEMENT ET INTÉGRATION

Un des objectifs de l'équipe Ressources Humaines consiste à parfaire les processus de recrutement et d'intégration afin de garantir la meilleure expérience candidat possible et attirer de nouveaux talents. Les pratiques d'intégration visent toutes les mêmes objectifs : le bon accueil des nouveaux collaborateurs pour leur permettre une bonne intégration et une prise de poste efficace. Selon les sites, cette phase d'intégration passera notamment par la délivrance d'un livret d'accueil, la désignation d'un « parrain » qui sera une personne référente contribuant de manière informelle à l'intégration du nouvel arrivant, un rapport d'étonnement ou encore un parcours d'intégration complet qui inclut une demi-journée à des postes opérationnels en production, y compris pour les cadres.

Les ressources humaines participent à divers dispositifs afin de recruter les profils les plus adaptés à nos activités. A titre d'exemple Textiles Lasson a ainsi accueilli des participants au dispositif de préparation opérationnelle à l'emploi collective (POEC), un programme visant à faciliter l'accès rapide des demandeurs d'emploi à un emploi durable (CDI, CDD, contrat de professionnalisation d'au moins 12 mois, ou contrat d'apprentissage). Cette initiative a été un succès, permettant le recrutement de cinq nouvelles personnes pour l'atelier Textiles Lasson tout au long de l'année 2024.

L'INTÉGRATION DES ALTERNANTS



Chez LDM FRANCE, l'intégration des alternants est organisée de manière structurée pour leur permettre une prise de poste progressive et efficace. La semaine d'accueil débute par une présentation générale de l'entreprise et du groupe. Les différents responsables de services y sont également présentés, afin d'offrir aux alternants une vision globale de leur environnement.

Les alternants suivent ensuite une formation dispensée par la Directrice Produit. L'objectif est qu'ils puissent acquérir une connaissance approfondie de la gamme, des choix de matières et des caractéristiques des articles. Le reste de la semaine est consacré à une immersion dans le service avec leur responsable, favorisant l'intégration au sein de l'équipe.

6
**RÉFÉRENTS
HARCÈLEMENTS**

* concerne 92% des collaborateurs du groupe.

PROMOUVOIR LA COMMUNICATION INTERNE

Home Heritage déploie des approches variées pour assurer une communication interne adaptée aux besoins de ses équipes, que ce soit par mails ou campagnes d'affichage. Les sociétés Drouault et LDM FRANCE privilégient les newsletters internes. LDM FRANCE renforce les échanges avec ses collaborateurs en communiquant deux fois par mois sur des thématiques RH. L'une aborde des sujets généralistes, comme le handicap ou l'égalité homme-femme, tandis que l'autre est dédiée à la sécurité.

Au-delà de la communication écrite, des événements permettent aux équipes de se familiariser avec les produits et de découvrir les innovations développées chaque année par les services marketing. Chez DODO, par exemple, tous les collaborateurs sont invités dès la rentrée à découvrir la nouvelle collection et les nouveautés dans le showroom de Saint-Avold.

Dans le même esprit, LDM FRANCE, CTM Style et Toison d'Or organisent chaque saison des conventions réunissant les équipes pour échanger sur les tendances du marché, les nouvelles offres produits et les projets à venir. Par ailleurs, CTM a lancé une nouvelle page LinkedIn destinée à partager les informations et moments clés de l'entreprise, tout en valorisant l'image employeur et en soutenant la qualité de vie au travail (QVT).



MANAGEMENT

Chez Home Heritage, le développement des compétences managériales est essentiel. En 2024, 36 encadrants ont suivi des formations pour garantir un encadrement à la fois efficace et bienveillant. Ces sessions ont permis de renforcer leurs compétences en gestion d'équipe et en communication.

Chez LDM FRANCE, en 2025, 11 managers ont suivi une formation intitulée « Mieux se comprendre pour mieux communiquer ». Elle repose sur la méthode DISC, qui distingue quatre grands profils de personnalité :

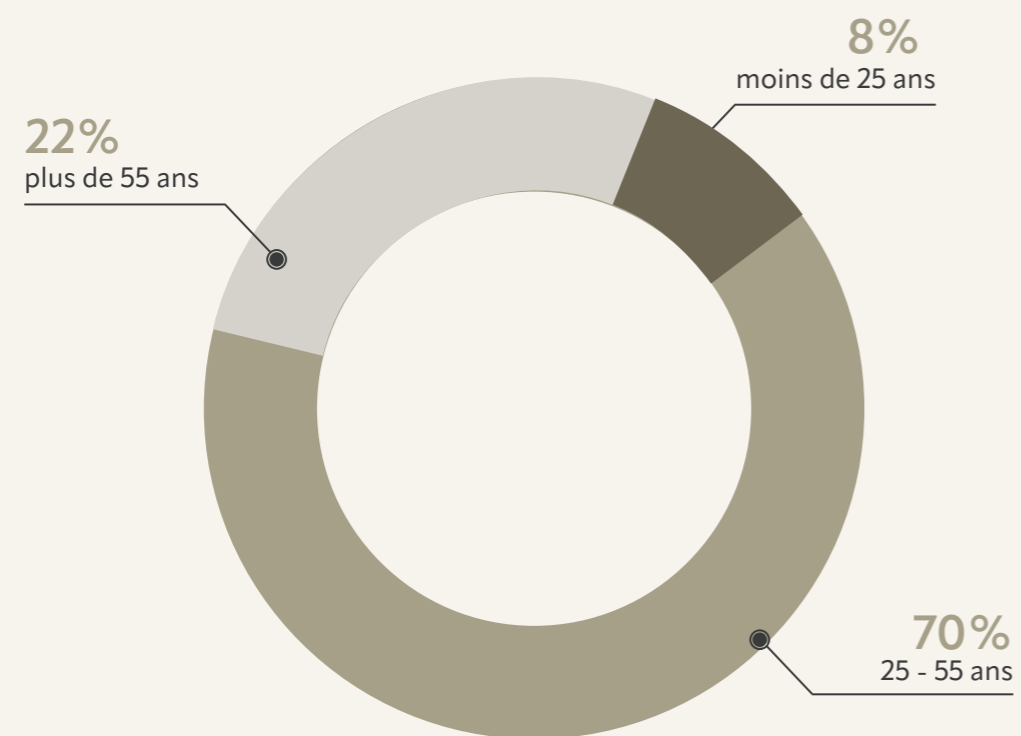
- Dominant
- Influent
- Stable
- Consciencieux

L'objectif de cette formation est de mieux comprendre les modes de communication et d'interaction de chacun. Elle a permis aux managers d'identifier leurs points forts et leurs axes d'amélioration afin de renforcer l'efficacité des échanges au sein des équipes. Grâce à ces initiatives, Home Heritage s'assure que ses managers sont parfaitement préparés à soutenir et guider leurs équipes, tout en favorisant un environnement de travail productif et bienveillant.

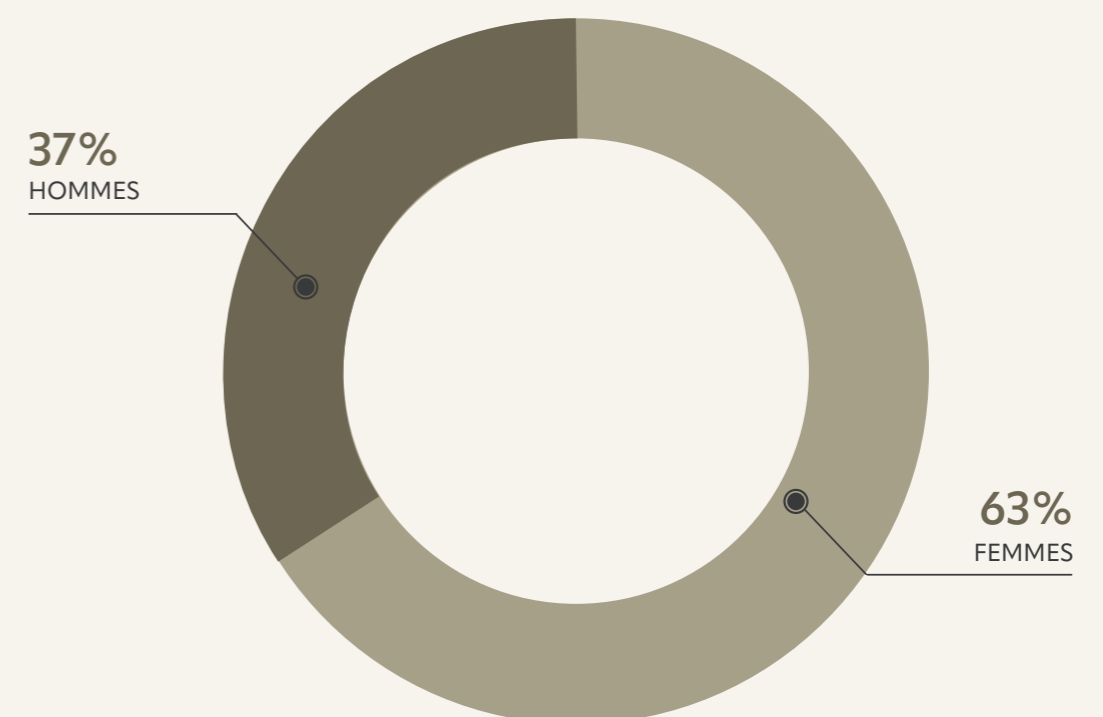
02. L'INCLUSION ET LA DIVERSITÉ



RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR TRANCHE D'ÂGE



RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE



SCORE GLOBAL
98 / 100



INDEX ÉGALITÉ FEMME HOMME 2025



ÉCART DE
RÉMUNÉRATION
FEMME / HOMME

38/40



ÉCART TAUX
D'AUGMENTATION
INDIVIDUELLE

35/35



INDICATEUR RETOUR
CONGÉ MATERNITÉ

15/15

Home Heritage est attaché à favoriser l'inclusion et la diversité au sein de ses équipes, convaincu qu'elles sont une des clés de la performance au travail. Le Groupe met en place une politique RH en faveur de l'égalité pour que chacun, quel que soit son sexe, âge, origine ou religion puisse intégrer et évoluer au sein de nos équipes. Cette politique permet également l'accès à l'emploi de personnes en situation de handicap, ainsi qu'à des personnes en parcours de réinsertion professionnelle.

