

RAPPORT DE MISSION N°1

1er janvier 2023 – 31 mars 2024



Avant propos



Charles-Henri DEON
Président Adova Group

Quels sont les défis du marché de la literie aujourd'hui ?

Comme tous les marchés, celui de la literie doit être capable de se réinventer. Proposer des produits à faible impact environnemental, fabriqués dans de bonnes conditions avec des matières sourcées raisonnablement... sans affecter le prix est l'un des défis majeur il me semble.

Quel rôle tient le développement durable au sein d'ADOVA GROUP ?

Nous plaçons le développement durable au cœur de notre projet d'entreprise. Depuis 2020 il est incarné par notre programme RSE que nous avons nommé «RESSOURCES». Un comité du même nom se tient plusieurs fois par an où tous les métiers sont autour de la table afin d'échanger et surtout de prendre ensemble des décisions sous le prisme de la RSE.

Quels sont les grands enjeux RSE du groupe ?

L'éco-conception bien évidemment. Cela va de pair avec une politique d'achats responsables, un travail de fond sur la gestion des déchets et sur le cycle de vie du produit. Nous nous devons également d'assurer la santé physique et mentale de nos 800 collaborateurs. Et puisque nous fabriquons nous-même nos produits, du ressort au capitonnage, nous avons un enjeu important sur la transmission de nos savoir-faire au sein de nos sites de production que nous maintenons sur le territoire afin de soutenir le dynamisme économique.

Vous ne faites pas partie du comité de mission, pourquoi ?

Je souhaitais préserver la qualité « indépendante » de ce comité de mission et permettre à ses membres de questionner très librement nos choix ou façons de faire. Par ailleurs, la vision stratégique du groupe est portée par les collaborateurs à travers RESSOURCES, je suis donc certain qu'elle rejaillit dans les échanges entre les membres du comité internes et externes. Je prends aussi systématiquement connaissance des comptes rendu de réunion et ai participé à la visite d'usine organisée pour permettre aux membres externes du comité de mieux comprendre nos métiers. Je suis ravie de voir l'engagement sincère dont ils font preuve et c'est un réel plaisir d'échanger avec eux.

Selon vous, à quoi ressemble l'avenir d'ADOVA GROUP ?

Nous avons un bel avenir à l'international sur des marchés porteurs comme les Etats-Unis et la Chine, où notre savoir-faire français unique séduit. Nous maintiendrons le cap donné par la société à mission et avons un rôle clé à jouer dans la structuration de filières françaises telles que la laine et le bois. Nous avons les marques et les équipes engagées afin de relever tous les défis qui nous attendent !



Sommaire

1. De la démarche RSE à la Société à mission : parcours d'engagement d'ADOVA

- . Adova en chiffres
- . Un engagement continu
- . Nos parties prenantes
- . Société à mission : de quoi parle t-on ?
- . Le parcours vers la société à mission

2. La Mission d'ADOVA GROUP

- . Notre Raison d'être
- . Nos engagements statutaires
- . Le comité de mission
 - . Composition
 - . Fonctionnement

3. Retour sur le déploiement de nos engagements

- . Feuille de route, vision d'ensemble
- . Engagement 1 - les réalisations
- . Engagement 2 - les réalisations
- . Engagement 3 - les réalisations
- . Enseignements du comité de mission





01

**De la démarche RSE
à la Société à mission :**
parcours d'engagement
d'ADOVA Group

Adova Group en chiffres

3 marques :

TRECA
PARIS



HOTELYS
TRECA | BEAUTYREST BY SIMMONS

154 M€

Chiffres d'affaires (2023)

