



## Entreprise

# Damart trouve un second souffle

*La marque française se détache de la commande par téléphone et accélère sur le digital. Un coup de jeune qui lui permet de renouer avec les bénéfices.*



**Gamme yoga Serenity.** Cette nouvelle collection écoconçue en collaboration avec Yuj, marque de référence pour les yogis, utilise le célèbre Thermolactyl, à la fibre réchauffante.

Une nouvelle ère s'ouvre pour Damart. Inventé en 1953, son célèbre Thermolactyl à la fibre réchauffante se met désormais au yoga. L'enseigne, propriété de la famille Despature – qui possède aussi Somfy –, vient de lancer une collection écoconçue en collaboration avec Yuj, une marque de référence pour les yogis. Damart n'hésite pas non plus à prendre à contrepied son slogan historique « *Froid, moi ? Jamais* » : dès cet été, elle accélère sur sa gamme Climatyl, qui combine fraîcheur et confort, avec pour objectif d'en faire le pendant au Thermolactyl, qui représente 20% de son chiffre d'affaires.

La diversification de Damart ne s'arrête pas là. Au catalogue également : des jeans Perfect Fit qui sculptent et affinent toutes les silhouettes, et des baskets Amortyl qui promettent un confort de marche optimal. Sur les *market places*, les clients vantent « *la qualité des articles* », « *leur douceur* » et « *leur praticité qui ne*

*demande pas de repassage* ». « *Damart, c'est d'abord un vêtement technique, ensuite un vêtement de mode*, observe Rodolphe Bonnasse, directeur de la société de conseil Aristid. *Aujourd'hui, ils tendent vers plus de désirabilité et moins de saisonnalité.* »

### Cession d'actifs

Une stratégie payante pour Damart, qui emploie 1200 salariés en France. La marque a en effet renoué avec les bénéfices après deux années de pertes. Son chiffre d'affaires a bondi de 15% lors de son exercice 2020-2021, pour atteindre 439 millions d'euros. « *Une dynamique qui se confirme au premier semestre 2021, avec une croissance de 6%* », se félicite Christophe Gaigneux, son directeur général depuis trois ans. En 2020, le groupe Damartex avait néanmoins dû supprimer 10% de ses effectifs en France et céder ses marques les moins rentables comme Delaby ou La Maison du Jersey. Selon

Karine Schrenzel, cofondatrice de Shopinvest (3 Suisses), cette réussite s'explique par des valeurs qui répondent aux nouvelles aspirations des clients. « *Damart et ses produits confortables et durables vont à l'encontre du modèle de la fast fashion.* »

### Transition numérique

La crise sanitaire a aussi permis à Damart d'effectuer de beaux progrès dans le digital. En un an, la part des ventes sur Internet est passée de 15 à 20%. L'objectif est de la doubler d'ici cinq ans. Et de baisser pour moitié le poids des ventes par téléphone, qui représentent encore 40% du chiffre d'affaires. Sans pour autant y renoncer totalement. « *Une partie de nos clients préfère acheter par téléphone et nous voulons continuer à leur rendre ce service* », précise le dirigeant. Sur Internet, Damart ne lésine pas sur des promotions digitales agressives. Et s'appuie entre mars et mai sur le lancement échelonné d'un tout nouveau site commercial commun à ses trois marchés phares : la France, la Belgique et le Royaume-Uni.

La société a aussi entrepris une modernisation de ses surfaces de ventes sur 50 de ses 95 magasins en France. « *L'idée est de réinventer l'expérience dans nos boutiques qui sont de petite taille afin de les rendre plus connectées* », explique Christophe Gaigneux. L'âge moyen de la nouvelle cliente Web est passé de 66 ans à 58 ans. « *Ce qui place Damart sous de bons auspices, analyse Rodolphe Bonnasse. Elle peut commencer à recruter des actifs.* » La transformation est bel et bien enclenchée. La modernisation ne doit pas non plus se faire à marche forcée. « *Damart ne sera jamais tendance pour autant, sa robustesse repose sur son côté iconique et historique* », avertit l'expert en stratégie commerciale. C'est normalement dans l'ADN des maisons familiales. **Laure Croiset**

**FIBRE TRICOLEURE**  
**439**  
 millions  
 d'euros de chiffre  
 d'affaires sur  
 2020-2021.

**150**  
 magasins, dont  
 95 en France.

**1200**  
 salariés  
 en France.

SOURCE : SOCIÉTÉ.