ÉGALITÉ FEMME-HOMME

Home Heritage est mobilisé sur le plan de l'égalité professionnelle femme-homme et s'engage à assurer au sein de l'ensemble de ses sociétés, l'égalité de traitement entre les femmes et les hommes en termes d'accès à l'emploi, à la formation, à la mobilité, à la promotion ou en termes d'égalité salariale.

SCORE GLOBAL
87 / 100



INDEX ÉGALITÉ FEMME HOMME 2025



ÉCART DE
RÉMUNÉRATION
FEMME / HOMME

37/40



ÉCART DE
RÉPARTITION DES
PROMOTIONS

15/15



NOMBRE DE SALARIÉES
AUGMENTÉES À LEUR
RETOUR DE CONGÉ
MATERNITÉ

15/15



ÉCART DE RÉPARTITION
DES AUGMENTATIONS
INDIVIDUELLES

20/20

HANDICAP ET INCLUSION

En 2025, DODO a renouvelé sa participation à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH), réaffirmant son engagement pour l'inclusion et la diversité. Les collaborateurs ont pris part à des activités immersives et à des webinars dédiés. Le dispositif DuoDay a également permis d'accueillir des personnes en situation de handicap au sein des équipes, favorisant les échanges et l'ouverture à de nouvelles perspectives. Ces initiatives ont sensibilisé les équipes, encouragé le dialogue et contribué à créer un environnement de travail plus inclusif. Elles illustrent la volonté de DODO de promouvoir l'égalité des chances et le bien-être de tous ses collaborateurs.

LDM France s'engage activement à sensibiliser ses collaborateurs à la Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH) et à les informer sur les conditions d'éligibilité. Des communications régulières expliquent ces dispositifs et rappellent que le handicap concerne chacun d'entre nous. Dans le cadre des NAO 2025, les salariés bénéficiant de la RQTH se sont vu accorder un jour de congé supplémentaire par an, renforçant la prise en compte de leurs besoins au sein de l'entreprise. Par ailleurs, de nombreuses actions sont mises en œuvre pour accompagner les personnes en situation de handicap, afin de favoriser leur inclusion, leur bien-être et leur épanouissement professionnel.

ESAT

Home Heritage fait régulièrement appel à des ESAT (Établissements et Services d'Aide par le Travail) spécialisés dans les métiers de la couture. Par ce biais, le groupe contribue à la lutte contre l'exclusion et à l'emploi de personnes en situation de handicap. Par exemple, Drouault collabore avec des ESAT partenaires pour diverses missions, telles que la confection d'enveloppes d'oreillers, la reprise d'étiquetage et la réparation de coutures défilantes. La société LDM FRANCE, quant à elle, a établi un partenariat avec plusieurs ESAT, où sont confectionnés des carnets d'échantillons (robracks) destinés aux commerciaux d'Anne de Solène.

ÉGALITÉ DES CHANCES

Les sociétés du groupe collaborent respectivement avec des acteurs locaux de l'insertion professionnelle ou autres partenaires de retour à l'emploi. En 2024, la société Drouault a noué un partenariat avec une maison d'arrêt pour la confection d'enveloppes d'oreillers. Ce projet s'inscrit dans une démarche visant à faciliter la réinsertion des détenus dans la société, tout en renforçant l'engagement social et local de l'entreprise. De plus, la société Drouault s'est rapprochée d'acteurs locaux de l'insertion professionnelle afin de recruter des personnes participant au dispositif PLIE (Plan Local pour l'Insertion et l'Emploi), qui vise à accompagner des individus éloignés de l'emploi dans la construction d'un projet professionnel personnalisé.

9

ESAT PARTENAIRES DES SOCIÉTÉS HOME HERITAGE EN 2024

03. LA SAUVEGARDE ET LA TRANSMISSION DE SAVOIR-FAIRE

La problématique de la sauvegarde et de la transmission de savoir-faire constitue un enjeu essentiel pour Home Heritage, notamment pour les sociétés industrielles du groupe dont certaines expertises rares ne bénéficient pas de formation diplômante dédiée. C'est le cas par exemple pour nos maîtres duvetiers ou nos ourdisseurs.

Conscient de cet enjeu, le groupe a mis en place des plans d'actions visant à préserver ce capital immatériel à travers différentes formes de tutorat pour permettre aux détenteurs de compétences rares de transmettre aux plus jeunes. Le développement de la polyvalence des compétences est également au cœur des préoccupations afin de garantir plus de flexibilité et d'assurer la pérennité de l'activité.

Convaincus que la croissance d'une entreprise repose sur l'épanouissement de ses talents, nous faisons du développement de nos collaborateurs une priorité. Bien au-delà des compétences techniques, nous les préparons aux enjeux de demain, assurant ainsi la transmission et la pérennité de nos métiers. C'est dans cette dynamique que nous finançons, par exemple, une licence *Responsible Performance Industrielle* pour l'un de nos managers de production, consolidant par la théorie une expertise forgée sur le terrain.

TÉMOIGNAGE D'YVAN FONTIMPE



Préserver et transmettre nos savoir-faire est un enjeu majeur. Chez Poyet Motte, nous avons réalisé un état des lieux précis des compétences indispensables à chaque poste, en identifiant celles qui relèvent d'un savoir rare ou non enseigné.

Anticiper les départs en retraite est essentiel : nous nous assurons que ces expertises soient transmises dans des conditions optimales. La polyvalence est également au cœur de notre approche pour garantir la continuité et la flexibilité de nos équipes.

Pour structurer cette transmission, nous déployons des formations internes avec validation des compétences et documentons méthodiquement nos procédures.

LA FORMATION
COUTURE



En 2025, DODO a formé cinq personnes dans le cadre de son programme interne de formation en couture. Ce dispositif vise à transmettre des compétences devenues rares sur le marché du travail. La formation, dispensée par une couturière expérimentée, se déroule pendant la période creuse de l'activité. Le programme combine enseignements théoriques et mises en pratique, permettant aux participants de maîtriser l'ensemble des étapes du métier de couturière chez DODO. Face à la disparition des filières de formation externes et au manque de profils qualifiés, cette initiative interne s'avère essentielle.

LA FORMATION
TEXTILE



Chez LDM FRANCE, la Directrice Produit a lancé des sessions de formation sur les produits de la marque. Désormais, ces sessions sont intégrées au parcours d'intégration de tous les nouveaux arrivants. L'objectif est de transmettre une connaissance approfondie des choix de la marque, notamment la sélection des matières premières, la conception des articles et la structuration des gammes. Ces échanges permettent également de présenter l'identité et les valeurs d'Anne de Solène, favorisant une appropriation partagée de la culture produit au sein de l'entreprise.

ACCUEIL STAGIAIRES ET ALTERNANTS

Chaque année, Home Heritage accueille des stagiaires et des alternants au sein de ses structures. Leur regard neuf, leur curiosité et leurs compétences fraîchement acquises sont autant d'éléments qui contribuent à impulser du dynamisme au sein de l'entreprise. Les alternants et stagiaires sont pleinement intégrés à la vie et à la culture de l'entreprise, formés à un métier et accompagnés pour s'insérer dans la vie professionnelle. Cet accueil constitue également un levier efficace de recrutement, favorisant l'insertion des jeunes dans la société.

FOCUS

LDM
FRANCE

LDM France a pris part au concours des Pépites de l'Alternance, organisé par des acteurs locaux pour valoriser l'engagement des entreprises en faveur de l'alternance. Cette expérience a permis de renforcer la politique de l'entreprise dans ce domaine. Elle a également offert l'occasion de formaliser les actions et d'en mesurer les impacts, tout en réaffirmant la conviction que l'alternance est bien plus qu'un dispositif de formation : c'est un investissement humain et un engagement pour l'avenir.

Pour aller plus loin, en 2025 LDM FRANCE a organisé des job datings internes pour recruter ses alternants. L'objectif était de leur faire découvrir les locaux et leur futur environnement de travail. Chaque spécialité a été mise à l'honneur lors d'une journée dédiée, permettant de rencontrer un large éventail de candidats.

Grâce à ce dispositif, tous les alternants ont été recrutés.