630.000

Articles de literie vendus /an

Un panel de

200 fournisseurs

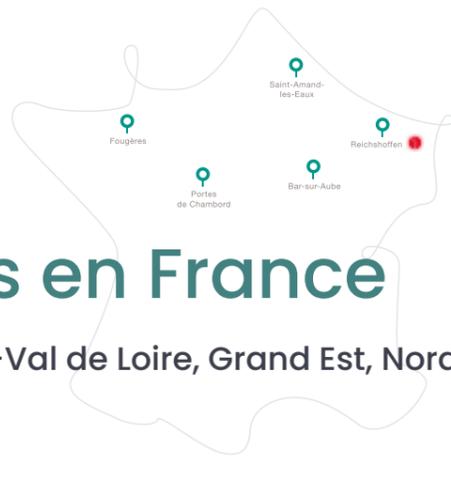
99% fournisseurs européens

dont **47%** fournisseurs français

24 pays
de distribution

5 usines en France

Bretagne, Centre-Val de Loire, Grand Est, Nord, Alsace



1500

Distributeurs

1600

Hôtels équipés / an

21

Boutiques
monobrand

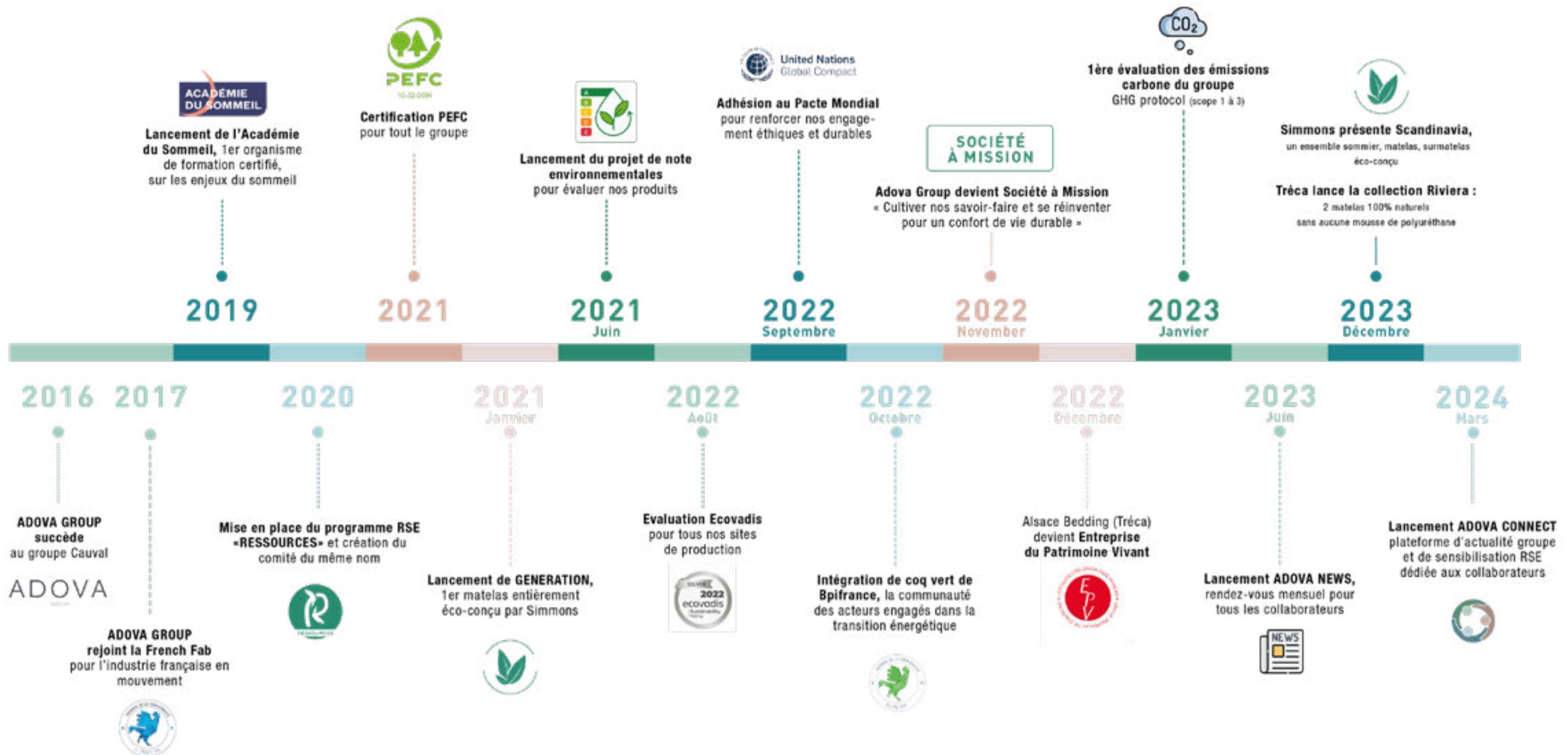
914

Collaborateurs
dont 784 en France

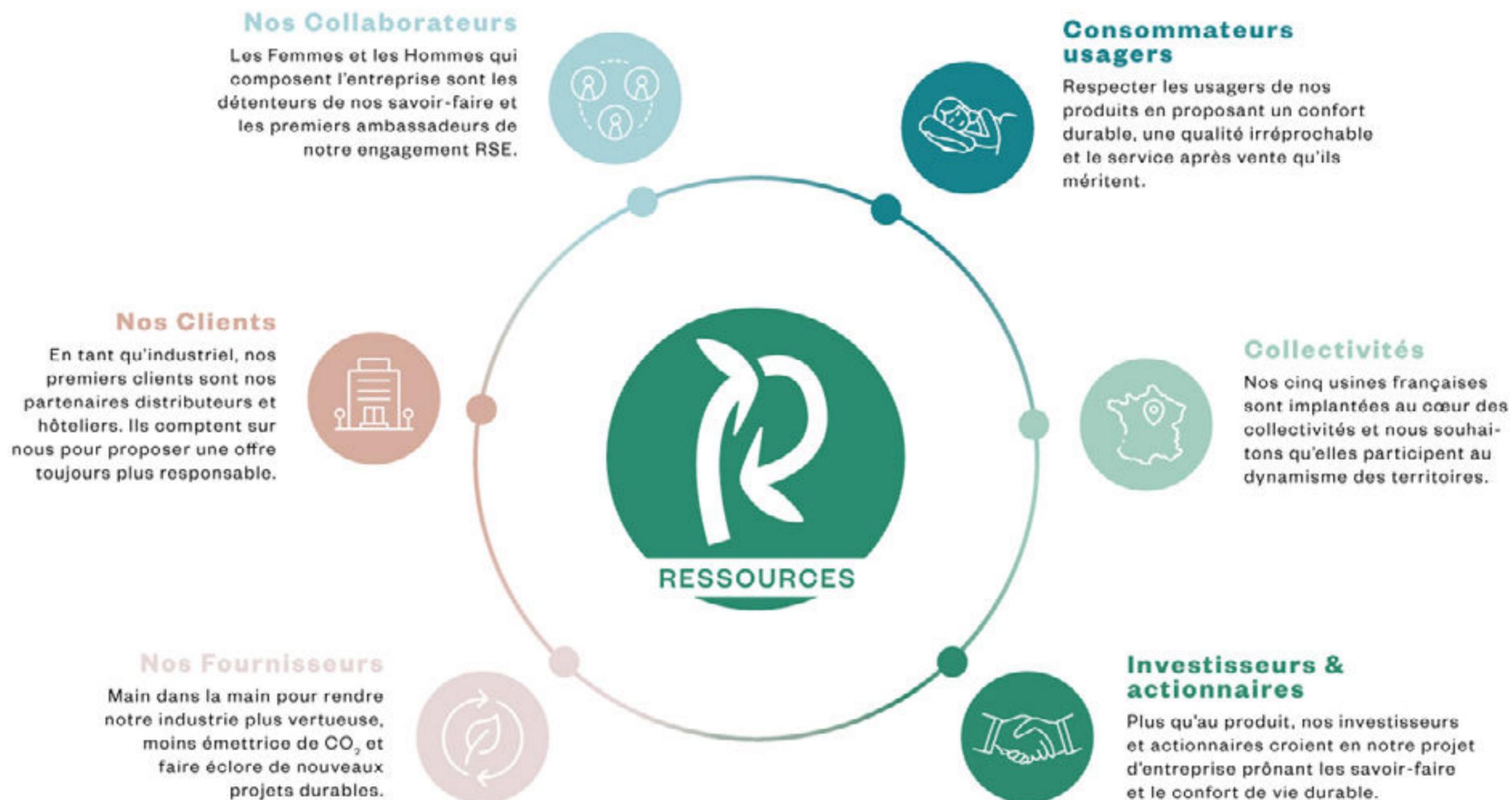
62% Ho et **37%** femmes

80 moyenne du groupe de l'index
femme-homme

Un engagement continu depuis 2016



Main dans la main avec nos parties prenantes



Société à mission de quoi parle t-on ?

Née en 2019

Introduite par la loi PACTE (Plan d'Action et de Transformation des Entreprises), une société à mission est une entreprise qui s'engage à avoir un impact positif sur la société et l'environnement, tout en étant économiquement viable.



Un processus à suivre

1. Définir une raison d'être et des engagements dits « statutaires ».

C'est à dire qu'ils seront inscrits au sein des statuts juridiques de l'entreprise, ils doivent être concrets, mesurables et être au service de la raison d'être.



2. Mettre en place un comité de mission.

Composé de membres internes et externes de l'entreprise, il est chargé de veiller au respect des engagements pris et de proposer des actions concrètes, des ajustements ou améliorations sur la feuille de route.



3. Se déclarer auprès du greffe du tribunal du commerce



4. Choisir et faire appel à un OTI* accrédité par le COFRAC** il émet un avis sur le rapport de mission à travers un rapport d'évaluation, rendu public et mis à jour régulièrement

* Organisme Tiers Indépendant

**Comité Français d'Accréditation

Notre parcours

Mars 2022

Ateliers de travail en interne pour l'élaboration de la raison d'être d'Adova Group.

Juin 2022

Lancement du projet «cap société à mission» avec l'agence Des Enjeux et des Homme, spécialisée dans l'accompagnement RSE des entreprises.

Juillet 2022

Rapport d'étude sur notre maturité RSE et restitution des entretiens de parties prenantes internes.

Août/Septembre 2022

Consultation des parties prenantes externes.

→ 6 entretiens menés auprès d'acteurs de notre éco-système : *Emery Jacquillat (Camif)*, *Dominique Mignon (Ecomaison)*, *Bérangère Assaiante (BUT)*, *Vanguelis Panayotis (Hospitality On)*, *Gilles Demange (Groupe La literie idéale)*, *Patrick Perrier (FCBA)*.

Focus groupes

→ Table ronde consommateurs
→ Table ronde collaborateurs

Octobre 2022

Ateliers de retravail sur la raison d'être et définition des objectifs statutaires avec les membres du comité ressources* suite aux restitutions.

Novembre 2022

Préparation de la phase statutaire avec le service juridique. Dépôt au greffe, préparation à la mise en place du comité de mission et identification de l'OTI .

