

# RAPPORT RSE 2024





# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION. LE MOT DU PRÉSIDENT</b>	<b>3</b>
<b>01. LE GROUPE HOME HERITAGE</b>	<b>4</b>
01. Les valeurs, les activités et les implantations	
02. Le modèle d'affaires	
03. La vision et la stratégie	
<b>02. NOTRE DÉMARCHE RSE</b>	<b>9</b>
01. L'approche et la méthodologie	
02. La gouvernance et l'articulation de la stratégie RSE	
03. L'amélioration continue	
<b>03. LES ÉQUIPES</b>	<b>16</b>
01. La santé, la sécurité et le bien-être	
02. L'inclusion et la diversité	
03. La sauvegarde et la transmission des savoir-faire	
<b>04. LES PRODUITS</b>	<b>28</b>
01. Les mesures d'impact	
02. L'offre produit	
03. La fin de vie	
04. La santé des consommateurs	
<b>05. LA FILIÈRE</b>	<b>41</b>
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

**DROUULT**

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

# HOME-HERITAGE

### LES RESSOURCES INDISPENSABLES POUR LE GROUPE



**COLLABORATEURS**  
900 Salariés



**RESSOURCES FINANCIERES**  
Actionnariat familial



**ACTIFS MATERIELS**  
6 Usines & Ateliers  
4 Bureaux



**FOURNISSEURS STRATEGIQUES**

**ENGAGEMENT**

**SIMPLICITÉ**

**AGILITÉ**

**CRÉAVITÉ**

### NOTRE MISSION

*Offrir au plus grand nombre un maximum de confort*

### LA VALEUR CRÉÉE PAR LES ACTIVITÉS DU GROUPE



**183 millions d'euros**  
de chiffre d'affaires en 2024

### 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

### PRINCIPAUX PAYS D' APPROVISIONNEMENT

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

ASIE :  
Chine, Pakistan, Inde

### LES MARQUES





























# 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 :



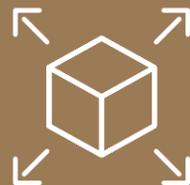
INNOVER EN PRODUITS,  
SERVICES ET EFFICACITÉ  
INDUSTRIELLE



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

## 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.



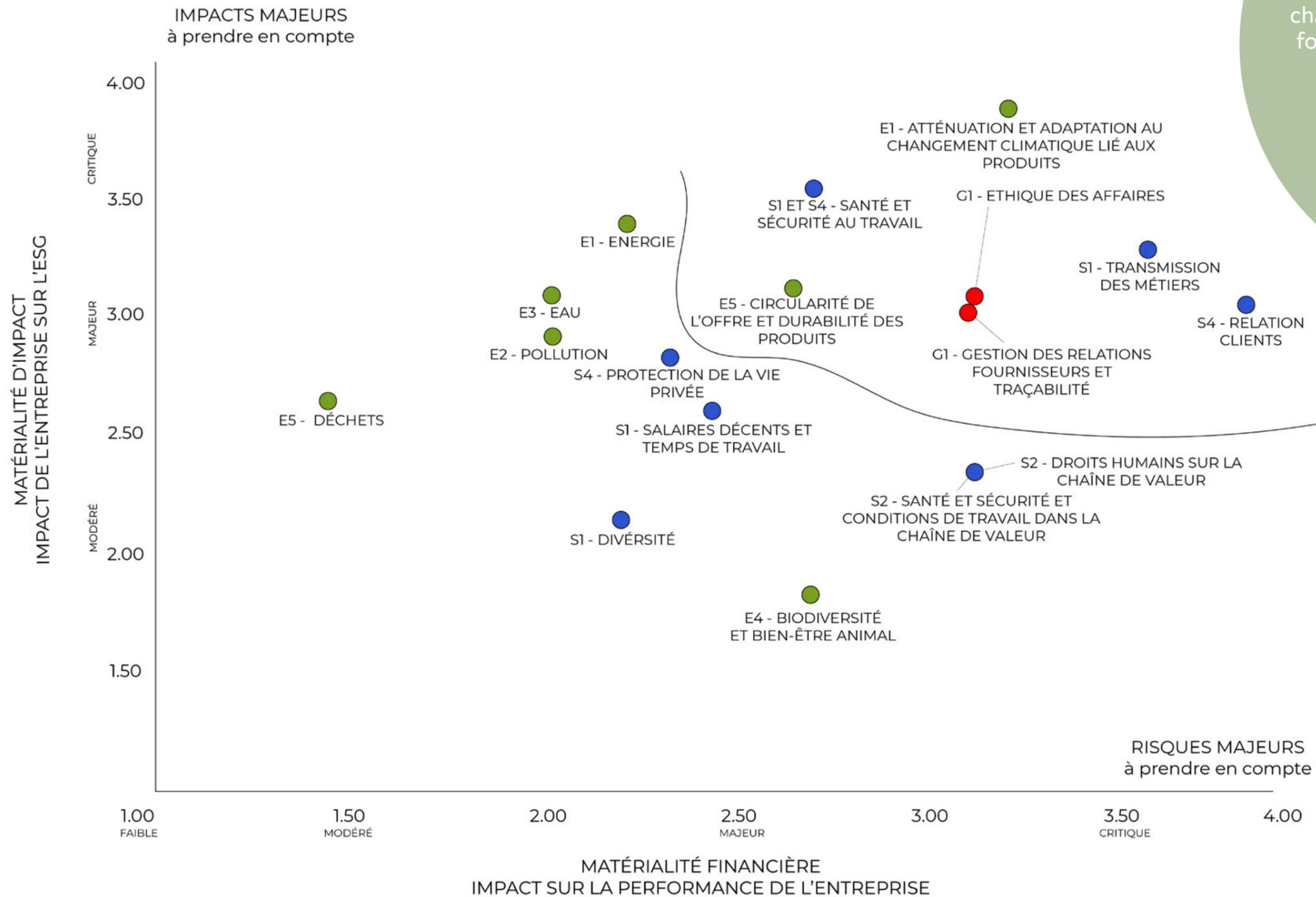
### ÉTAPE 2 : QUESTIONNAIRE QUANTITATIF

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 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).



# re-generation

## 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.



# 01

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



# 02

**CONCEVOIR  
UNE OFFRE  
RESPONSABLE**



# 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 sur un temps long 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.