23

ALTERNANTS
FORMÉS



21

STAGIAIRES
ACCUEILLIS

EPV

Après le renouvellement du label « Entreprise du Patrimoine Vivant » (EPV) par Drouault en 2024, Poyet Motte a obtenu cette distinction en 2025. Délivré par l'État, ce label récompense les entreprises françaises détenant des savoir-faire industriels d'excellence. Attribué pour une durée de cinq ans, il rassemble des fabricants partageant une même exigence de performance et de qualité. Il valorise la maîtrise des métiers, l'excellence des produits, l'attention portée à la formation interne, l'innovation technique et sociale, ainsi qu'une stratégie commerciale dynamique. Cette reconnaissance témoigne de l'engagement de Drouault et de Poyet Motte à préserver et à promouvoir des compétences uniques.

Au-delà de la valorisation des savoir-faire, le label EPV s'inscrit pleinement dans une logique RSE. Les critères d'attribution incluent non seulement la maîtrise de techniques traditionnelles, l'attention portée à l'innovation, et l'exercice concret d'une démarche de responsabilité sociétale. Il s'agit, par exemple, de la promotion des métiers auprès des jeunes, de la formation interne des collaborateurs, de pratiques d'approvisionnement responsable ou encore d'actions en faveur de l'impact territorial. Ainsi, le label EPV ne se limite pas à une distinction de qualité : il constitue une reconnaissance officielle d'un engagement durable, qui combine excellence industrielle et pratiques responsables.





OCTOBRE ROSE

À l'occasion d'Octobre Rose, les équipes de DODO et de LDM FRANCE se sont mobilisées localement en participant à des marches solidaires à Lille et à Saint-Avoid. Intégrée à la campagne nationale de sensibilisation au dépistage et à la prévention du cancer du sein, cette initiative a réuni collaborateurs, familles et proches autour d'un moment fédérateur et porteur de sens. En s'engageant dans ces actions locales, les équipes ont renforcé leurs liens avec le territoire et affirmé leur volonté de contribuer à des initiatives collectives.

PARTENARIATS LOCAUX

DODO a développé des partenariats solides avec des écoles et des organismes d'insertion, tels que l'APEI et Saint-Nabord Services (SNS). Ces collaborations soutiennent la formation des jeunes, l'insertion professionnelle et l'accompagnement des publics vulnérables. Elles renforcent l'ancrage territorial de l'entreprise et participent activement au développement social et économique des régions où elle est implantée. Les équipes ont renforcé leurs liens avec le territoire et affirmé leur volonté de contribuer à des initiatives collectives.



04. LES PRODUITS

01. LES MESURES D'IMPACT

Les sociétés du Groupe Home Heritage s'inscrivent dans une démarche volontariste de mesure et d'analyse de leur empreinte carbone. En 2025, 73 % des activités du groupe sont déjà couvertes par un bilan carbone, ce qui permet d'identifier les principales sources d'émissions et de mettre en place des actions concrètes de réduction. L'évaluation prend en compte toutes les émissions de la société concernée, sans exception, et couvre l'ensemble de son périmètre. Ces émissions sont réparties en trois catégories :

SCOPE 1
Les émissions directes

SCOPE 2
Les émissions indirectes liées à la consommation d'énergie

SCOPE 3
Les autres émissions indirectes liées aux activités de l'entreprise

En 2023, DODO a réalisé son premier bilan carbone couvrant les trois scopes. Il a révélé que les principales sources d'émissions provenaient des achats, de l'usage des produits et du fret. Ces résultats ont été analysés lors d'un atelier stratégique avec le comité de direction, qui a permis d'identifier sept projets prioritaires et de lancer un plan de décarbonation structuré pour réduire l'impact environnemental de l'entreprise.

En 2025, DODO a actualisé son bilan carbone afin d'évaluer l'évolution de son impact environnemental et d'apprécier l'efficacité du plan de décarbonation. Cette démarche permet de mettre à jour la stratégie de réduction des émissions de gaz à effet de serre, d'anticiper les évolutions réglementaires et de répondre aux attentes des parties prenantes. Elle a également conduit à optimiser les processus de collecte et d'analyse des données, en améliorant la précision des mesures.

En 2024, Drouault a adopté la même méthodologie afin d'assurer la cohérence et la comparabilité des résultats. Son analyse a révélé des sources d'émissions similaires, confirmant la nécessité d'actions ciblées.

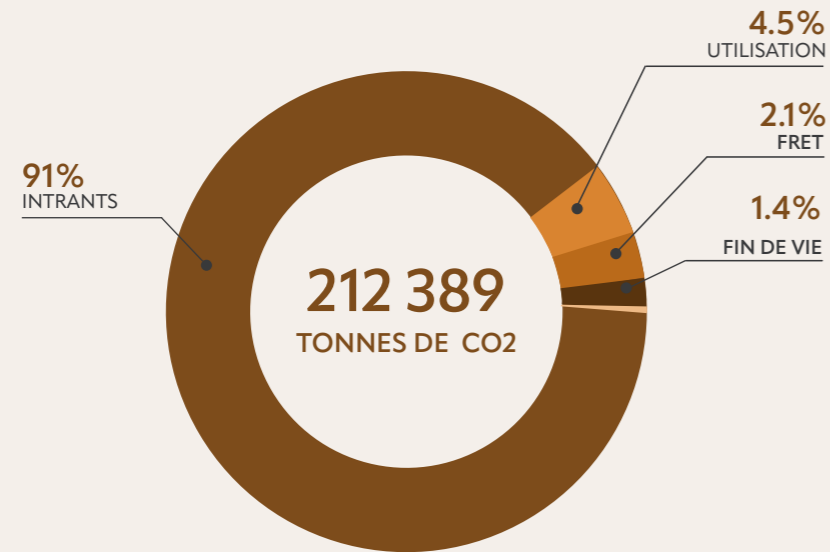
En 2025, le groupe a poursuivi sa stratégie de décarbonation en réalisant le bilan carbone de LDM. L'objectif était d'évaluer l'impact environnemental de l'entreprise afin de l'inscrire dans la même trajectoire de réduction que DODO et Drouault. Les principales sources d'émissions identifiées sont, une fois encore, les achats, l'usage des produits et le fret. Un plan d'actions de réduction a ensuite été élaboré en collaboration avec l'équipe projet et la direction.

Alignées sur les objectifs des Accords de Paris, les sociétés du groupe Home Heritage visent une réduction de 25 % de leur empreinte carbone d'ici 2030. Pour y parvenir, chacune déploie des initiatives adaptées aux postes les plus impactants :

- Achats : Augmentation des matières recyclées et durables, notamment le polyester pour DODO.
- Fret : Priorité aux modes de transport à faible impact, comme le train, et à une logistique optimisée.
- Usage des produits : Réduction du plastique vierge et promotion de la seconde vie des produits.



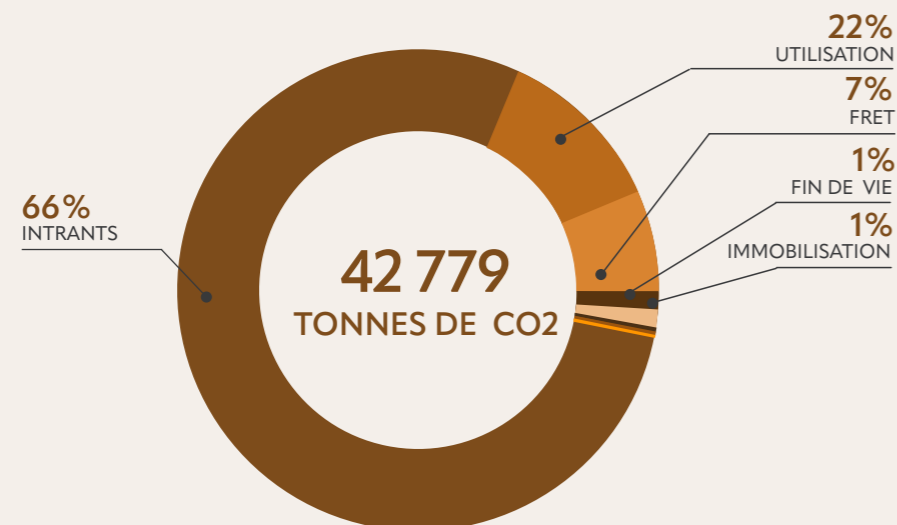
RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO2 LIÉES À L'ACTIVITÉ DE DODO



RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO2 LIÉES À L'ACTIVITÉ DE DROUAULT



RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO2 LIÉES À L'ACTIVITÉ DE LDM FRANCE



ECO-CONCEPTION DE NOS PRODUITS

Dans le cadre de notre démarche de développement durable, nous avons fait de l'éco-conception un axe de notre stratégie RSE. Pour structurer notre approche, nous avons été accompagnés par un cabinet spécialisé, expert de notre secteur. Cet appui nous a fourni des outils concrets, une méthode efficace et un benchmark sectoriel, nous permettant d'identifier les meilleures pratiques et de les adapter à nos activités.

Les équipes de DODO, Drouault et Anne de Solène ont été formées aux principes de l'éco-conception afin d'en comprendre les enjeux et d'agir de manière concrète. Chaque marque a défini son propre plan d'actions en s'appuyant sur trois critères essentiels :

- l'impact environnemental,
- la faisabilité,
- la valeur ajoutée.

Cette démarche couvre l'ensemble du cycle de vie de nos produits : de la conception au choix des matériaux, en passant par leur usage et leur entretien.

Drouault et Anne de Solène ont intégré ces principes dans leurs stratégies marketing et produits, tandis que DODO a mis en place un comité d'éco-conception, qui se réunit tous les trois mois pour suivre les avancées et explorer de nouvelles pistes d'amélioration.