* Nom du programme RSE d'ADOVA GROUP, lancé en 2020



02

La mission
d'ADOVA Group

Notre Raison d'être

CULTIVER NOS SAVOIR FAIRE ET SE RÉINVENTER POUR UN CONFORT DE VIE DURABLE



SAVOIR-FAIRE

Valoriser
Transmettre
Donner envie



CULTIVER / REINVENTER

Proposer, Innover
Se remettre en question
Avancer



CONFORT DURABLE

Le produit
Confort client
Humain et environnement

Nos métiers du bois, du tissu et du métal représentent des savoir-faire uniques au sein de tous nos sites de production. Les cultiver, les faire évoluer et les transmettre sont une forme de préservation de notre patrimoine et nous permettent d'aborder l'avenir avec sérénité.

Entretien et faire croître nos savoir-faire. Mais aussi nourrir continuellement notre capacité d'innovation présent dans l'ADN de nos marques, embrasser le changement et sans cesse s'adapter au nouvelles réalités. Savoir remettre en question ses certitudes et être ouvert pour explorer de nouvelles voies.

Nos matelas et sommiers sont conçus pour durer longtemps (parfois toute une vie), dans le respect des Hommes, leur confort et leur santé, et de l'environnement (Application des droits humains dans la chaîne de valeur, matières premières durables, sourcing local...)

Nos Engagements statutaires

1

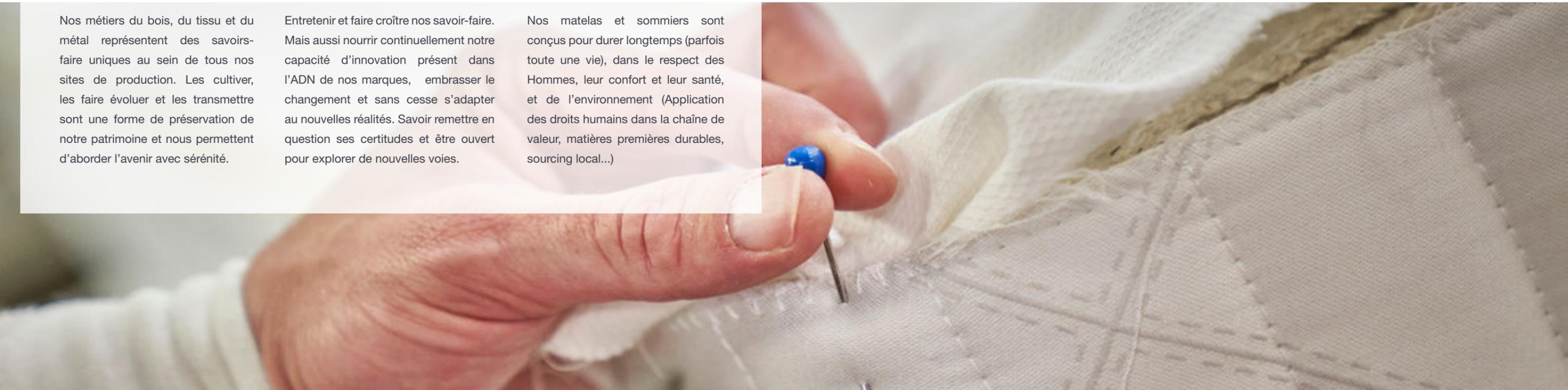
VALORISER NOS SAVOIR-FAIRE ET CRÉER
LES CONDITIONS D'UNE RÉUSSITE COLLECTIVE

2

ETRE MOTEUR DANS LA TRANSFORMATION DES
PRATIQUES POUR UNE FILIÈRE PLUS DURABLE

3

INNOVER AU BÉNÉFICE
DU CONFORT DE VIE DURABLE



Comité de mission

Composition



Morgane DANIEL

Manager de la mission – ADOVA GROUP

Etre manager de la mission est un rôle passionnant. Je vais au contact de tous les métiers et les échanges sont toujours instructifs. J'aime l'engagement sincère d'ADOVA mais je salue aussi celui des membres du comité de mission qui ont toujours dédié du temps pour nos réunions formelles en présentiel ou plus informelles par visio ou téléphone. Tous ensemble, nous réussons à faire vivre cette mission pour inspirer nos collaborateurs et toutes nos parties prenantes.



Vanguélis PANAYOTIS

Directeur Général – Hospitality ON

A travers les Hospitality Awards, Hospitality-ON célèbre les initiatives exemplaires du secteur de l'hospitalité et de ses partenaires. Il est pour nous essentiel de mettre en avant le rôle des leaders pour initier les transformations dans leurs domaines respectifs. Adova a su prendre ses responsabilités pour incarner ce mouvement dans sa filière et participer ainsi, à travers son exemplarité, à l'adoption de nouveaux standards en rupture avec les pratiques classiques de son univers. Je suis ravi de participer au comité de mission et de les voir évoluer.



Emeric FROIDEFOND

Responsable Partenariats – ADN*

Depuis 6 ans, je travaille au sein d'une association de solidarité, en lien étroit avec les responsables RSE de plus de 250 entreprises engagées dans le don en nature. Intégrer le comité de mission d'ADOVA a été une évidence pour moi. Cela me permet de mieux comprendre les enjeux d'une grande entreprise dans l'implémentation d'engagements sociaux et environnementaux, tout en apportant au comité une expertise associative « de terrain ».

*Agence du Don en Nature

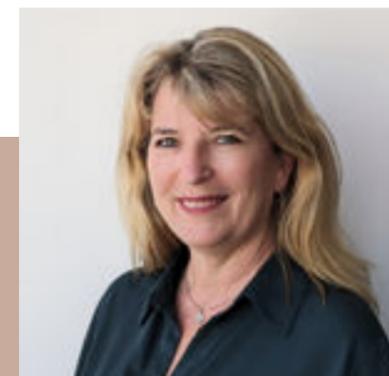


Sophie VERNIER REIFFERS

Secrétaire Générale – Groupe familial Peugeot

Je suis ravie de faire partie du premier comité de mission d'Adova Group. J'ai tout de suite été séduite par la démarche de la société, sincère et pragmatique, et par la formulation très inspirante de sa raison d'être. Je salue la volonté d'Adova Group de créer, avant tout, l'adhésion de l'ensemble de ses parties prenantes, à commencer par ses collaborateurs. Je retiens tout particulièrement de nos travaux de cette année :

- un travail collaboratif et des échanges nourris à l'occasion de nos réunions, visant avant tout à identifier des actions ciblées et à impact ;
- une visite de site pour nous confronter à la réalité du terrain, et nous assurer aussi de la cohérence de nos travaux avec la feuille de route.



Valérie HOUDOUIN

Responsable Juridique – ADOVA GROUP

Je n'ai pas hésité une seule seconde à rejoindre le Comité de Mission d'Adova. La raison d'être et les objectifs sont des valeurs que je partage et qui sont ancrées en moi. Travaillant pour ce groupe depuis de nombreuses années, j'ai vécu cette première année comme une avancée concrète de notre démarche environnementale et sociétale, engagée depuis 2020.



Matthieu BOURGAIN

Expert Innovation responsable – Ikinov

Le projet d'entreprise du Groupe Adova, est exemplaire par rapport aux enjeux des prochaines décennies. C'est un modèle que doivent suivre les entreprises et c'est un plaisir de participer au comité de mission pour faciliter ce projet précurseur. La première année est une année de réflexion et de structuration afin de construire un socle solide qui permettra d'atteindre des objectifs ambitieux sur les prochaines années.