# 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

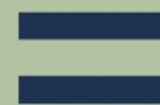


- Santé des consommateurs

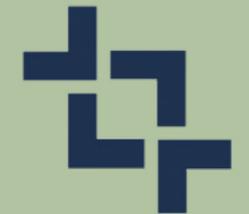


Signataire du **Pacte mondial des Nations Unies (UN Global Compact)** depuis 2020, Home Heritage s'engage à respecter et à faire valoir au quotidien les 10 principes universels regroupés en 4 grands domaines :

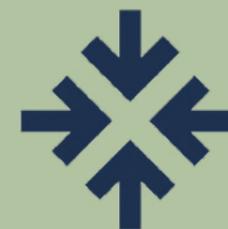
### WE SUPPORT



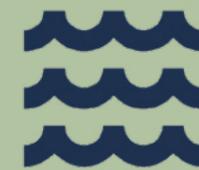
**DROITS DE L'HOMME**



**LUTTE CONTRE LA CORRUPTION**



**NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL**



**ENVIRONNEMENT**

## ÉVALUATIONS RSE

Nos partenaires nous associent fréquemment à leurs ambitions en matière de RSE et nous soumettent à des évaluations rigoureuses. Celles-ci nous permettent de mesurer notre degré de maturité, d'identifier nos axes d'amélioration et de définir nos objectifs futurs. L'une de ces évaluations est réalisée par 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 s'intéresse à un vaste spectre de systèmes de gestion non financiers (Environnement, Social & Droits Humains, Éthique et Achats Responsables) et évalue chaque entreprise sur des problématiques essentielles en fonction de sa taille, de sa localisation et de son secteur d'activité.

En 2023, les sociétés DODO et Lamy ont été récompensées par la médaille d'argent pour leurs engagements sociaux et environnementaux, se classant ainsi parmi les entreprises les mieux évaluées par l'organisme EcoVadis. DODO a choisi de réaliser son évaluation EcoVadis tous les deux ans.

En 2024, Drouault a obtenu le badge d'entreprise engagée à l'issue de sa première évaluation EcoVadis. Cette distinction reconnaît les entreprises ayant mis en place un système de gestion solide répondant aux critères de durabilité définis par EcoVadis.



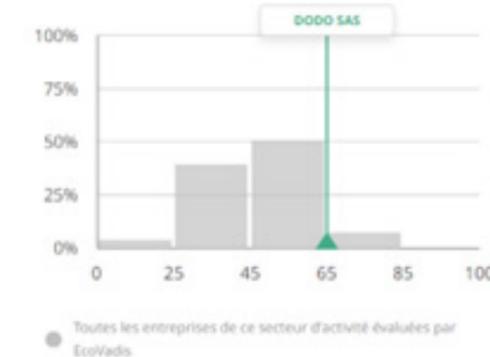
En mai 2024, les sociétés DODO, LDM FRANCE et CTM Style ont été soumises à une évaluation rigoureuse par le label RSE Positive Company, un label «made in France» reconnu pour son exigence. Cette évaluation, sollicitée par nos parties prenantes, repose sur le référentiel « Positive Scoring » qui s'articule autour de 4 piliers fondamentaux : activité, gouvernance, social et environnement. En plus de ces critères, des questions spécifiques ont été posées par nos parties prenantes pour affiner l'analyse.

Cette démarche d'évaluation, à la fois exigeante et stimulante, nous permet de faire évoluer régulièrement les priorités de notre stratégie RSE. De plus, elle favorise une collaboration étroite avec nos parties prenantes, nous permettant ainsi d'avancer ensemble et de répondre au mieux à leurs attentes.

DÉTAILS DU SCORE 2023



Répartition des scores globaux



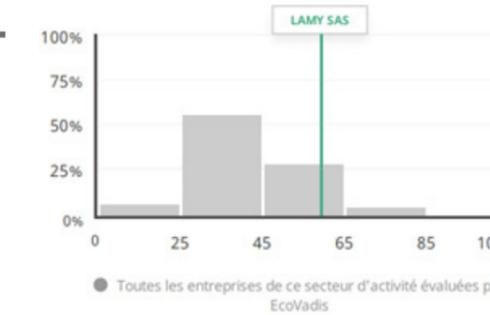
Comparaison des scores de thème



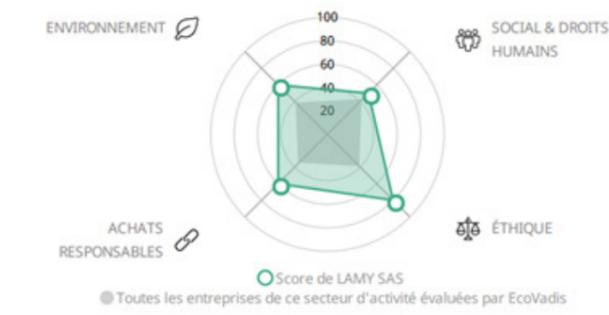
DÉTAILS DU SCORE 2023



Répartition des scores globaux



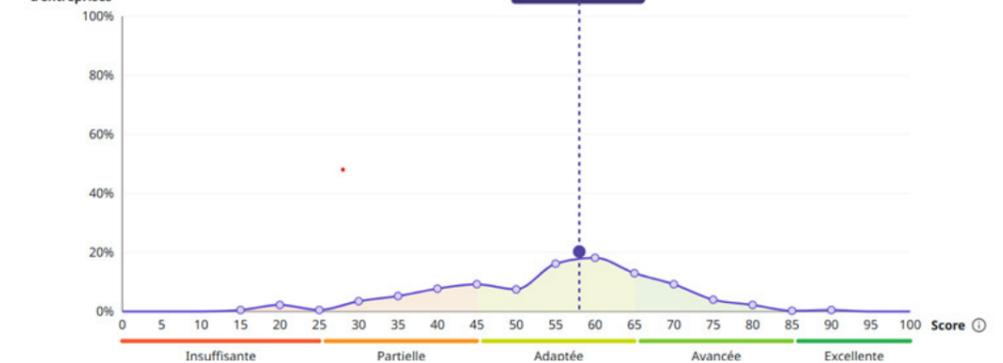
Comparaison des scores de thème



DÉTAILS DU SCORE 2024



Pourcentage d'entreprises



\* 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>



# 03. LES ÉQUIPES



900

SALARIÉS EN FRANCE



82%

DU PERSONNEL EN CDI



9 ans

ANCIENNETÉ MOYENNE  
DES CDI



# 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'Évaluation 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.

La sécurité en action chez



Le service QSE veille à ce que l'ensemble des collaborateurs des sites de Saint-Avold, qu'ils soient salariés ou intérimaires, puissent réaliser leurs missions en toute sécurité. Toute activité présente un risque, c'est pourquoi le service QSE communique de manière accrue (flash sécurité, affichage sécurité dans l'usine...) sur les différents risques et mesures de prévention. Chez DODO pour atteindre l'objectif « Zéro accident », les maîtres-mots sont prévention, communication et vigilance.

## TÉMOIGNAGE DE THOMAS DUBRAY PAIRIGOIS



Chez Drouault, la sécurité est une priorité. Chaque mois, nos flashs sécurité sensibilisent les équipes aux risques identifiés : presque-accidents, situations dangereuses ou enjeux saisonniers, comme la sécurité routière avant les congés. Grâce aux fiches de remontée d'actions sécurité, chaque collaborateur peut signaler un risque et contribuer à l'amélioration continue.

Nous communiquons régulièrement nos indicateurs de sécurité, tels que le nombre de jours sans accident, ainsi que les taux de fréquence et de gravité. Ces données sont présentées à chaque réunion du CSE.