Enfin, en favorisant la collaboration entre nos marques, nous encourageons le partage de bonnes pratiques et accélérons l'innovation pour développer des produits toujours plus durables.

Ces plans d'actions font partie d'une démarche globale, directement intégrée à notre offre produit. Ils sont conçus pour évoluer afin de rester alignés avec les enjeux RSE de l'entreprise. L'objectif est de mettre en place une stratégie concrète et opérationnelle, proche des équipes et intégrée dès la phase de conception des produits.



02. L'OFFRE PRODUIT

LES MATIÈRES

L'impact environnemental de nos produits dépend en grande partie des matières premières que nous utilisons. Nos équipes marketing et offre s'engagent à faire évoluer notre gamme en intégrant des matériaux plus durables et responsables. Cela se traduit par une sélection rigoureuse de matières à moindre impact (coton biologique, coton et polyester recyclés).

Cette ambition est partagée par toutes les sociétés du groupe : dans les années à venir, nous avons pour objectif d'augmenter significativement la part de matières responsables dans nos approvisionnements. Cela s'inscrit dans une démarche globale visant à réduire notre empreinte environnementale tout en garantissant des produits de haute qualité, respectueux des ressources naturelles.

Chez Drouault, cette transition s'appuie sur une collaboration étroite entre les équipes Innovation Produits, R&D et Méthodes. Ensemble, elles explorent, testent et industrialisent de nouvelles matières afin de concevoir des produits toujours plus innovants et respectueux de l'humain et de son environnement.



41%

DE DUVET RECYCLÉ
POUR DROUAULT

20%

D'ACHAT DE MATIÈRES
RESPONSABLES

31%

DE COTON BIOLOGIQUE
DANS LES ACHATS MATIÈRES
LDM EN 2025
(CONTRE 24 % EN 2024)

LE COTON BIOLOGIQUE CHEZ

ANNE
DE
SOLÈNE
PARIS - 1906

Afin de proposer des produits toujours plus respectueux de l'environnement, nous avons intensifié notre engagement en faveur du coton biologique dans nos collections Anne de Solène.

Plus durable que le coton conventionnel, ce matériau est cultivé sans produits chimiques et dans des conditions préservant la santé des sols. Ses fibres naturellement résistantes garantissent également une longévité accrue.

Aujourd'hui, 80 % de notre collection de linge de lit imprimé est confectionnée en coton biologique, et une grande partie de nos nouvelles créations sont certifiées GOTS (Global Organic Textile Standard).

Ce label, reconnu pour son niveau d'exigence, garantit non seulement une culture respectueuse de l'environnement, mais aussi des conditions de production éthiques conformes aux standards de l'Organisation internationale du travail (OIT).

Progression de la part de coton biologique dans les achats matières de LDM : 24 % en 2024 à 31 % en 2025.

LES FIBRES GRS ET LA PRODUCTION ÉCO-EFFICIENTE



Chez DODO, le choix des matières premières est au cœur de la démarche environnementale. L'entreprise privilégie les fibres de garnissage certifiées GRS (Global Recycled Standard), garantissant l'utilisation de matières recyclées tout au long de la chaîne de production. Elle respecte des critères environnementaux et sociaux exigeants. Cette certification assure la traçabilité des fibres, limite l'impact lié à l'exploitation de ressources vierges et contribue à la réduction des déchets. En combinant performance, confort et durabilité, DODO® propose des produits de qualité supérieure, conçus pour répondre aux attentes des consommateurs tout en s'inscrivant dans une logique d'économie circulaire.

Les garnissages traditionnels sont souvent lourds et demandent de grands volumes de fibres ou de tissus, entraînant des impacts environnementaux importants. L'objectif est de réduire le poids du garnissage tout en préservant ses performances, telles que la fermeté et l'isolation thermique, et de développer des fibres et tissus plus performants. Cette démarche permet de générer des gains environnementaux mesurables sur l'ensemble de la gamme, en conciliant qualité, confort et durabilité.

45%

DES ACHATS DE MATIÈRES
DE DODO SONT
CERTIFIÉS
GRS



DES PRODUITS PLUS DURABLES

Au sein des sociétés Home Heritage, notre engagement va au-delà du choix des matières premières : nous concevons des produits de qualité, pensés pour durer.

Chez LDM FRANCE, nous concentrons nos efforts sur trois leviers essentiels : la sélection des matières, la qualité des colorants et la précision des confections. Pour notre linge de lit et de bain haut de gamme, nous privilégions le coton peigné, une fibre longue et résistante, réputée pour sa douceur et sa tenue exceptionnelle dans le temps.

La durabilité passe aussi par la qualité des teintures et colorants utilisés lors du processus d'ennoblissement. Ils garantissent une excellente tenue des couleurs et des motifs, lavage après lavage, y compris à haute température.

Pour assurer la longévité de nos produits, nous menons des tests exigeants en laboratoire : contrôle du retrait après lavage, vérification de la résistance des teintures et impressions, et évaluation de leur tenue aux cycles d'entretien. Cette rigueur nous permet de proposer des articles conçus pour durer tout en optimisant leur impact environnemental.

Nous encourageons un entretien plus responsable en recommandant un lavage à 40°C plutôt qu'à 60°C pour certains articles. Une initiative simple et efficace qui permet de préserver la qualité des textiles tout en réduisant la consommation d'eau et d'énergie.

FOCUS SUR LE PROJET DURHABI

LDM France a participé activement au projet DURHABI, une initiative collaborative pilotée par l'Institut Français du Textile et de l'Habillement (IFTH). Ce projet vise à définir une méthodologie fiable et partagée pour mesurer la durabilité physique des textiles, c'est-à-dire la résistance des produits à l'usage réel.

Le projet a réuni un consortium pluridisciplinaire d'environ 80 marques, incluant acteurs industriels, laboratoires et fédérations professionnelles, avec le soutien d'organismes publics tels que l'ADEME et Refashion. Il a porté sur l'analyse de 10 000 articles et la réalisation de plus de 70 000 tests, permettant de croiser données techniques, essais en laboratoire et retours d'usage. L'objectif final est d'établir des référentiels robustes pour évaluer et améliorer la durabilité des textiles.

Anne de Solène a tiré de nombreux bénéfices de sa participation à ce projet. Elle a pu intégrer des méthodologies scientifiques pour mesurer la durée de vie des produits et accéder à des résultats consolidés issus de campagnes de tests et d'enquêtes auprès des consommateurs. Elle a également mieux compris les causes d'usure les plus fréquentes. Ces enseignements constituent des leviers précieux pour améliorer la durabilité des produits.

Cette collaboration illustre pleinement la volonté de LDM FRANCE de travailler avec d'autres acteurs de la filière pour faire progresser collectivement les pratiques durables. Le partage de savoir-faire et de retours d'expérience contribue à accélérer la transition vers une consommation textile plus responsable, transparente et axée sur la qualité réelle des produits. Ce partenariat renforce également le réseau de l'entreprise et enrichit son expertise interne, affirmant son rôle au sein d'une industrie textile plus durable.

UTILISATION DU PRODUIT

Dans cette optique, le Groupe adopte des pratiques innovantes pour optimiser l'usage de ses produits et en réduire l'empreinte environnementale. Le programme Clever Care, déployé par les marques Toison d'Or et Domiva, illustre cette approche.

Clever Care est un outil conçu pour accompagner les consommateurs en leur fournissant des recommandations claires. Il favorise des pratiques qui préservent la qualité des produits tout en limitant la consommation d'eau et d'énergie. Cette initiative s'inscrit dans une démarche vertueuse : moins d'usure prématurée, moins de gaspillage et une empreinte carbone réduite.

Grâce à l'innovation textile, les produits intègrent des matériaux intelligents et des fibres thermorégulatrices. En hiver, ils conservent la chaleur sans nécessiter de chauffage excessif, tandis qu'en été, ils favorisent la fraîcheur, limitant ainsi le recours à la climatisation. Cette approche améliore non seulement le confort des utilisateurs, mais contribue également à une diminution significative de la consommation énergétique des ménages.

LA CERTIFICATION DOWNPASS



Drouault est certifiée Downpass, une garantie que le duvet et les plumes sont collectés de manière éthique et selon des procédés hygiéniques stricts. Cette certification atteste que les matériaux proviennent de sources responsables, sans souffrance animale, et que l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement respecte des standards rigoureux de traçabilité et de qualité. En privilégiant des matériaux certifiés Downpass, Drouault affirme son engagement en faveur de produits plus durables et responsables.



Chez Drouault, l'allongement de la durée de vie des produits passe par l'accompagnement des clients. Une rubrique dédiée sur le site fournit des conseils d'entretien pour les couettes, oreillers, surmatelas, linge de lit et protections literie. Une vidéo explicative présente les températures de lavage recommandées et les bonnes pratiques quotidiennes pour optimiser la longévité des produits. Le guide d'entretien destiné aux hôtels a été révisé en 2025 pour mieux accompagner l'usage professionnel des produits et en prolonger la durée de vie.



LDM FRANCE vise l'objectif de zéro plastique vierge.



La marque propose des housses en PPK, une résine fabriquée à partir d'émissions de carbone captées, contribuant ainsi à la réduction des gaz à effet de serre.