Jean-Michel HENRIOT

Directeur Général Adjoint, en charge des Opérations – Adova Group

Le comité de mission nous permet d'éprouver nos actions en faveur du développement durable. Chacun des membres expert dans son domaine, nous apporte un point de vue, toujours bienveillant, nous permettant de regarder une situation sous un nouvel angle, de faire évoluer nos certitudes, pour mieux avancer.



Constance GUISSET

Designer – Constance Guisset Studio

Intégrer le comité de mission Adova, c'est avoir la chance d'accompagner une entreprise que je respecte dans une démarche vertueuse, comprendre les enjeux, débattre des objectifs et débattre ensemble des meilleures façons de les atteindre. Cette première année a été engageante et stimulante car les premières décisions vont influencer la suite de la méthode et avoir un impact tangible sur les orientations du comité. Y participer est une chance pour un designer car il peut exercer son approche pragmatique et s'enrichir d'autres points de vue.

Comité de mission

Fonctionnement

Le comité de mission s'est réuni trois fois dans l'année.

1ère réunion :

FAIRE CONNAISSANCE AVEC L'ENTREPRISE (Une demi-journée)

Comprendre le secteur, les enjeux et les motivations de l'engagement.

→ Présentation du groupe ADOVA et de l'univers de ses marques, les produits, son programme RSE «Ressources », la vision et la stratégie.

2ème réunion :

COMPRENDRE LA RÉALITÉ TERRAIN (Une journée)

Visite d'usine à Centre bedding (Tréca) avec l'explication de tout le processus de fabrication d'un matelas, mise en avant des compétences clefs et des métiers. Suivi d'une session de travail sur la feuille de route et les actions opérationnelles liées.

3ème réunion :

Réunion de validation des indicateurs liés à la feuille de route et avis du comité sur la réalisation des objectifs.

En parallèle : échanges individuels par téléphone, visio conférence ou mails.





03

Le déploiement des engagements Adova Group en 2023

Notre feuille de route

A HORIZON 2028

Pour chaque engagement statutaire, nous avons défini un objectif macro. Les objectifs macro sont déclinés en sous-objectifs accompagnés d'indicateurs à horizon 2028. Des états d'avancement graphiques permettent de visualiser le chemin réalisé et qu'il reste à faire.

Cette feuille de route étant sur un moyen long terme, le monitoring s'effectue par jalon. Le comité évalue si les actions menées année après année sont bien en phase avec notre mission et qu'il n'y ait aucune entrave à la réussite de celle-ci.

#1 Valoriser nos savoir-faire et créer les conditions d'une réussite collective

1.1 Promouvoir la transmission, accompagner avec bienveillance.



1.2 Engager les collaborateurs dans la mission.



1.3 Mettre nos savoir-faire au service des territoires.



#2 Etre moteur dans la transformation des pratiques pour une filière plus durable

2.1 Contribuer au (re)développement de filières françaises.



2.2 Faire naître des projets à impact en collaboration avec nos parties prenantes



2.3 Sourcer dans une logique responsable.



#3 Innover au bénéfice du confort de vie

3.1 Rendre systématique l'éco-conception et mettre en oeuvre la circularité.



3.2 Participer à rendre le confort durable accessible (€).



3.3. Sensibiliser tous les publics sur l'importance de bien dormir, dans un monde durable



Engagement statutaire

#1

**Valoriser
nos savoir-faire
& créer les conditions
d'une réussite collective**



1.1 Promouvoir la transmission, accompagner avec bienveillance

Objectifs 2028

- 1.1.1 – Créer un parcours de formation interne pour améliorer ou apprendre nos métiers
- 1.1.2 – Encourager le management collaboratif et assertif auprès des tous les cadres managers

Actions phares lère année

Contribution au 1.1.1 L'ACADEMIE ADOVA SE RENFORCE

En 2018 nous avons créé l'Académie ADOVA, permettant de faire naître notre projet d'Académie du Sommeil, un parcours de formation créé pour et dédié à la force de vente du secteur de la literie.

Aujourd'hui nous renforçons l'activité de l'Académie ADOVA et créons de nouveaux parcours en interne cette fois-ci, avec deux objectifs :

1. Renforcer les compétences des collaborateurs face à l'évolution des métiers (formation à l'éco-conception pour les bureaux d'études par exemple)
2. Favoriser l'apprentissage des métiers d'artisanat spécifiques au secteur de la literie, pour les talents en interne mais aussi recruter en externe (Capitonneur, fermeur, couturier, expert ressort, prototypiste...)

Leaders de projet



Pierre-Albert
DRH groupe

« Ce projet de parcours métier est structurant pour ADOVA GROUP. Cela fait longtemps que nous y réfléchissons et je suis heureux de voir que la société à mission nous engage à le relancer. Ce parcours permet de créer des échanges riches entre collaborateurs, d'approfondir notre expertise et d'assurer la transmission de nos savoir-faire. »



Alexandre
Responsable formation Marque et Académie du Sommeil

« Le programme de formation sur nos métiers en interne et en externe est un projet très motivant qui contribue à la montée en compétences des collaborateurs et à l'employabilité sur le territoire. »

Concrètement, ça donne quoi?

Cette année, les collaborateurs de Ouest Bedding et Aube Bedding identifiés pour monter en compétences sur la conception ressort ont bénéficié d'une formation de l'Académie ADOVA sur ce sujet. La prochaine session se fera à Centre Bedding. Après nos sites historiquement équipés en machines ressort : Nord et Aslace Bedding, tous nos sites réalisent leurs propres ressorts désormais ! C'est un collaborateur de Nord Bedding, expert sur la question qui a pu se déplacer sur tous les sites afin d'effectuer des formations de mise en pratique opérationnelle.



«Je trouve cela très riche de pouvoir échanger avec des collègues d'autres secteurs qui n'ont pas forcément d'expérience avec le ressort. Partager mon expérience puis les voir évoluer et gagner en assurance sur le sujet est quelque chose de passionnant »

Alexandre, expert ressorts

Contribution au 1.1.2

1ere SESSION DE FORMATION POUR LES MANAGERS

ADOVA GROUP compte 121 cadres managers. 28 collaborateurs ont reçu cette année une formation management, sur deux journées.

Objectifs de la formation

- Apporter aux manager les techniques d'une communication assertive
- Mieux animer son équipe
- Développer l'écoute active et le feedback
- Avoir un impact positif sur son équipe

L'assertivité c'est savoir combiner l'affirmation de soi et le respect d'autrui. Elle se traduit par une manière d'être et une manière de faire.



En parallèle, une formation volontaire sur l'affirmation de soi et l'assertivité a été proposée aux femmes managers et non managers.

Une façon de lutter contre les freins psychologiques rencontrés par certaines femmes. Selon le baromètre de l'égalité professionnelle Audencia-KPMG 2023 : 48% des femmes n'osent pas demander une augmentation contre 28% des hommes. Et seulement 50% des femmes ont confiance en leur capacité à négocier une augmentation contre 71% des hommes.



Myriam
responsable RH et formation groupe

« Le renforcement des qualités managériales est un axe fort du plan de montée en compétences d'ADOVA. Il est primordial de créer un univers de travail sain, source d'inspiration et d'épanouissement pour tous les collaborateurs et de croissance durable pour l'entreprise. »

»

1.2 Engager les collaborateurs, dans la mission ADOVA GROUP

Objectifs 2028

1.2.1- 5 projets pour promouvoir et faire vivre la mission

1.2.2- 80% des salariés connaissent les actions menées à travers la société à mission et sont en accord avec les ambitions du groupe

Actions phares 1ère année

Contribution au 1.2.1
LANCEMENT D'ADOVA NEWS...