Dans cette démarche d'amélioration continue, un audit complet de l'usine Drouault a été mené en 2024. L'intégralité des machines a été contrôlée par un organisme externe afin de garantir leur conformité et d'assurer la sécurité des opérateurs. À l'issue de cet audit, un plan d'actions a été établi pour traiter les axes d'amélioration identifiés, assurant ainsi un suivi rigoureux et structuré des mesures correctives.

En 2024, nous mettons l'accent sur les gestes, les postures et l'ergonomie, un enjeu prioritaire identifié dans notre document unique.



## FLASH SÉCURITÉ - 2024.12

### Risque Routier

A l'arrivée de l'automne puis de l'hiver, les risques routiers sont encore plus importants : déplacements de nuit, chute des températures, verglas, neige. Ils le sont également lors d'épisodes climatiques fortement dégradés : vent, pluie, brouillard...

*Les risques routiers sont considérés comme des risques professionnels.*

VRAI : Première cause d'accident mortel au travail, le risque routier est un **risque professionnel à part entière. 40 % des accidents corporels de la route implique des travailleurs** en déplacement professionnel.

**SE DÉPLACER QUE CE SOIT EN VOITURE, À PIED, À MOTO, À VÉLO OU EN TROTINETTE DOIT ÊTRE UN ACTE RESPONSABLE ET NE DOIT PAS ÊTRE PRIS À LA LÉGÈRE !**

**L'HIVER ARRIVE ... POUR VOTRE SÉCURITÉ, ADOPTEZ LES BONS RÉFLEXES !**

### PRÉCAUTIONS :

- Vérifiez l'état de votre véhicule **RÉGULIÈREMENT**  
Niveaux, pressions des pneus, éclairage, batterie, ventilation...
- Assurez-vous d'avoir les **ÉQUIPEMENTS DE SÉCURITÉ** nécessaire  
Gilet de sécurité (1 par passager), eau, triangle (1 ou 2 en fonction du pays )  
Casque pour les vélos, motos, trottinette **OBLIGATOIRE**
- Etudiez l'itinéraire **AVANT** de partir  
Vérifiez les prévisions météo et les conditions de circulations  
Respecter le code de la route (aussi valable pour les piétons !!)
- **NE DÉCROCHEZ PAS** votre téléphone  
Peu importe ce que vous dit votre chef ou votre client, il n'y a pas plus urgent que de rester EN VIE.  
Une conversation téléphonique accapare 80% de votre attention

**LA SÉCURITÉ C'EST L'AFFAIRE DE TOUS ET UNE VIGILANCE PARTAGÉE**

## PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Dans un souci d'amélioration continue, l'ensemble des responsables sécurité des différents sites partagent les plans d'actions, les enjeux et difficultés rencontrées mais aussi les pratiques inspirantes. Ces échanges permettent de créer des synergies, et d'améliorer l'ancrage de la culture sécurité dans chacune des sociétés.



En 2024, Drouault a initié des actions pour lutter contre les troubles musculosquelettiques (TMS), un enjeu de sécurité majeur sur les sites de production. Les gestes répétitifs effectués par les salariés sollicitent grandement leurs muscles et articulations, pouvant avoir un impact à terme sur leur santé. Une formation sur les gestes et postures au poste de travail a été dispensée à l'ensemble des salariés. Cette formation comprenait une partie théorique et une partie pratique réalisée directement sur le poste de travail. Un support recensant les bonnes pratiques a été remis à chaque salarié afin de garantir une application optimale des enseignements reçus.

Pour éliminer les risques identifiés sur certains postes de travail, des investissements ont été réalisés. Par exemple, une plateforme avec escalier a été installée pour renforcer la sécurité lors du nettoyage de machines. Cette installation vise à améliorer la sécurité et à réduire les risques d'accidents.

Afin de supprimer les risques liés aux ports de charges, aux positions de travail, ainsi qu'aux gestes et postures, des préhenseurs ont été installés pour la manipulation des cartons. Cette initiative a pour objectif de réduire les efforts physiques des salariés et d'améliorer leur confort au travail.



## 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.

### LE BIEN-ÊTRE EN ACTION CHEZ



Drouault s'engage pour le bien-être de ses collaborateurs, comme en témoigne le lancement de la Braderie Drouault. Cet événement de trois jours, dont une journée spécialement dédiée aux collaborateurs et à leurs familles, a permis aux participants d'acquérir des produits de literie (oreillers, couettes, protections de literie) à des prix réduits.

Elle renforce la notoriété de Drouault tout en stimulant une émulation positive parmi les collaborateurs. Cet événement favorise la création de liens entre eux, contribuant ainsi à un esprit d'équipe et à une atmosphère de travail conviviale. Avec plus de 6 000 participants sur deux jours, la braderie a été un véritable succès.

Drouault a également aménagé un terrain de pétanque au sein de son site du Mans, offrant ainsi à ses collaborateurs un espace de détente et de convivialité supplémentaire.

## TÉMOIGNAGE D'ÉLODIE STAUDT



### LE BIEN-ÊTRE EN ENTREPRISE ET LES MOMENTS DE CONVIVIALITÉ

Chez LDM FRANCE, France nous sommes convaincus que le bien-être de nos collaborateurs est essentiel à notre succès. Conscients que nos salariés sont dispersés à travers toute la France, nous mettons un point d'honneur à créer des moments de partage et de convivialité pour renforcer les liens au sein de nos équipes.

### MOMENTS DE PARTAGE ANNUEL

Chaque magasin est invité à organiser un repas collectif annuel. Ce moment privilégié, en dehors du cadre professionnel, permet à chaque membre de l'équipe de mieux se connaître et de renforcer les relations interpersonnelles. C'est également l'occasion d'échanger sur les axes de développement et d'améliorer la cohésion d'équipe.

### ÉVÉNEMENTS ET ATELIERS BIANNUELS

Deux fois par an, lors des présentations des collections, nous organisons des événements et des ateliers. Ces rencontres permettent aux salariés et aux différentes directions de discuter, de partager les problématiques rencontrées et de proposer des idées pour l'avenir. Ces moments sont essentiels pour favoriser l'innovation et l'amélioration continue au sein de notre entreprise.

### PETIT DÉJEUNER MENSUEL

Chaque mois, nous organisons un petit déjeuner où la direction partage les chiffres clés, les ambitions, et les réussites ou défis rencontrés. C'est un moment de transparence et de communication ouverte, où chacun peut évoquer les projets en cours et revenir sur les événements marquants du mois. Ce rendez-vous est un véritable moment de partage et de cohésion.

Ces initiatives reflètent nos valeurs de créativité, qualité et excellence. Elles permettent de :

- Renforcer les liens entre les collaborateurs, malgré la distance géographique.
- Favoriser l'échange et la communication ouverte.
- Encourager l'innovation et l'amélioration continue.
- Créer un environnement de travail où chacun se sent valorisé et écouté.