95%

DES CARTONS SONT LABELLISÉS FSC/PEFC*

29

TONNES DE PLASTIQUE VIERGE ÉCONOMISÉES POUR DODO, DROUULT ET ANNE DE SOLÈNE



Afin de réduire son impact, la marque a développé des emballages en polyéthylène recyclable, ainsi que des alternatives innovantes, comme des sacs en kraft issus de pulpe de bois et des packagings en PLA, un matériau biosourcé à base d'amidon de maïs.

RÉDUCTION DES PACKAGINGS

L'optimisation de nos emballages joue un rôle clé dans la réduction de notre empreinte carbone et la limitation des déchets. Conscientes de cet enjeu, nos équipes marketing repensent depuis plusieurs années nos packagings afin d'éliminer le superflu, d'améliorer leur recyclabilité et d'intégrer des matériaux plus durables. Chaque marque du Groupe met en place des solutions concrètes et développe de plus en plus d'emballages conçus à partir de matériaux recyclés, à faible impact, biosourcés ou recyclables.

Au-delà de la sélection des matériaux, nous améliorons également l'impact logistique de nos emballages. Poyet Motte a ainsi repensé la livraison des couvertures aux collectivités : en remplaçant les cartons volumineux par des balles pressées sur palettes, la marque a réduit de moitié le volume transporté, diminuant ainsi significativement l'empreinte carbone de ses expéditions.

Chez DODO, l'opération Top Couette a été déployée en 2024 et 2025. Elle utilise une housse 100 % recyclée et recyclable. Ce conditionnement, en plus d'être plus responsable, permet de compresser les couettes et de réduire leur volume. Cette méthode optimise l'espace lors du transport et contribue à limiter l'impact environnemental. Le premier déploiement a rencontré un franc succès, avec plus de 81 000 unités vendues entre août 2024 et mars 2025.

Drouault poursuit sa démarche progressive pour réduire l'impact environnemental de ses emballages. Les packagings des oreillers et traversins ont déjà été remplacés par de l'intissé recyclé, avec l'objectif d'atteindre des emballages 100 % recyclés et recyclables. De nouveaux conditionnements ont également été mis en place pour la protection literie. Parallèlement, la marque propose des solutions réutilisables, comme des tote bags pour les sets de voyage, afin de réduire le gaspillage et de favoriser une consommation plus responsable.

* Concerne 80% des sociétés du Groupe.

03. LE PROCESS DE FABRICATION

Les activités industrielles du Groupe Home Heritage sont implantées dans 6 départements (Moselle, Sarthe, Rhône, Vosges, Nord, Marne) où sont localisées des usines (DODO, Drouault, Poyet Motte) et des plus petits ateliers de confection (CDV, Lamy, Textiles Lasson).

Sur chacun de ces sites, le pilotage des consommations et des investissements permet la réduction de l'utilisation d'eau, d'énergie, de matières premières, de déchets et participent à une meilleure maîtrise de l'impact environnemental de leurs activités.

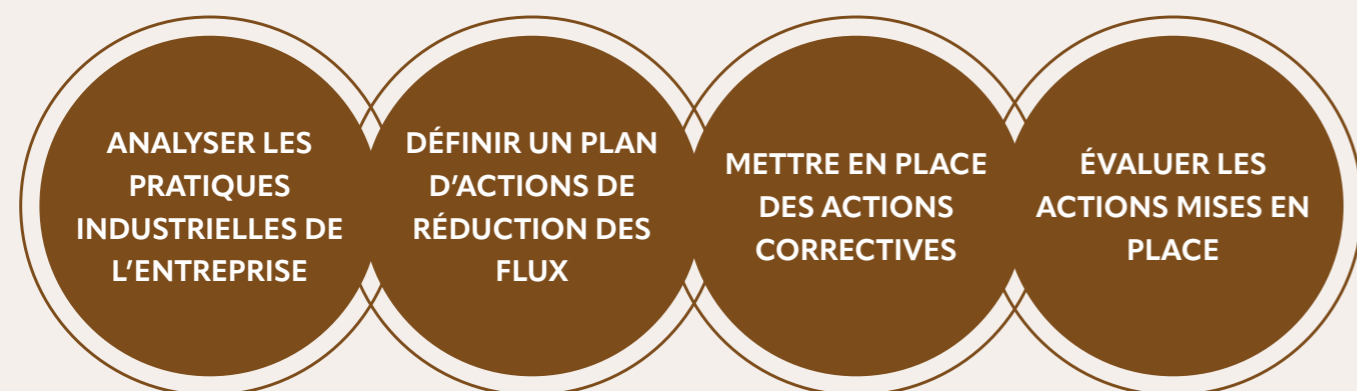
Les sociétés DODO et Drouault ont engagé une démarche ambitieuse visant à réduire durablement leur empreinte énergétique et à améliorer la performance de leurs installations industrielles.

Dans ce cadre, le site DODO de Saint-Avold a réalisé un premier audit en 2021, validant sa conformité aux exigences du référentiel LNE. Cet audit a permis de mettre en œuvre des actions concrètes, telles que l'optimisation des températures des locaux serveurs, la détection des fuites d'air comprimé et la modernisation de certains équipements.

Pour poursuivre cette dynamique, un nouvel audit énergétique a été conduit en 2025. Au-delà de la conformité réglementaire, cette initiative s'inscrit dans une logique d'amélioration continue. Les analyses ont permis d'identifier de nouvelles pistes d'optimisation, comme un suivi énergétique renforcé grâce à une mesure plus fine et plus granulaire des consommations.

Drouault, dont l'activité repose sur des procédés nécessitant de l'eau, optimise ses processus pour limiter sa consommation. A titre d'exemple, un système de récupération ingénieux permet de réutiliser l'eau du dernier rinçage pour le premier lavage, réduisant ainsi le gaspillage sans altérer la qualité du traitement.

En 2023, le site du Mans a participé au dispositif Diag Eco-Flux. Il s'agit d'un dispositif qui prévoit l'accompagnement d'entreprises par des bureaux d'études spécialisés en optimisation de flux (eau, énergie, matières, déchets), dont la mission consiste à :

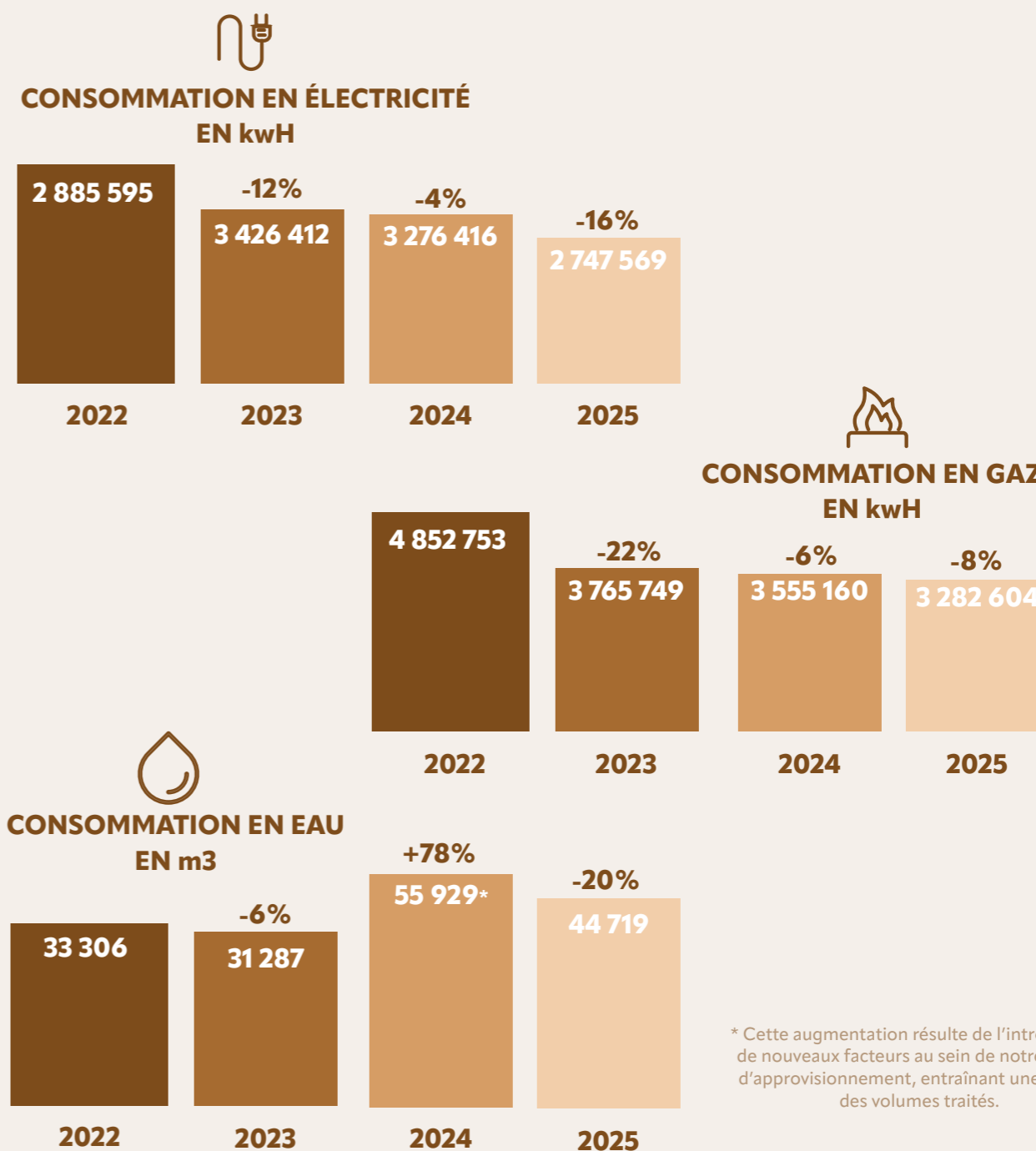


Grâce au rapport de restitution de son Diag Eco-Flux, la société Drouault, engagée dans une démarche d'amélioration continue, a prévu des mesures correctives et investi 70 000 € pour optimiser sa consommation énergétique. Ces investissements ont porté sur l'éclairage LED, un compresseur variable, l'isolation et le renouvellement de deux chaudières.