En juin 2023, les collaborateurs ont découvert ADOVA NEWS. Ce rendez-vous mensuel propose de prendre de la hauteur et de regarder ensemble l'actualité riche du groupe (partage d'éléments de stratégie et de finance, actualité des marques, innovations produit...) d'aller à la rencontre de collaborateurs qui parlent de leur métier et de sensibiliser aux enjeux du développement durable et aux actions liées à la société à mission.

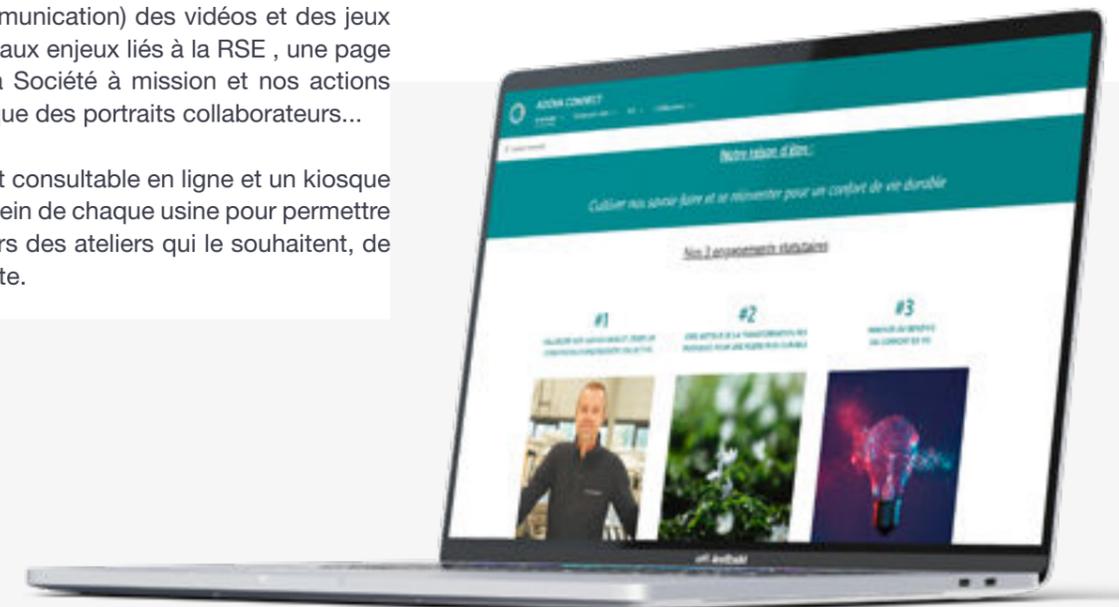


...ET ADOVA CONNECT !

Dernier né des outils de communication groupe, ADOVA CONNECT est une plateforme d'information et de partage pour tous les collaborateurs. Ce mini site propose des pages actualités et histoire du groupe, de nombreux éléments téléchargeables (kits RH, RSE et communication) des vidéos et des jeux pour sensibiliser aux enjeux liés à la RSE, une page explicative sur la Société à mission et nos actions associées ainsi que des portraits collaborateurs...

La plateforme est consultable en ligne et un kiosque a été installé au sein de chaque usine pour permettre aux collaborateurs des ateliers qui le souhaitent, de naviguer sur le site.

Des réunions d'information sur chacune des 5 usines ont été organisées afin de présenter ADOVA CONNECT, son contenu et son fonctionnement.



LE PORTRAIT DU MOIS

MESSAOD TAKHEBARI DIT MIMI, NOUS RACONTE SON QUOTIDIEN À AUBE BEDDING

Avec plus de 25 ans d'expérience, Messaoud Takhebari dit Mimi est une figure emblématique du site de Bar-sur-Aube. Du haut de ses 50 « printemps », qu'il a fêté le 14 septembre dernier, ce père de famille comblé est aussi arbitre officiel de football, sa passion. Cet homme qui a toujours le sourire, a su s'adapter aux changements de ces dernières années notamment concernant la sécurité sur les sites, « qui s'est nettement améliorée » selon lui.



1.2 Engager les collaborateurs, dans la mission ADOVA GROUP

Contribution au 1.2.2 LANCEMENT D'UNE GRANDE ENQUÊTE INTERNE SUR LA NOTION D'ENGAGEMENT

En mars 2024 nous avons lancé pour la première fois depuis 2016, une grande enquête interne.

Le questionnaire mis en place a été présenté à tous les collaborateurs, sur chaque site de production, en présentiel.

260 personnes, représentatives de chaque métier et usine, ont répondu à cette enquête.



Ce que nous apprend l'enquête

51%

des répondants ont plus de 10 ans d'ancienneté dont 35% plus de 20 ans.

Cette ancienneté nous montre :

1. La fidélité des collaborateurs à la marque pour laquelle ils travaillent (Tréca, Simmons ou Hotelys)
2. La nécessité pour ADOVA GROUP, d'assurer la transmission de ses savoir-faire

53%

- Savent ce qu'est une société à mission
- Savent qu'Adova Group est une société à mission
- Ont déjà lu ou vu la raison d'être d'Adova Group

41% des répondants se sentent « impliqués et engagés dans le projet RSE et Société à mission du groupe »



Et **75%** répondent je suis d'accord ou complètement d'accord à la question « Même si je ne connais pas tout, je reconnais que l'entreprise lance des projets pour l'environnement »

58% des répondants sont fiers de venir travailler chaque matin pour les marques et le projet d'entreprise



1.3 Mettre nos savoir-faire, au service des territoires

Objectifs 2028

1.3.1 - 5 actions pour soutenir le patrimoine français

1.3.2 - Contribuer au dynamisme économique et à l'emploi

Actions phares lère année

Contribution au 1.3.1

TRÉCA MÉCÈNE DE LIEUX EMBLÉMATIQUES DU PATRIMOINE FRANÇAIS ET LABELLISÉE EPV

C'est à travers notre marque patrimoniale, Tréca (1935), que nous soutenons des lieux qui promeuvent la création, la culture et l'art de vivre à la française.

Preuve en est avec Tréca, l'héritage est un bien précieux. La culture, les valeurs, l'histoire et les savoir-faire sont autant d'éléments qui forgent une identité et qui permettent d'évoluer dans le présent.

En plus de soutenir le patrimoine français et ses représentations à l'étranger, Tréca est fier du label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) délivré à Alsace Bedding, le site de production de Reichshoffen où l'histoire a commencé. Ce label vient reconnaître le caractère unique de son savoir-faire artisanal.



>> CHÂTEAU DE CHAMBORD



Tréca est mécène du château de Chambord. Cet emblème de la Renaissance en France et dans le monde se trouve à deux pas de de l'usine de Mer, dans la zone industrielle des portes de Chambord (Centre-Val de Loire).

Le château et son domaine forestier d'une superficie de 5440 hectares sont inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO et sont également classés au titre des monuments historiques.

Tréca est heureux de contribuer au rayonnement de ce lieu exceptionnel et de faire don de literies au profit du Domaine national de Chambord et du domaine de Rambouillet.

Montant du don

50 000 €

entre 2022 et 2024



>> VILLA MEDICIS



Fondée en 1666 par Louis XIV, l'Académie de France à Rome est un établissement français installé depuis 1803 à la Villa Médicis, bâtiment entouré d'un parc de sept hectares et situé sur le mont Pincio, au coeur de Rome.