En investissant dans le bien-être de nos salariés, nous construisons une entreprise plus forte et plus unie, prête à relever les 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 effectifs, des référents ont été nommés au sein de Home Heritage. Les référents harcèlement bénéficient d'une formation en matière de santé, de sécurité et de condition de travail, leur mission consiste à : Informer, prévenir et sensibiliser, reconnaître les signes du harcèlement, communiquer avec et accompagner les salariés témoins ou victimes de harcèlement, conseiller les salariés sur leurs droits et les procédures, adopter une position de médiateur propice à la résolution de litiges.

**7**  
**RÉFÉRENTS  
HARCÈLEMENTS**

\* concerne 92% des collaborateurs du groupe.

## 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.

### LE PARCOURS D'INTÉGRATION EN ACTION CHEZ



Chez DODO, le parcours d'intégration est minutieusement organisé pour assurer une transition fluide. Le responsable des ressources humaines reçoit tous les nouveaux CDI, procède à une revue de contrat et présente la politique RH lors d'une réunion dédiée. Cette réunion inclut également des sessions sur la Qualité, la Sécurité et l'Environnement (QSE), ainsi qu'une présentation des produits et des bureaux. Par la suite, selon les postes, certains collaborateurs auront une immersion de trois jours à l'usine, tandis que les autres bénéficieront d'une demi-journée de visite. Des points de suivi sont effectués le premier soir, la première semaine et le premier mois pour s'assurer de la bonne adaptation du collaborateur.

Pour les CDD, des sessions collectives et des entretiens individuels sont organisés. L'accueil se déroule le vendredi, suivi d'une réunion avec les ressources humaines et le service QSE. Ensuite, les nouveaux arrivants sont confiés à leur manager, ce qui leur permet d'être opérationnels dès le lundi. Un livret d'accueil est envoyé par mail à tous les nouveaux arrivants.



## PROMOUVOIR LA COMMUNICATION INTERNE

Home Heritage adopte des approches différentes pour gérer une communication interne adaptée aux différents besoins de ses équipes soit par le biais de mails soit par des campagnes d'affichages. Les sociétés Drouault et LDM FRANCE ont fait le choix de partager des newsletters internes. Au-delà de la communication interne écrite, des événements sont organisés pour que les équipes se familiarisent aux produits et connaissent les innovations développées chaque année par les services marketing.

Chez DODO, par exemple, l'ensemble des collaborateurs a été invité à découvrir, dès la rentrée, la nouvelle collection et les innovations présentées dans le showroom de Saint-Avold. Dans le même esprit, les sociétés LDM FRANCE, CTM Style et Toison d'Or organisent chaque saison des conventions réunissant les équipes pour échanger autour des tendances du marché, des nouvelles offres produits et des projets à venir.

## MANAGEMENT

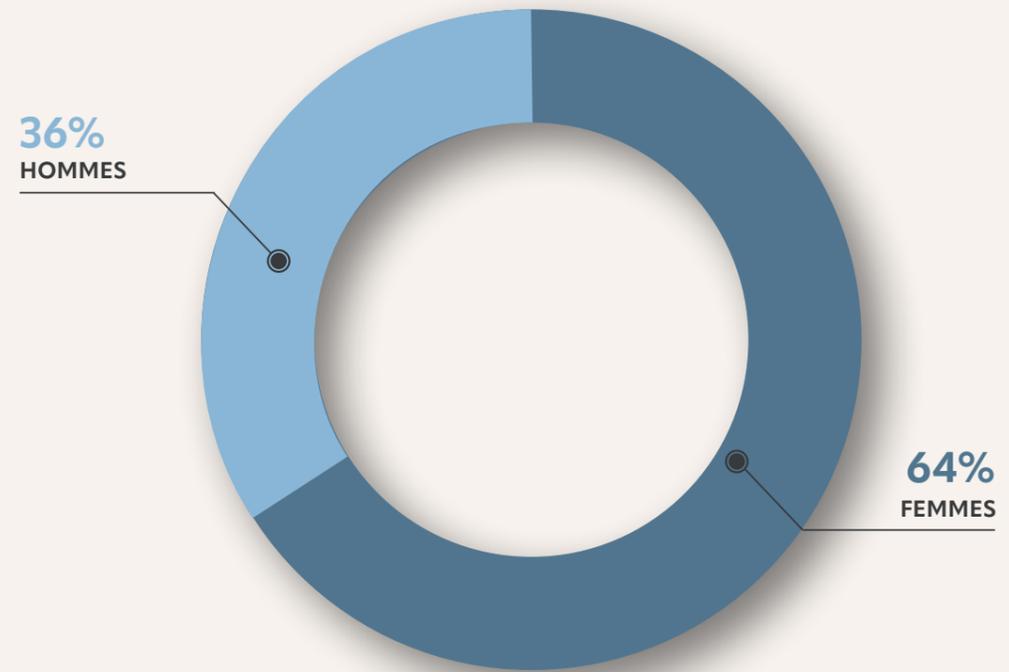
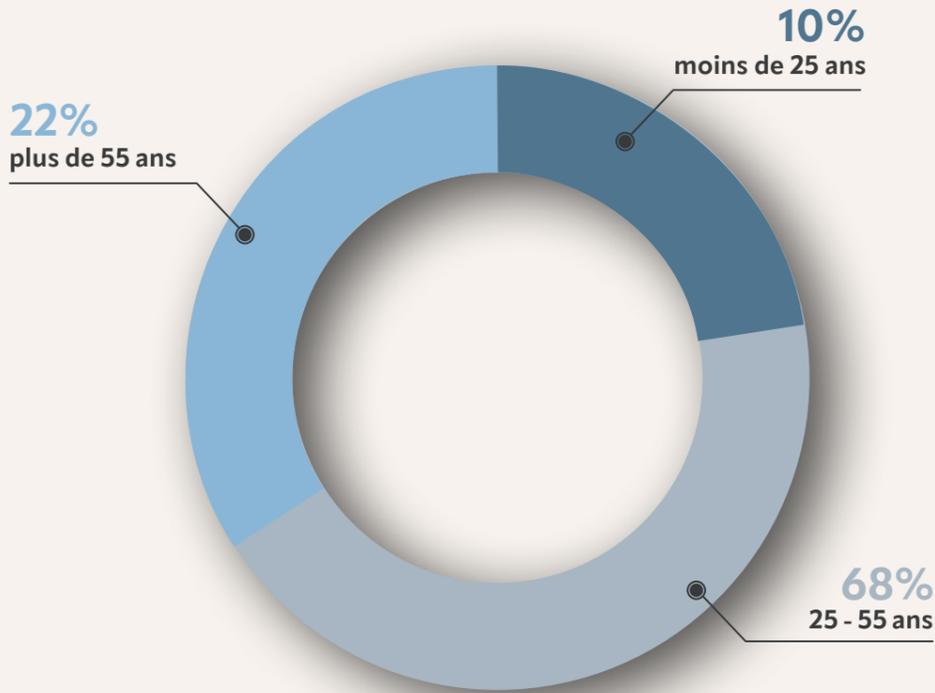
Chez Home Heritage, le développement des compétences managériales est essentiel. En 2024, 36 encadrants ont suivi des formations pour garantir un encadrement à la fois efficace et bienveillant. Ces sessions ont permis de renforcer leurs compétences en gestion d'équipe et en communication. Grâce à ces 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  
**91 / 100**