Plus largement, les sites Home Heritage, dont DODO, Textiles Lasson et Poyet Motte, accélèrent leur transition énergétique en généralisant l'éclairage LED et en optimisant le chauffage grâce à la récupération de chaleur industrielle et à la modernisation des chaudières.

D'autres initiatives, comme l'installation de compresseurs modulaires et le recyclage des eaux de rinçage, s'inscrivent dans cette dynamique d'amélioration continue, affirmant l'engagement du groupe en faveur d'une performance énergétique durable.

RÉDUIRE EN MESURANT : AUDIT ÉNERGÉTIQUE ET INVESTISSEMENTS D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE



03. LA FIN DE VIE

GESTION DES DÉCHETS : TRI ET TRAITEMENT

A. RÉDUIRE LA QUANTITÉ DE DÉCHETS

Afin de réduire la quantité de déchets générés par les activités des sites Home Heritage, les processus de production ont été optimisés pour minimiser au mieux les chutes textiles à chaque étape de la fabrication de leurs produits.

96%
DES DÉCHETS
SONT TRAITÉS
OU RECYCLÉS*



Dès 2017, DODO a investi dans un système de coupe innovant intégré à ses piqueuses multi-aiguilles. Résultat : une réduction de 32 % du volume de chutes textiles et fibres lors de la finition des couettes. De nouveaux investissements ont encore renforcé cette performance, améliorant l'efficacité et limitant l'impact environnemental.



Pour optimiser l'utilisation des matières premières et de l'énergie, Poyet Motte a adopté dès 2020 une technologie de découpe et soudure par ultrason. Ce procédé de pointe permet d'économiser matière et énergie en réduisant les étapes de fabrication, tout en garantissant une précision et une qualité supérieures. L'automatisation de cette étape a aussi un impact positif sur les conditions de travail, en réduisant les gestes répétitifs et les risques de troubles musculosquelettiques (TMS).

* Concerne 64% des sociétés du Groupe.

B. TRIER LES DÉCHETS

Les différents sites trient, recyclent et valorisent leurs déchets. L'enjeu est de réduire au maximum la quantité de déchets ultimes. Sensibilisés aux bonnes pratiques, nos collaborateurs assurent un tri efficace, tandis que les services QSE veillent à ce que chaque déchet valorisable trouve sa filière de recyclage. Entre 2021 et 2022 la quantité de déchets ultimes chez DODO a pu être réduite de moitié.



Chez DODO, plusieurs initiatives renforcent cette démarche. L'entreprise, déploie également les Batribox, un dispositif destiné à collecter et recycler les piles et batteries usagées. Ces déchets, souvent jetés de manière inappropriée, contiennent des matières pouvant être réutilisées, mais aussi des substances susceptibles de contaminer les sols et l'eau. Grâce aux Batribox, ces éléments seront collectés, puis traités afin de fabriquer de nouveaux objets, tels que des clés, des pièces automobiles ou encore des équipements électroniques



Chez POYET MOTTE et POYET MOTTE PUERICULTURE, le recyclage du papier et du carton permet d'optimiser l'utilisation des ressources. En 2025, les sites de Cours-la-Ville et de Saint-Victor ont collecté et recyclé 2 696 tonnes de matériaux, permettant ainsi d'éviter l'émission d'environ 4 tonnes de CO₂.



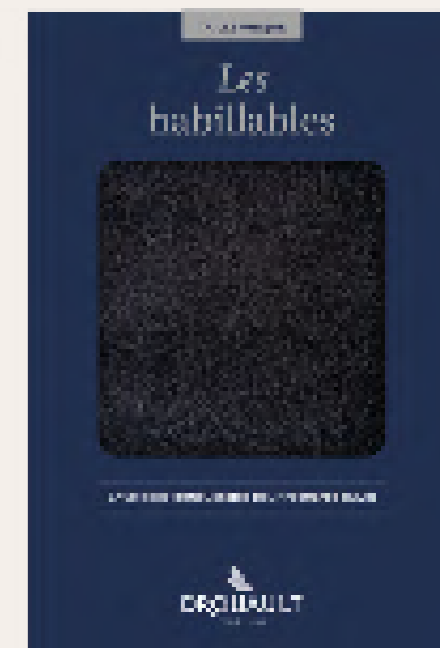
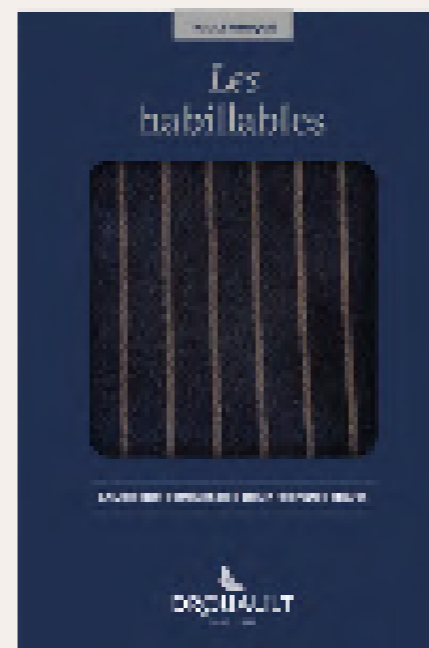


Plutôt que de voir les chutes de mousse comme des déchets, Drouault les transforme en opportunité. Récupérées auprès de fabricants d'ameublement, elles sont revalorisées grâce à des équipements de pointe, permettant de concevoir un garnissage à base de matière recyclée. Ce procédé a déjà permis de revaloriser 1 300 tonnes depuis sa création, dont 245 tonnes en 2025. La mousse ainsi récupérée est utilisée dans la fabrication d'oreillers et de surmatelas.

C. VALORISER LES DÉCHETS

Pour limiter le gaspillage et revaloriser les déchets, nous avons noué des partenariats avec des prestataires nationaux et locaux, permettant de retraiter aussi bien des déchets industriels classiques (carton, bois, plastique) que des matériaux spécifiques à la filière textile (fibres, garnissage, tissus).

Pour ses habillables d'écharpes, Drouault privilégie des tissus upcyclés, issus de chutes récupérées auprès de maisons de luxe. Cette démarche permet de créer des collections à l'empreinte environnementale réduite tout en maintenant le niveau d'exigence et de qualité attendu des produits Drouault. Cette initiative soutient l'économie circulaire, limite le gaspillage et encourage un modèle de production plus responsable.





Lamy offre une seconde vie aux chutes de rouleaux de tissus. En accueillant des stagiaires en couture issus du CAP tapissier d'ameublement, l'entreprise transforme ces tissus en housses de coussins et chemins de lit. Une démarche qui allie réduction des déchets, transmission des savoir-faire et création de produits uniques.

CTM Style

Au sein du groupe, de nombreuses initiatives ont été lancées pour améliorer la recyclabilité des produits et de leurs emballages. En 2025, CTM Style a réalisé une étude approfondie pour dresser un état des lieux complet de ses articles et packagings. L'analyse a notamment permis d'identifier les éléments compliquant le tri, comme les mélanges de matières.