La Villa Médicis remplit aujourd'hui 3 missions majeures : accueillir des artistes en résidence, proposer une programmation culturelle et conserver, restaurer, faire connaître au grand public son patrimoine et ses collections.

Dans le cadre de l'opération « Ré-enchanter la Villa Médicis » qui vise, entre autres, à réaménager les chambres d'hôtes de l'établissement, l'Académie a fait le choix de travailler avec Tréca pour son expertise dans le domaine des matelas d'exception et son savoir-faire à la française.



>> ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT

L'institut National des Métiers d'Art a attribué le label Entreprise du Patrimoine Vivant au site de production Tréca, Alsace Bedding à Reichshoffen (67).

Il s'agit d'une reconnaissance de l'excellence des savoir-faire au sein du groupe ADOVA. L'aventure commence à Reichshoffen en 1935 lorsque Victor Moritz donne naissance à la marque Tréca®.

Implantée depuis le XVI^{ème} siècle dans les secteurs de la teinturerie et de la brasserie, la famille Moritz saisit de nouvelles opportunités au début du XX^{ème} siècle et invente le marché du matelas à ressorts.

Aujourd'hui Alsace Bedding compte 67 collaborateurs qui perpétuent la tradition d'un savoir-faire sur-mesure et le soin du détail.



>> VILLA MARMOTTAN

Devenue un véritable pôle culturel tourné vers l'art et la recherche, la bibliothèque et villa Marmottan accueille aussi bien les chercheurs et les amateurs que toute personne désireuse de profiter de son atmosphère unique et de son charmant jardin d'inspiration méditerranéenne. Chaque année, grâce aux résidences de l'Académie des beaux-arts, trois artistes et deux chercheurs sont invités à y poursuivre leurs travaux et à créer.

Tréca a fait don d'ensembles literie (matelas, sommier et tête de lit Point du Jour de Constance Guisset) afin d'aménager 3 résidences d'artistes nouvellement créées.



ACADÉMIE
DES BEAUX-ARTS
INSTITUT DE FRANCE



TRECA
PARIS



1.3 Mettre nos savoir-faire, au service des territoires

Contribution au 1.3.2

ADOVA GROUP CONTINUE D'INVESTIR POUR LA FABRICATION FRANCAISE

La fabrication française est l'un des piliers du groupe ADOVA. Nous avons toujours fabriqué nos ensemble literie dans nos ateliers et nous comptons maintenir ce lien avec les territoires.

Le ressort est dans l'ADN du groupe et s'intègre dans notre vision du produit durable, et de qualité. Les matelas à ressorts ensachés apportent une indépendance de couchage incomparable et ont une très grande résistance dans le temps.

Historiquement, nos sites de production de Saint-Amand-les-Eaux (Simmons) et Alsace Bedding (Tréca) ont toujours fabriqué leurs propres ressorts, au sein des ateliers. Nos trois autres sites s'approvisionnaient en

ressorts, principalement en Croatie.

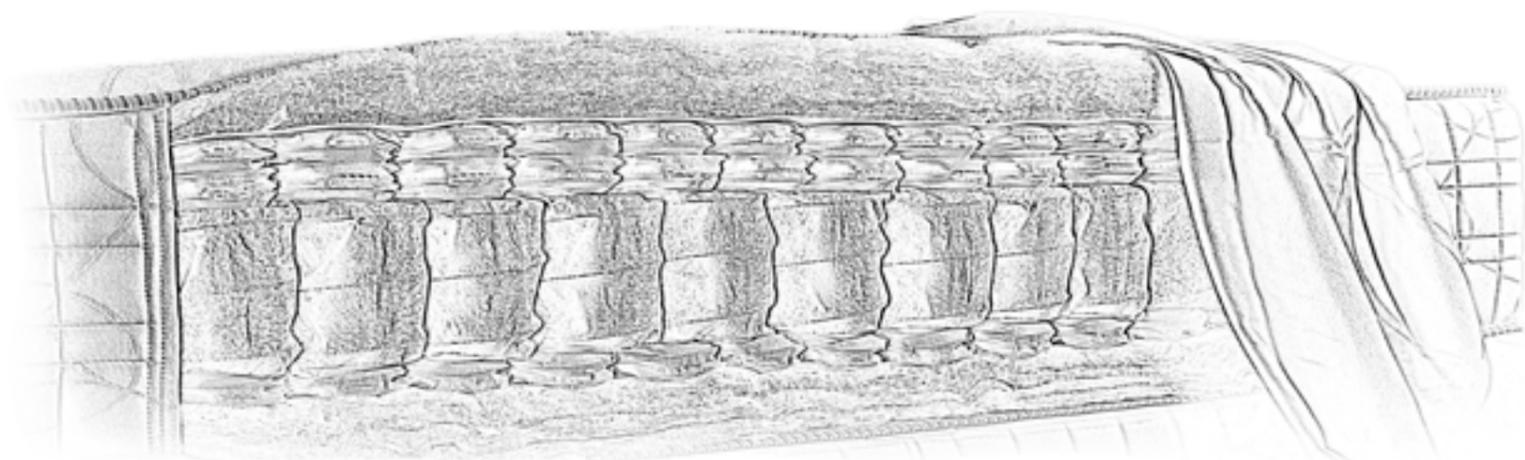
Le groupe a souhaité réimporter ce savoir-faire au sein de chaque usine afin d'agir en pleine autonomie et activer les synergies entre les sites de production.

C'est un expert ressort de Saint-Amand-les-Eaux qui a formé les équipes de Fougères (Hotelys) et Bar-sur-Aube (Simmons) à la conception de ressorts. Durant l'été 2024 c'est le site des Portes de Chambord qui accueille la formation après avoir déjà reçu ses nouvelles machines.

Le groupe conçoit et fabrique ainsi tous ses matelas et sommiers au coeur de ses ateliers français, avec un fil d'acier à 90% recyclé.

**1,2
MILLION €**

D'INVESTISSEMENT
DANS LE PROJET RESSORTS



Feuille de route 2028 : le récap

#1 Valoriser nos savoir-faire et créer les conditions d'une réussite collective

Objectif macro	Sous objectif et indicateur	Etat d'avancement
1.1 Promouvoir la transmission, accompagner avec bienveillance	1.1.1 Créer un parcours de formation interne pour améliorer ou apprendre nos métiers	
	1.1.2 Encourager le management collaboratif et assertif	
1.2 Engager les collaborateurs dans la mission	1.2.1 5 projets pour promouvoir et faire vivre la mission	
	1.2.2 80% des salariés connaissent les actions menées à travers la société à mission et sont en accord avec les ambitions du groupe	
1.3 Mettre nos savoir-faire au service des territoires	1.3.1 5 actions pour soutenir le patrimoine français	
	1.3.2 Contribuer au dynamisme économique et à l'emploi	