### INDEX ÉGALITÉ FEMME HOMME 2024



ÉCART DE RÉMUNÉRATION FEMME / HOMME

**36/40**



ÉCART TAUX D'AUGMENTATION INDIVIDUELLE

**20/35**



INDICATEUR SEXE MOINS REPRESENTÉ

**5/10**



INDICATEUR RETOUR CONGÉ MATERNITÉ

**15/15**

SCORE GLOBAL  
**87 / 100**



### INDEX ÉGALITÉ FEMME HOMME 2024



ÉCART DE RÉMUNÉRATION FEMME / HOMME

**37/40**



ÉCART DE RÉPARTITION DES PROMOTIONS

**15/15**



ÉCART DE RÉPARTITION DES AUGMENTATIONS INDIVIDUELLES

**20/20**



NOMBRE DE SALARIÉES AUGMENTÉES À LEUR RETOUR DE CONGÉ MATERNITÉ

**15/15**



PARITÉ PARMIS LES 10 PLUS HAUTES RÉMUNÉRATIONS

**0/10**

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.

# 7

## ESAT PARTENAIRES DES SOCIÉTÉS HOME HERITAGE EN 2024

### HANDICAP ET INCLUSION

En 2024, DODO a renouvelé sa participation à l'initiative Duoday dans le cadre de la Semaine du Handicap, en collaboration avec l'APEI de Moselle. Deux personnes ont été accueillies : l'une en production et l'autre au sein du service des ressources humaines. Cette journée a permis de sensibiliser les collaborateurs à la réalité du handicap et de favoriser la découverte mutuelle.

Chez Drouault, les responsables de service ont été sensibilisés au sujet du handicap par un agent de l'AGEFIPH. Ce fut l'occasion pour les managers du Mans de s'informer et de discuter de cet enjeu humain important.

### 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. À titre d'exemple, Drouault collabore avec trois ESAT partenaires, situés dans la Sarthe et le Cher, à qui la société a confié diverses missions, telles que la confection d'enveloppes d'oreillers, la reprise d'étiquetage, et la réparation de coutures défailtantes. La société LDM FRANCE, quant à elle, a établi un partenariat avec plusieurs ESAT, notamment à Pierrevillers et à Croix, 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.

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. Initié sur l'atelier Confection avec l'appui d'une alternante en Ergonomie du Travail, ce projet sera étendu aux ateliers Tissage, Ourdissage et Grazage.

## 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.

## LA FORMATION

Chez Textiles Lasson, afin d'optimiser le suivi de production, d'améliorer l'efficacité industrielle et d'intégrer les avancées numériques, nous avons initié une formation stratégique en partenariat avec l'Institut Français du Textile et de l'Habillement (IFTH). Pendant 16 jours, cinq encadrants ont renforcé leur expertise pour mieux appréhender la digitalisation des machines de production et optimiser la gestion des processus industriels.

Cette formation marque une véritable montée en compétences des équipes. En développant une vision plus précise des enjeux industriels et en perfectionnant leurs pratiques, nos encadrants gagnent en expertise, en assurance et en capacité de décision. Cette évolution bénéficie à toute l'organisation : une production plus structurée, un suivi optimisé et une amélioration continue portée par des équipes engagées et autonomes.

Avec cette approche, Textiles Lasson réaffirme son engagement en faveur d'une industrie plus agile, plus performante et plus humaine.



25

STAGIAIRES  
ACCUEILLIS



35

ALTERNANTS  
FORMÉS

## 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.

## PARTENARIATS, CERTIFICATIONS ET ANCRAGE TERRITORIAL

En 2024, l'entreprise Drouault, reconnue pour son expertise, a renouvelé son label « Entreprise du Patrimoine Vivant » (EPV). Ce label distingue les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels, alliant tradition et innovation. Cette reconnaissance témoigne de l'engagement de Drouault à préserver et promouvoir ses compétences uniques.

En collaborant avec des partenaires locaux et en participant activement à la vie économique et sociale de sa région, Drouault renforce son ancrage territorial. L'entreprise collabore avec des acteurs locaux, comme des maisons de quartiers, et organise des événements visant à faire connaître ses produits et son savoir-faire. Ces initiatives permettent non seulement de sensibiliser les habitants aux activités de Drouault, mais aussi de créer des liens solides avec la communauté locale.

En novembre 2023, le Musée Plantagenêt a ouvert ses portes pour une exposition dédiée à l'histoire industrielle du Mans, rendant hommage aux entreprises qui ont façonné son identité. Parmi elles, Drouault, l'une des plus anciennes usines mancelles, incarne la transmission d'un savoir-faire et l'attachement à un territoire. Plus qu'une rétrospective, cet événement célèbre la mémoire collective d'une ville dont l'essor s'est construit grâce à ses acteurs économiques. À cette occasion, Drouault a invité ses salariés à une visite guidée privée, leur offrant un moment privilégié pour découvrir l'exposition dans un cadre exclusif.





# 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. L'objectif est d'identifier leurs 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 :



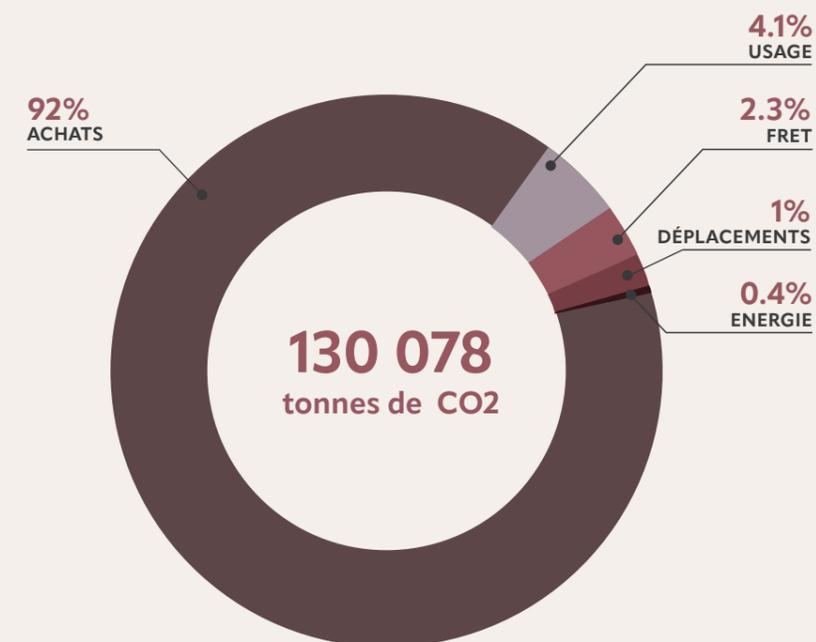
En 2023, DODO a réalisé un bilan carbone couvrant l'ensemble des trois scopes, mettant en évidence trois principales sources d'émissions : les achats, l'usage des produits et le fret. Ces résultats ont conduit à un atelier stratégique avec le comité de direction, qui a permis d'identifier sept projets prioritaires et de mettre en place un plan de décarbonation.