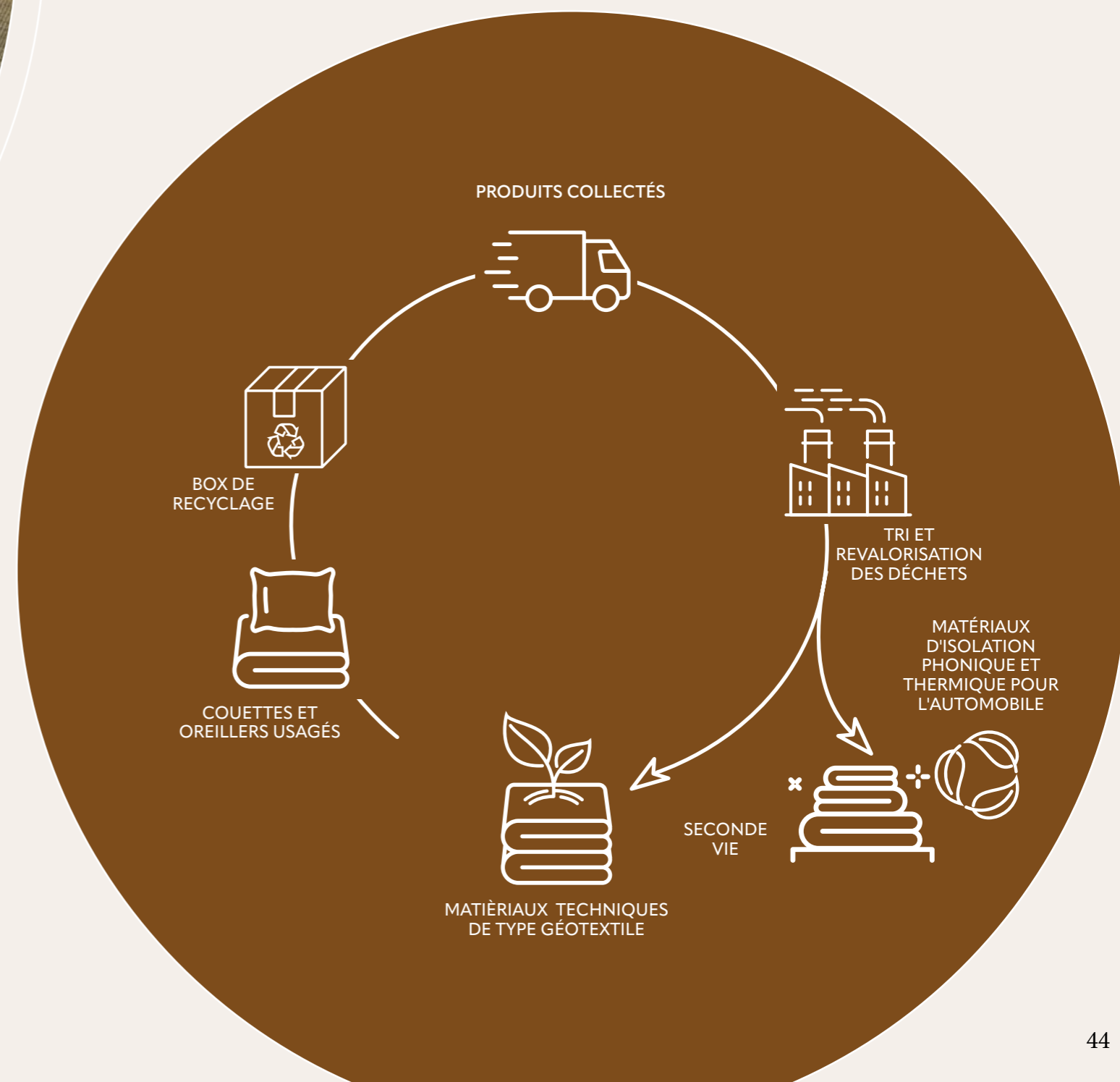
Cette analyse a permis de créer une matrice destinée à guider les stylistes dans leurs choix pour les futures collections, offrant une vision claire des impacts environnementaux potentiels de chaque décision.

Les prochaines étapes consisteront à appliquer ces principes et à intégrer les enseignements de l'étude pour concevoir des collections toujours plus durables.

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

A. PARTENARIAT POUR LA COLLECTE DES PRODUITS USAGÉS

Depuis 2016, un dispositif de recyclage permet aux consommateurs de déposer leurs couettes et oreillers usagés dans des magasins de proximité. En échange, ils reçoivent un bon de réduction de 50 % à faire valoir sur les produits Dodo® en rayon, à proximité de la box de collecte. Grâce à cette opération, ces produits usagés ont ainsi échappé à l'enfouissement et ont pu être envoyés dans une filière de retraitement capable de leur conférer une seconde vie. Ils ont notamment été revalorisés en matériaux techniques de type géotextile, ainsi qu'en matériaux d'isolation phonique et thermique pour l'automobile.





B. PARTENARIATS DANS L'HÔTELLERIE

Engagée dans une démarche d'économie circulaire, Drouault collabore avec des chaînes hôtelières afin de proposer des solutions de reprise des couettes et oreillers en fin de vie. Plutôt que d'être éliminés, ces articles sont collectés, triés puis orientés vers des filières adaptées. Un programme spécifique de reprise des couettes et oreillers en duvet a également été déployé auprès d'établissements partenaires, permettant l'extraction et le recyclage du duvet afin d'offrir une seconde vie aux matières.

En 2025, dans le cadre des opérations de renouvellement menées tous les trois ans auprès d'un large réseau hôtelier, environ 45 000 oreillers ont été collectés. À la demande de l'enseigne, les oreillers usagés ont été repris en vue de leur recyclage.

Les établissements conditionnent les produits usagés, puis les expédient vers l'entrepôt du Mans. Un éco-organisme partenaire mandate ensuite un transporteur pour l'enlèvement des palettes et leur acheminement vers des centres de traitement.

La moitié des volumes collectés est orientée vers une filière de recyclage dédiée à la fabrication d'isolants pour le bâtiment. L'autre moitié rejoint une filière de réemploi spécialisée dans la réutilisation de la fibre, après hygiénisation.

Cette organisation structurée sécurise les flux, valorise les matières récupérées et renforce l'inscription de Drouault dans une démarche de circularité concrète et mesurable.

C. OPÉRATION SECONDE VIE CHEZ LDM FRANCE

Depuis fin 2020, la société LDM FRANCE déploie l'opération Seconde Vie, permettant aux clients de rapporter leur linge de lit Anne de Solène d'anciennes collections en échange d'un bon d'achat sur les nouvelles gammes. Des boîtes de collecte sont installées dans les boutiques Anne de Solène pour récupérer ces parures.

Une fois collecté, le linge est envoyé à un ESAT partenaire, où il est lavé, trié et reconditionné avant d'être remis en vente dans le magasin de Talange. Ce modèle vertueux favorise non seulement la réutilisation des textiles, mais soutient également l'emploi local et l'insertion professionnelle.

En novembre 2023, lors du Salon ESPRITMEUBLE, cette initiative a été récompensée par le M Awards dans la catégorie éco-responsable, saluant ainsi l'engagement d'Anne de Solène en faveur de la revalorisation des textiles et de l'économie circulaire. Fort de cette reconnaissance, le Groupe poursuit ses efforts pour développer des solutions toujours plus durables et responsables.

2 042

PIÈCES ONT PU
ÊTRE RÉCOLTÉES

1 161

PIÈCES ONT
ÉTÉ REVENDUES



OPÉRATIONS DE DONNÉS

Les sociétés Home Heritage font régulièrement des dons à des associations nationales (Secours Populaire Français, Emmaüs, Les Restos du Cœur, Dons Solidaires, etc.) et locales (CCAS Metz, Notre Dame des Sans Abris, C.A.F.T).

22 950

MÈTRES DE TISSUS
DONNÉS AUX
ASSOCIATIONS PARTENAIRES
DES SOCIÉTÉS
HOME HERITAGE

56 608

PRODUITS DONNÉS
AUX ASSOCIATIONS
PARTENAIRES DES
SOCIÉTÉS
HOME HERITAGE

TÉMOIGNAGE DE CAMILLE BERNARD

LAMY
litterie • linge • déco

Nous travaillons avec Notre-Dame des Sans-Abris à Lyon depuis de très nombreuses années. Nous leur fournissons des matelas, des oreillers, des couvertures et du linge de lit. Nous faisons déjà des dons en nature sur de petits volumes tous les ans, sur des produits qu'ils consomment habituellement. Mais en janvier 2019, suite à des échanges avec cette association, j'ai appris qu'ils allaient monter un atelier de confection en interne pour confectionner des produits de décoration et/ou des articles destinés à leurs résidences. J'ai pensé aux nombreux rouleaux de tissus que nous avons en stock et qui n'étaient plus « à la mode » mais de premier choix. Depuis, nous leur donnons de très nombreux rouleaux : plus de 6000 m de tissus d'ameublement faisant de nous un des principaux soutiens de leur nouvelle structure LES GRANDES VOISINES, Tiers-lieu social et solidaire. Nous sommes très fiers de contribuer à la mise en place de ce nouveau lieu et à son fonctionnement.

**DROUULT**
PARIS - 1850

À l'occasion du 80e anniversaire du Secours populaire, Drouault, partenaire de longue date, s'associe à cet événement symbolique et réaffirme son engagement en faveur de la solidarité.

L'entreprise contribue concrètement aux actions destinées à soutenir les personnes les plus vulnérables sur son territoire.

LES SOCIÉTÉS
DODO, DROUULT,
TEXTILES LASSON
ET LDM FRANCE SONT
CERTIFIÉES



05. LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

Garantir des produits sûrs pour la santé des consommateurs est une priorité pour les sociétés du Groupe Home Heritage. Chaque article est conçu dans le respect des normes les plus strictes afin d'offrir une qualité irréprochable, sans risque pour l'utilisateur.

Pour répondre à cette exigence, le Groupe privilégie des fournisseurs certifiés Oeko-Tex, un label reconnu garantissant l'absence de substances nocives dans les textiles. Cette certification atteste que les produits sont exempts de composants allergènes ou cancérigènes et assure une traçabilité rigoureuse des matières utilisées. Home Heritage accompagne également ses partenaires dans l'adoption de ces standards afin d'étendre ces bonnes pratiques à l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement.

Au-delà de la protection des consommateurs, cette démarche s'inscrit dans une volonté plus large de production responsable et respectueuse de l'environnement. En misant sur la transparence et l'excellence, le Groupe fait de la santé et de la confiance de ses clients une véritable priorité.

En plus de la certification Oeko-Tex, certaines gammes des marques du groupe Home Heritage sont labellisées, afin de garantir la sécurité des consommateurs et des travailleurs de la chaîne de valeur.

La certification GOTS (Global Organic Textile Standard) garantit que les textiles sont issus de matières biologiques, cultivées sans pesticides ni produits chimiques nocifs, réduisant ainsi les risques pour la peau et la santé.

Le label Nomite certifie que les produits sont exempts d'acariens, offrant un confort sûr aux personnes sensibles ou allergiques.