Appréciation du comité de mission



ATTEINT

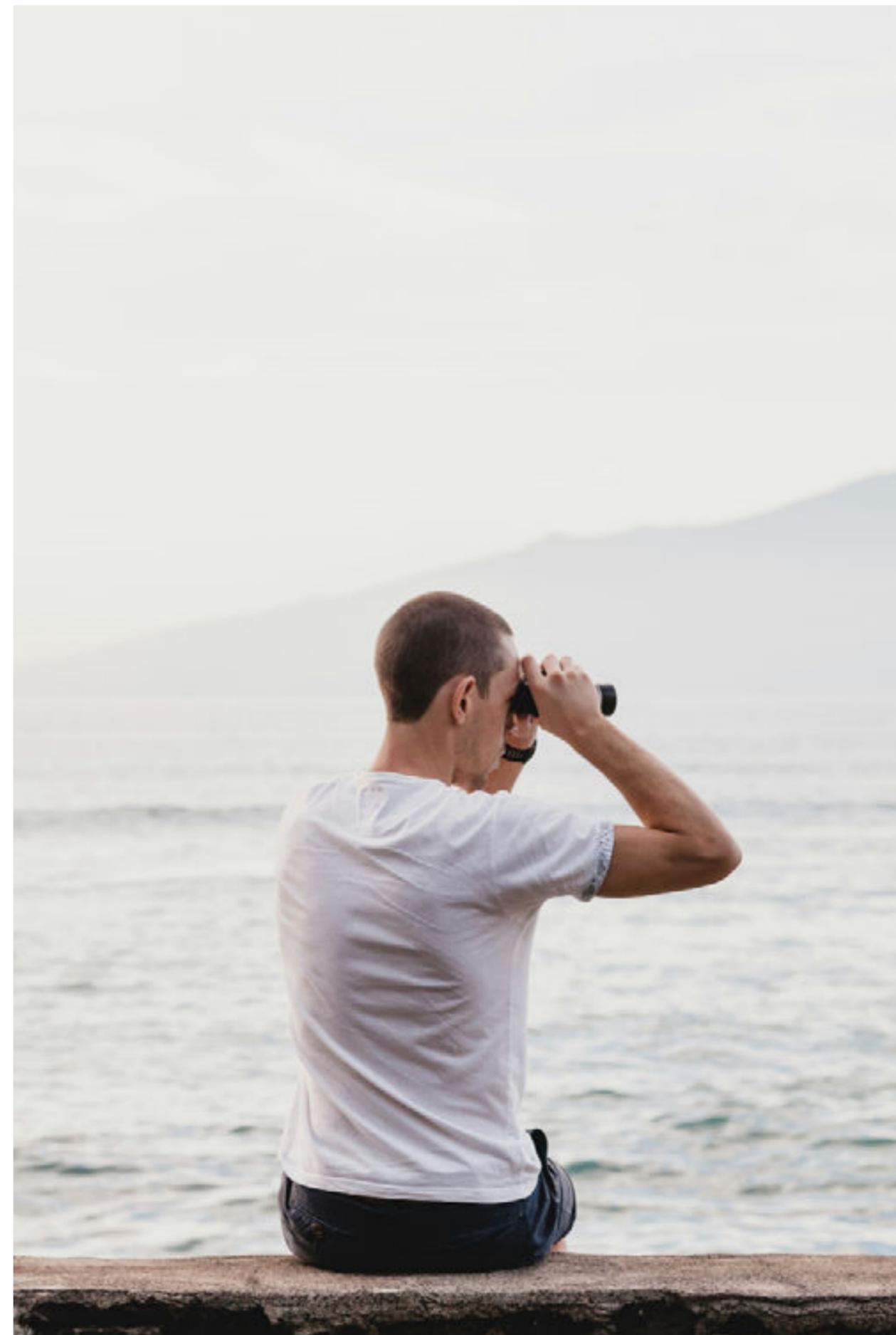
Appréciation générale de l'objectif

Points forts

- Des sous-objectifs à la fois concrets et ambitieux, cohérents avec la mission d'ADOVA GROUP.
- La réactivation d'outils de communication interne et de dialogue avec tous les collaborateurs.
- La volonté réelle de se confronter aux avis et ressentis des collaborateurs dans une démarche d'amélioration.
- Les moyens mis en place, financiers et humains, permettent d'être confiant quant à la tenue de ce 1er engagement statutaire d'ici à 2028.

Points de progrès

- Mettre en place les prochaines étapes concrètes des projets qui ont été en phase de lancement cette année comme l'Académie Adova et l'enquête interne.
- Ne pas multiplier les projets et s'assurer en premier lieu du bon suivi des priorités déjà fixées.



Engagement statutaire

#2

**Etre moteur
de la transformation
des pratiques pour
une filière plus durable**



2.1 Contribuer au (re)développement, de filières françaises

Objectif 2028

2.1.1 - Participer à un projet structurant sur le territoire français

Actions phares lère année

Contribution au 2.1.1

ADOVA GROUP INTÈGRE LE COLLECTIF TRICOLOR



1. Nous adhérons au collectif avec la volonté d'être un contributeur actif sur l'ambition affichée de passer de 4% de laine valorisée en France à 50%.

ADOVA achète 160 Tonnes de laine par an, pour un usage après lavage de 82 Tonnes au sein de ses matelas.

2. Nous avons reçu le Collectif Tricolor pour une formation de 2h auprès des achats, des bureaux d'étude et du marketing produit sur les enjeux de la filière laine.

A PROPOS DU COLLECTIF TRICOLOR

Association interprofessionnelle qui rassemble éleveurs ovins, artisans, manufactures, acteurs de la création, de la distribution et territoires.

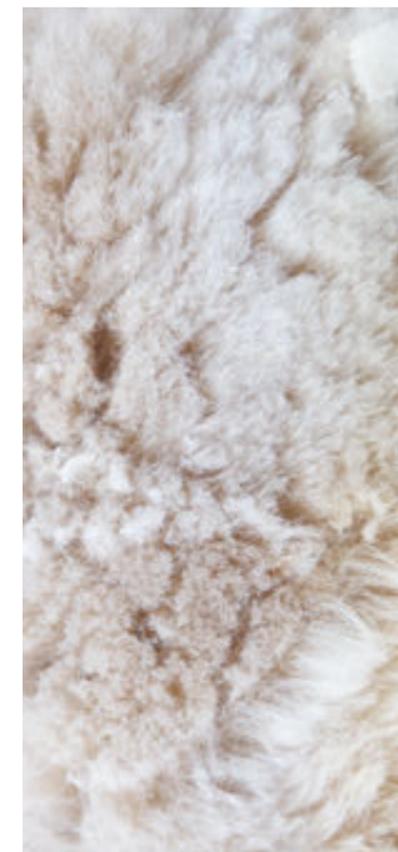
Porte 3 grandes missions :

1. Rassembler les acteurs de la filière lainière française
2. Construire une vision commune
3. Déployer ensemble un programme collaboratif



Charline
Responsable achats groupe

« La formation avec le Collectif Tricolor m'a permis de prendre connaissance du flux logistique de la laine, du « mouton » à la matière finale qu'ADOVA GROUP achète. De comprendre aussi les différentes catégories de laine ainsi que les difficultés et freins des éleveurs et récoltants. Je partage cette envie du collectif de valoriser la laine française et je sais que nous avons un rôle important à jouer en tant que fabricant. »



2.2 Faire naître des projets à impact, en collaboration avec nos parties prenantes

Objectifs 2028

2.2.1 – Mettre en place un projet par an sur les thématiques fin de vie, emballage et recyclage

2.2.2. Etre présent activement au sein d'associations clefs du secteur et d'organismes en faveur du changement

Actions phares 1ère année

Contribution au 2.2.1

ADOVA INTÈGRE DU PLASTIQUE RECYCLÉ DANS TOUS SES EMBALLAGES

Afin d'assurer leur intégrité et qu'ils soient livrés en parfait état chez nos clients, nos matelas et sommiers sont recouverts d'un film plastique.