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.

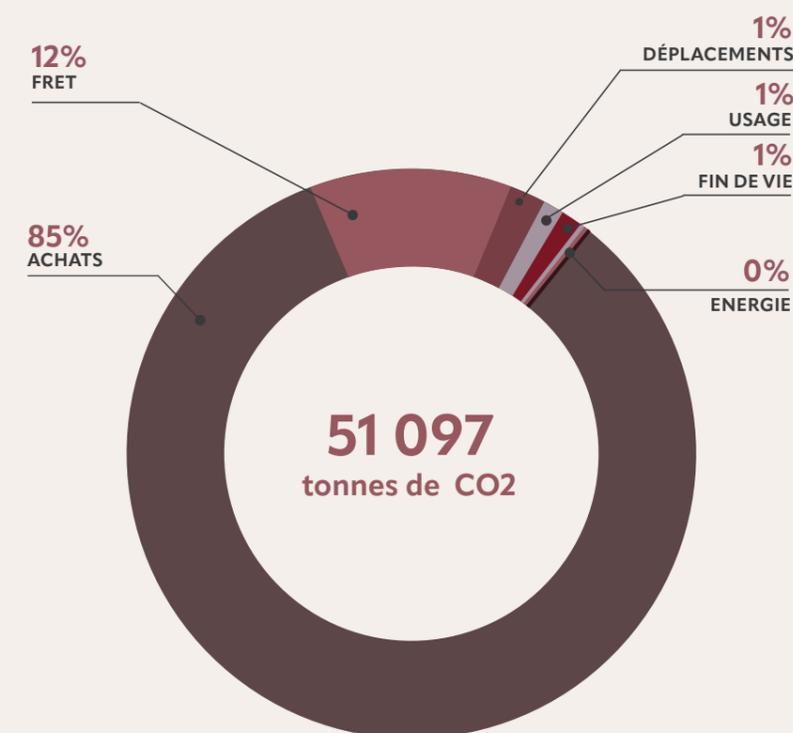
Alignés sur les objectifs des Accords de Paris, DODO et Drouault visent une réduction de 25 % de leur empreinte carbone d'ici 2030. Pour y parvenir, chacun déploie des initiatives adaptées aux postes les plus impactants :

- 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





## 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.



## 02. L'OFFRE PRODUIT

### LES MATIÈRES

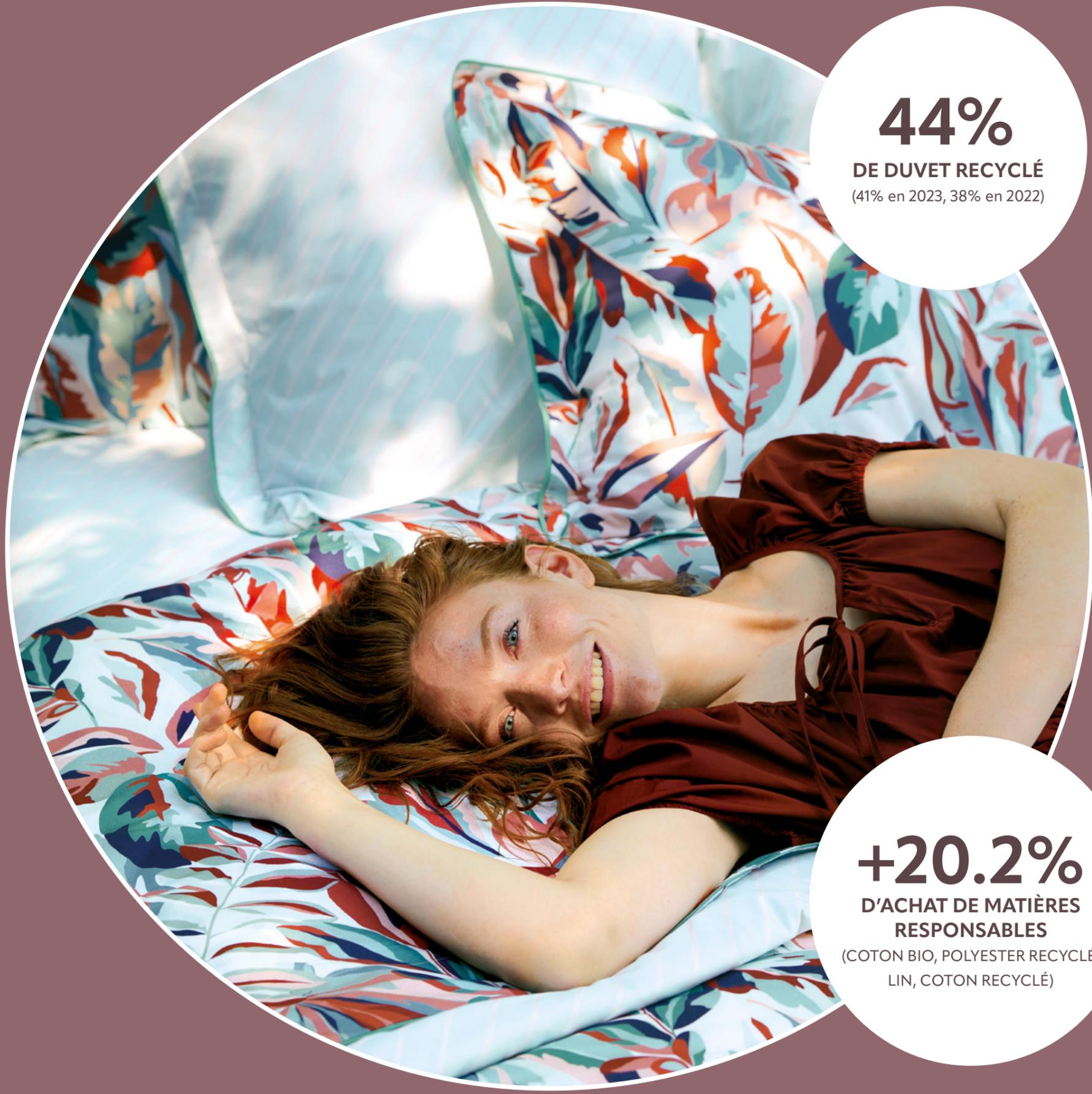
L'impact environnemental de nos produits dépend en grande partie des matières premières que nous utilisons. Nos équipes marketing et offre s'engagent à faire évoluer notre gamme en intégrant des matériaux plus durables et responsables. Cela se traduit par une sélection rigoureuse de matières à moindre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

Chez DODO®, nous privilégions des fibres de garnissage de qualité supérieure et certifiées GRS, garantissant des produits à la fois performants et durables.





**44%**

**DE DUVET RECYCLÉ**  
(41% en 2023, 38% en 2022)

**+20.2%**

**D'ACHAT DE MATIÈRES RESPONSABLES**  
(COTON BIO, POLYESTER RECYCLÉ,  
LIN, COTON RECYCLÉ)

## LE COTON BIOLOGIQUE CHEZ



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).