Par ailleurs, DODO est membre de la Better Cotton Initiative, qui soutient une culture du coton durable, sans substances chimiques dangereuses pour l'utilisateur.

Dans le même esprit, Home Heritage privilégie des alternatives naturelles aux traitements chimiques traditionnels (antiacariens et antibactériens) en recourant, par exemple, à l'huile de lin ou à l'acide lactique, qui favorisent un environnement plus sûr tout en restant efficaces.

Ces initiatives témoignent de l'engagement d'Home Heritage à concevoir des produits alliant sécurité, confort et respect de l'environnement.



05 • LA FILIÈRE

01. LA TRANSPARENCE ET LA TRAÇABILITÉ

Les sociétés du groupe Home Heritage s'inscrivent au sein d'une filière textile où chaque acteur joue un rôle clé. Cette réalité impose une responsabilité qui dépasse leurs propres sites de production et bureaux. C'est pourquoi le Groupe met en place des actions concrètes pour renforcer la traçabilité de sa chaîne d'approvisionnement. L'un de ses objectifs majeurs est de mieux maîtriser l'impact environnemental et social de ses partenaires.

Home Heritage s'attache à construire des partenariats durables et de confiance avec ses fournisseurs. Ses exigences ne se limitent pas au prix et à la qualité, mais intègrent aussi des critères éthiques, sociaux et environnementaux.

Avec ces initiatives, Home Heritage affirme sa volonté de bâtir une filière textile plus transparente et responsable.



ACHETER RESPONSABLE

A. FORMATIONS

Les achats sont un levier important de la démarche RSE de Home Heritage, identifié comme un enjeu fort lors des échanges avec nos parties prenantes. Conscient de leur impact, le groupe a initié en avril 2023 une réflexion structurée sur ses pratiques, débutant par la formation «Mettre en place une démarche d'achats responsables durables», en partenariat avec la Fédération de la Maille, de la Lingerie & du Balnéaire.

Pour aller plus loin, 16 acheteurs et responsables QSE ont suivi un module complémentaire afin d'affiner leur expertise. Pour ce faire, Home Heritage s'est entouré de consultants expérimentés, anciens professionnels du textile, sélectionnés pour leur savoir-faire opérationnel et leur approche pragmatique.

L'objectif: renforcer les compétences des équipes, structurer la stratégie et ancrer durablement les achats responsables grâce à des outils de suivi.

B. RESSOURCES INTERNES

Ces formations ont conduit à un travail de structuration interne. Une cartographie des risques fournisseurs a été réalisée pour ajuster le niveau de vigilance en fonction des enjeux identifiés. En parallèle, une charte d'achats responsables formalise les attentes du Groupe en matière d'éthique, de respect des droits humains et d'impact environnemental. Chaque fournisseur s'engage à la respecter en la signant.

Un questionnaire d'évaluation a également été élaboré pour mieux appréhender la stratégie RSE des partenaires et s'assurer du respect des principes fondamentaux fixés dans la charte. Dès l'année prochaine, ses résultats seront intégrés aux critères de sélection des fournisseurs.

* Concerne 100% contre 91% en 2024 des sociétés du Groupe

** Concerne 80% des sociétés du groupe contre 64 % en 2024

En 2025, le groupe a renforcé ses dispositifs d'achats responsables en élaborant un référentiel opérationnel commun à toutes les entités. Une politique d'achats responsables a été rédigée à l'attention des équipes achats, qualité et RSE. Conçue pour être à la fois pragmatique et opérationnelle, cette politique oriente les actions quotidiennes et se décline en plusieurs volets :

- Principes directeurs
- Objectifs
 - Méthode d'évaluation des fournisseurs
 - Seuils d'exclusion
 - Procédure de désengagement
 - Gouvernance et rôles
 - Suivi et amélioration continue

La prochaine étape consiste à déployer cette politique dans toutes les sociétés, en préservant son cadre général tout en l'adaptant aux particularités de chaque entité.

AUDIT SOCIAUX

En 2025, un nouvel indicateur a été intégré au suivi des fournisseurs. Ceux situés hors de l'Union Européenne (UE) sont désormais interrogés sur la réalisation d'un audit social. Les fournisseurs implantés dans l'UE sont considérés conformes, leurs activités devant respecter les mêmes normes que celles du groupe. Cette démarche offre une vision complète de l'ensemble des fournisseurs, avec pour objectif de réaliser 100 % des audits sociaux.

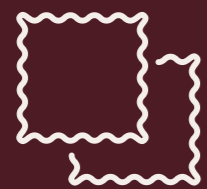
Certaines sociétés du groupe répondent également aux demandes de leurs partenaires en se soumettant à des audits sociaux. Dans ce cadre, DODO et Drouault ont été audités selon le référentiel ICS, afin d'évaluer leurs pratiques sociales et éthiques conformément aux normes internationales.

INDICATEUR RSE

Home Heritage a ajouté un indicateur RSE à l'évaluation globale de ses fournisseurs, pris en compte lors de la panel review des acheteurs. Cet indicateur repose sur plusieurs critères :

- Sociaux : présence dans l'UE ou réalisation d'un audit social
- Environnementaux : labels obtenus par le fournisseur
- Conformité aux politiques du Groupe : retour du code de conduite signé et questionnaire complété.

Il permet d'évaluer les fournisseurs de manière plus complète, en prenant en considération leurs pratiques RSE.



**NATURE DES RISQUES
DANS LE SECTEUR TEXTILE**



**MÉTHODE POUR
DÉRISQUER SES ACHATS**



**DÉFINIR SA STRATÉGIE
ACHATS RESPONSABLES**



**METTRE EN OEUVRE SA DÉMARCHÉ
D'ACHATS RESPONSABLES**

POUR ALLER PLUS LOIN

La traçabilité est un enjeu central pour Home Heritage, qui veille à maîtriser l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement. Pour garantir un suivi rigoureux, le groupe s'appuie sur une équipe dédiée en Chine, au plus près de ses fournisseurs.

Notre présence locale constitue un levier stratégique pour garantir le respect de nos exigences en matière de qualité, d'éthique et de responsabilité sociale environnementale. En multipliant les visites sur site, nous approfondissons notre connaissance des fournisseurs de rang 2 et 3, évaluons leurs pratiques et identifions des axes d'amélioration. Cette proximité favorise des échanges directs, renforce la collaboration et limite les déplacements longue distance, contribuant ainsi à la réduction de notre empreinte carbone.

Inscrite dans une démarche d'amélioration continue, cette approche nous permet d'accompagner nos partenaires vers des standards plus exigeants et des pratiques plus responsables. En élevant nos exigences, nous sécurisons notre chaîne d'approvisionnement et bâtissons des relations de confiance durables avec nos fournisseurs.

02. L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES

L'éthique des affaires est un enjeu pour Home Heritage, reconnu comme prioritaire dans sa matrice de double matérialité. Le groupe s'engage à adopter des pratiques exemplaires et met en place des dispositifs concrets pour garantir l'intégrité et la transparence de ses activités.

Pour prévenir tout risque éthique ou de non-conformité, Home Heritage a mené une cartographie des risques. Cette analyse permet d'identifier les points de vigilance, de les hiérarchiser et de déployer des mesures de contrôle adaptées.

La Charte éthique de Home Heritage traduit ses engagements. Elle fixe des règles claires en matière de conformité réglementaire, de responsabilité environnementale et de respect des droits humains. Véritable cadre de référence, la charte sensibilise l'ensemble des parties prenantes et les incite à adopter des pratiques en accord avec les valeurs du groupe.

En complément, un Code de Bonne Conduite définit les comportements attendus dans les relations professionnelles (intra et intersociétés). Ce document engage les collaborateurs à respecter les bonnes pratiques définies dans le Code, ainsi que les engagements de leur société en matière d'éthique des affaires, tant sur leur lieu de travail, que lorsqu'ils sont en lien avec des parties externes.

Pour garantir un cadre de travail sûr et transparent, Home Heritage a également instauré une procédure de signalement. Toute partie prenante confrontée à un manquement éthique, une fraude ou une violation des règles peut ainsi signaler la situation en toute confidentialité, assurant une prise en charge rapide et adaptée.

CTM
STYLE

Poussée par sa volonté de mieux maîtriser sa chaîne de valeur et encouragée par ses clients, CTM Style a adhéré à l'initiative BSCI et a souhaité y assurer pleinement son rôle de donneuse d'ordre dans la chaîne d'approvisionnement qui dépend d'elle. En adhérant au programme BSCI, les entreprises intègrent un réseau mondial d'organisations qui respectent un code de conduite strict en matière de droits de l'Homme et du travail, se basant sur le Pacte mondial des Nations Unies, ainsi que les règles de l'OCDE. Les fournisseurs des membres BSCI doivent alors s'engager à leur tour à respecter le code de conduite de la BSCI et sont par la suite soumis à des audits pour vérifier que les engagements sont bien tenus. L'adhésion de CTM Style à ce programme a contribué à mettre en place un accompagnement de ses fournisseurs dans la voie de l'amélioration des conditions de travail de leurs employés en vue de nouer de solides partenariats basés sur une éthique des affaires commune. La quasi-totalité de ses volumes approvisionnés sont actuellement produits par ces fournisseurs partenaires. Cette décision a grandement participé à faire évoluer notre parc fournisseur et à orienter nos achats selon cette certification BSCI.



— HOME HERITAGE —