## 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.

### DURHABI



Soucieuse d'améliorer la qualité et la longévité de ses produits, Anne de Solène participe à l'initiative DURHABI, pilotée par l'Institut Français du Textile et de l'Habillement (IFTH). Ce projet d'envergure vise à standardiser l'évaluation de la durabilité physique des textiles de mode et de maison.

En s'associant à ce projet, Anne de Solène réaffirme son engagement pour coconstruire une filière plus durable et participe activement à l'évolution des standards de qualité, au bénéfice des consommateurs et de l'environnement.

DURHABI repose sur une méthodologie innovante combinant tests en laboratoire et retours d'expérience des consommateurs. Grâce à l'analyse de 10 000 articles et à plus de 70 000 tests réalisés, cette initiative fournit aux marques des référentiels précis pour améliorer la résistance à l'usage des textiles et mieux comprendre les causes d'usure. Les résultats ont contribué aux travaux européens (PEFCR, Affichage Environnemental Textile).

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.

## 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.

**97%**  
DES CARTONS SONT  
LABELLISÉS FSC/PEFC\*



Chez DODO®, l'initiative Top Couette a été déployée avec un packaging innovant, conçu en housse 100 % recyclée et 100 % recyclable. À l'instar des oreillers, ce packaging permet de compresser les couettes, réduisant ainsi leur volume. Cette méthode de conditionnement optimise l'espace pendant le transport, permettant ainsi de mieux organiser l'acheminement des produits tout en minimisant leur impact environnemental.



LDM FRANCE vise l'objectif de zéro plastique vierge.



La marque a déjà remplacé les packagings d'oreillers et traversins par de l'intissé recyclé, avec l'ambition d'atteindre des emballages 100 % recyclés et recyclables.



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.



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.

\* Concerne 73 % 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 initié une démarche ambitieuse de réduction de leur empreinte énergétique. En 2021, un audit du site de DODO à Saint-Avold a validé sa conformité aux exigences du référentiel LNE et conduit à des actions concrètes : optimisation des températures des locaux serveurs, détection des fuites d'air comprimé et modernisation des équipements.

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.

**93%**  
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. En 2024, 308 808 mégots ont été collectés et transformés en 84,5 kg d'isolant, limitant ainsi la pollution. 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, le recyclage du papier et du carton permet d'optimiser l'utilisation des ressources. En 2024, 1 451 tonnes ont été collectées et recyclées, permettant d'économiser 39 373 litres d'eau et 7 255 kWh d'énergie.

## 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).



**DROUAULT**  
PARIS - 1850

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 196 tonnes de mousse utilisées dans la fabrication d'oreillers et de surmatelas.

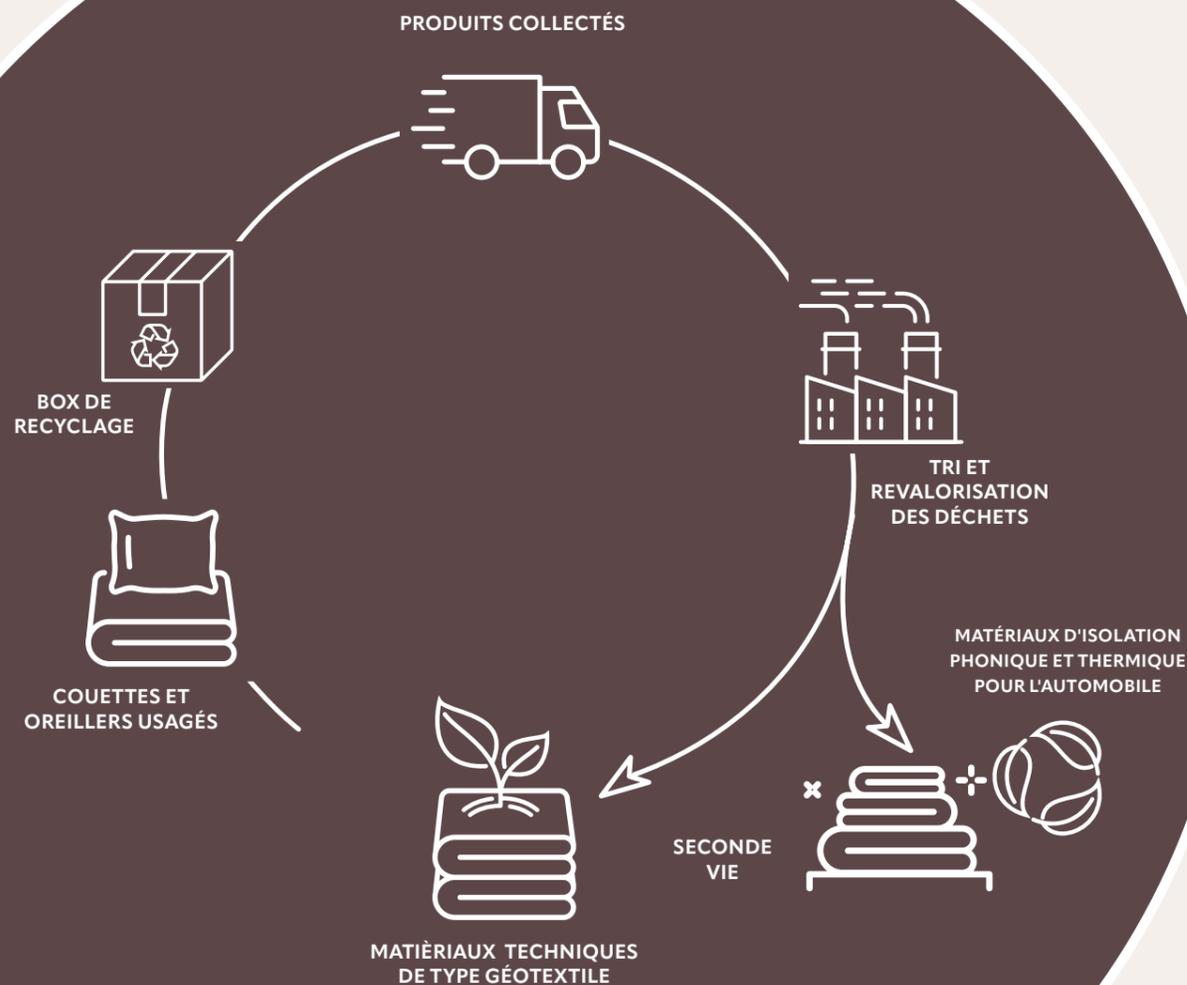


Lamy offre une seconde vie aux chutes de rouleaux de tissus. En accueillant des stagiaires en couture issus du CAP tapissier d'ameublement, l'entreprise transforme ces tissus en housses de coussins et chemins de lit. Une démarche qui allie réduction des déchets, transmission des savoir-faire et création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

## 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

Depuis 2014, DODO approvisionne des établissements hôteliers en oreillers, couettes et surmatelas.

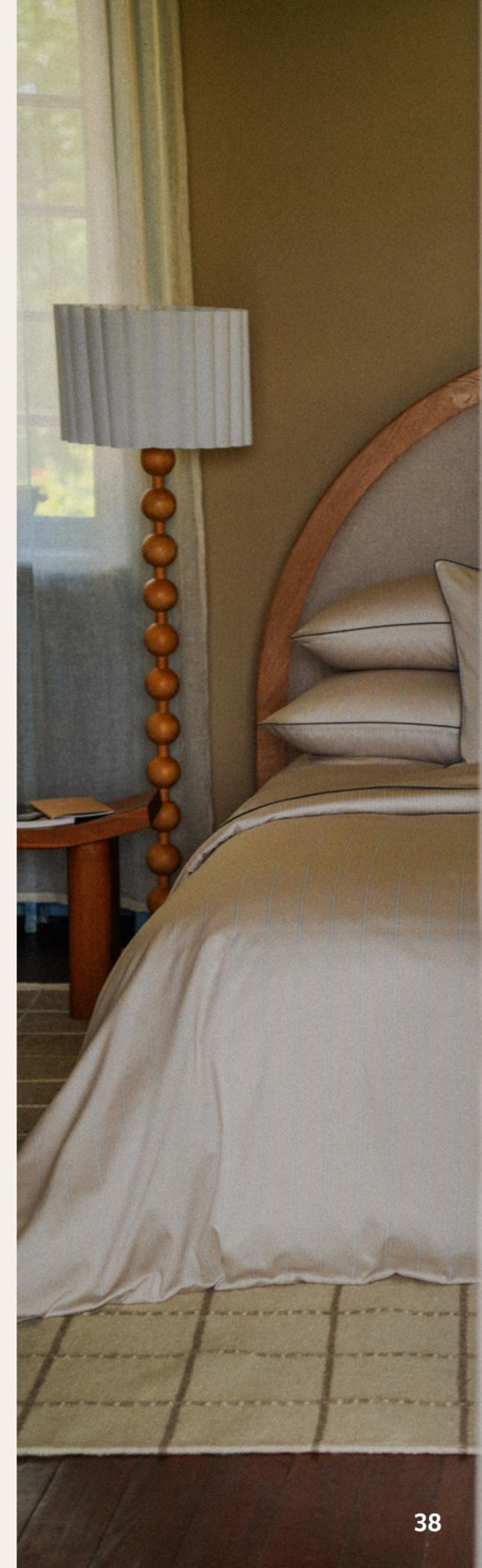
*La location* – Dans ce cadre, les gestionnaires d'hôtels peuvent souscrire à un contrat de location avec DODO, qui leur fournit des produits de literie renouvelés à la fréquence de leur choix sur une période de deux ans. Cette prestation leur garantit un approvisionnement régulier en articles de qualité et en parfait état.

*L'achat* – Les hôtels ont également la possibilité d'acquérir directement ces équipements et de procéder à leur renouvellement total ou partiel après une certaine durée d'utilisation.

Quelle que soit l'option choisie, DODO prend en charge le retour des articles usagés et organise leur acheminement vers une filière de recyclage. Afin de limiter l'empreinte carbone liée au transport, un même véhicule est utilisé pour livrer les produits neufs et récupérer ceux destinés au recyclage, leur offrant ainsi une seconde vie.

Engagé dans une démarche d'économie circulaire, Drouault collabore avec des chaînes hôtelières pour proposer des solutions de récupération des couettes et oreillers en fin de vie. Plutôt que d'être jetés, ces produits sont collectés, triés et transformés.

Drouault met également en place, à destination des hôtels, un programme de récupération des couettes et oreillers en duvet. Cette initiative vise à extraire et recycler le duvet, contribuant ainsi à offrir une seconde vie aux matériaux.



### 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 partenaires 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.



**176 739**

**PRODUITS DONNÉS  
AUX ASSOCIATIONS  
PARTENAIRES DES  
SOCIÉTÉS  
HOME HERITAGE**

**30 094**

**MÈTRES DE TISSUS  
DONNÉS AUX  
ASSOCIATIONS  
PARTENAIRES DES  
SOCIÉTÉS  
HOME HERITAGE**

#### OPÉRATIONS DE DONNS

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.).

#### TÉMOIGNAGE DE CAMILLE BERNARD

**LAMY**  
literie • 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.

**1698**

**PIÈCES ONT PU  
ÊTRE RÉCOLTÉES**

**943**

**PIÈCES ONT  
ÉTÉ REVENDUES**



## 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.

**LES SOCIÉTÉS DODO, DROUULT, TEXTILES LASSON ET LDM FRANCE**





# 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

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.

**100%**  
DES ACHETEURS ET DES RESPONSABLES QSE FORMÉS AUX ACHATS RESPONSABLES

**84%**  
PART DES ACHATS EFFECTUÉS AUPRÈS DE FOURNISSEURS SIGNATAIRES\*

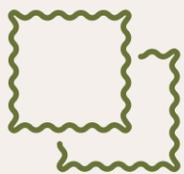
**83%**  
PART DES ACHATS RÉALISÉS AUPRÈS DE FOURNISSEURS AYANT COMPLÉTÉ LE QUESTIONNAIRE\*\*



\* Concerne 91% des sociétés du groupe.  
\*\* Concerne 64% des sociétés du groupe.



### APERÇU DES DIFFÉRENTES THÉMATIQUES ABORDÉES LORS DE LA FORMATION



**NATURE DES RISQUES  
DANS LE SECTEUR TEXTILE**



**MÉTHODE POUR  
DÉRISQUER SES ACHATS**



**DÉFINIR SA STRATÉGIE  
ACHATS RESPONSABLES**



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

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.

### PARCOURS COLLECTIF SOURCING DURABLE

En parallèle, DODO s'est engagé aux côtés d'autres entreprises dans le parcours collectif de sourcing durable. Pilotée par la CCI, l'ADEME et la région Grand Est, cette initiative favorise l'échange de bonnes pratiques et la construction de solutions communes pour des achats plus responsables.

Dans ce cadre, un audit de maturité a été mené à l'aide de l'outil ARES, conçu pour offrir une vision globale du processus d'achat. Cette analyse a permis d'évaluer notre niveau de maturité, d'identifier les enjeux prioritaires, d'établir un plan d'action et d'assurer son suivi.

Afin de traduire ces enseignements en leviers d'actions concrets, des ateliers collaboratifs ont été organisés, mobilisant entreprises et experts. L'un des axes majeurs ayant émergé est l'élaboration d'une politique d'achats responsables, afin de formaliser nos exigences et d'ancrer durablement nos engagements.

Au-delà de cette initiative, notre démarche traduit notre volonté de faire progresser les pratiques dans notre secteur d'activité conjointement avec l'ensemble des acteurs. S'enrichir des expériences de chacun, construire des solutions adaptées, faire évoluer nos pratiques : autant d'approches qui structurent et assoient nos engagements dans une dynamique durable.

### 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