Cette année nous avons travaillé avec deux fournisseurs français afin d'intégrer un % de plastique recyclé dans nos emballages.

4 sites sur 5 utilisent aujourd'hui des emballages contenant 60% de plastique recyclé. Le 5ème site (Alsace Bedding) est en cours de test et sera équipé d'ici la fin d'année 2024.

30%

De plastique recyclé dans nos emballages en début d'année 2023

De plastique recyclé dans nos emballages en fin d'année 2023

60%

Contribution au 2.2.1

ADOVA MET EN PLACE LA CIRCULARITE SUR LES EMBALLAGES PLASTIQUES

C'est à Bar-sur-Aube (Simmons) que nous avons mis en place un système de collecte de plastique en vue de recyclage pour nos emballages.

Nous avons installé des presses permettant la compression de déchets plastiques issus de la réception de nos matières premières. Les balles qui en sortent sont collectées par notre prestataire. Le plastique dont elles sont composées est ensuite granularisé et réintégré dans un flux de production de films d'emballage..que nous utilisons pour nos literies neuves : la circularité est en action !

Ce modèle sera dupliqué sur nos autres sites de production.



Contribution au 2.2.2

ADOVA DEVIENT MEMBRE DE L'EBIA ET SIGNATAIRE DU GLOBAL COMPACT

Nous sommes déjà membre d'Ecomaison, de l'Ameublement français, de Parlons Literie et de la communauté Coq Vert.

En tant que groupe français, nous souhaitons agir au sein des associations françaises mais nous pensons également à l'échelle de l'Europe. A l'heure où de nombreuses normes environnementales émanent de l'UE, il est important d'être présent et de partager notre vision auprès d'associations européennes de notre secteur.

Fondée en 1991, l'EBIA est l'Association Européenne des industries de la literie. Sa mission principale est de promouvoir la croissance et le développement durable de l'industrie de la literie européenne.



NOUS SOUTENONS LE PACTE MONDIAL



Le Pacte Mondial des Nations Unies est une initiative lancée en 2000 par le secrétaire général des Nations Unies, Kofi Annan. Il vise à inciter les entreprises du monde entier à adopter une attitude socialement responsable en s'engageant à intégrer les 10 principes fondamentaux liés aux Droits de L'Homme, aux normes du travail, à l'environnement et la lutte contre la corruption, dans sa conduite des affaires.

Adova participe aux cercles franciliens, des sessions de discussion et d'échange sur les thématiques liées au pacte, et de partage de bonnes pratiques. Prendre de la hauteur avec des personnes engagées, dans des secteurs variés, est également source d'inspiration.

2.3 Sourcing dans une logique responsable

Objectifs 2028

2.3.1 - 90% de nos approvisionnements sont européens

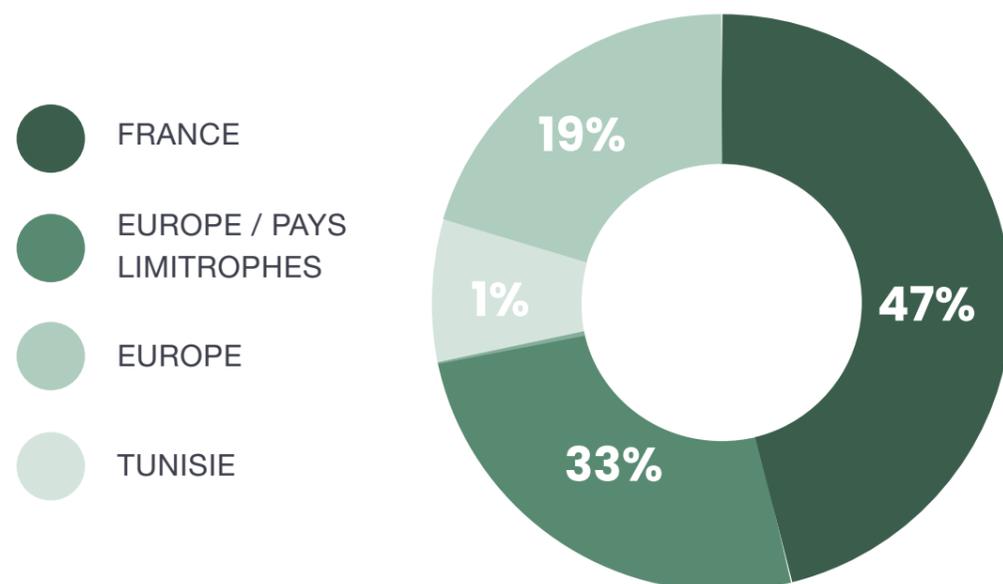
2.3.2- 100% de nos fournisseurs répondent au questionnaire RSE et obtiennent une moyenne de 3/5 minimum

Actions phares 1ère année

Contribution au 2.3.1

PART DES ACHATS MATIÈRES PREMIÈRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

ci-dessous :



80%

de nos achats matières premières sont réalisés en France ou dans les pays limitrophes

99%

de nos achats de matières premières sont réalisés en Europe

Contribution au 2.3.2

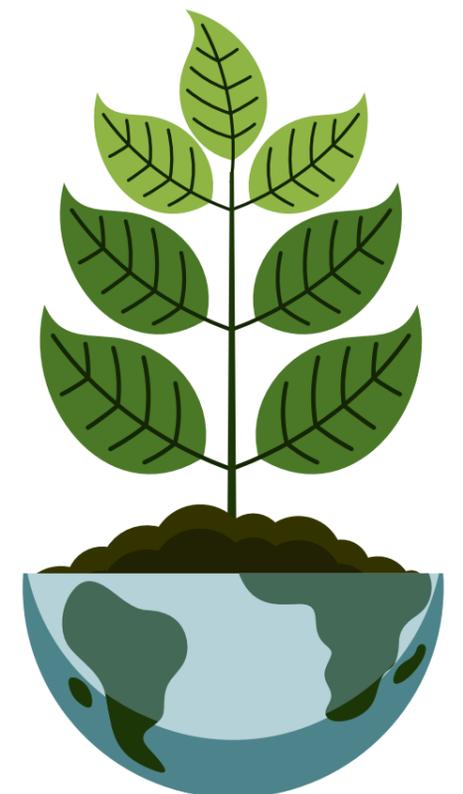
CRÉATION D'UN QUESTIONNAIRE RSE A DESTINATION DE NOS FOURNISSEURS

En 2022 nous avons mis en place un questionnaire RSE et Qualité à destination de nos fournisseurs. Ce dernier était déclaratif et ne nous permettait pas d'évaluer nos fournisseurs et d'identifier facilement les axes de progression.

Début 2024 nous avons revu retravaillé le document et avons créé un questionnaire permettant aux fournisseurs d'obtenir automatiquement leur note sur 5, selon un système de questions et de pondération.

Nos fournisseurs savent ainsi immédiatement où ils se situent par rapport à nos attentes.

En parallèle, le pôle achats est en mesure d'identifier les fournisseurs « à risque » et de leur proposer un plan d'action afin de s'améliorer et atteindre le niveau d'exigence établi.



Feuille de route 2028 : le récap

#2 Être moteur dans la transformation des pratiques pour une filière plus durable

Objectif macro	Sous objectif et indicateur	Etat d'avancement
2.1 Contribuer au (re)développement de filières françaises	2.1.1 Participer à un projet structurant pour le territoire français	
2.2 Faire naître des projets à impact en collaboration avec nos parties prenantes	2.2.1 Mettre en place un projet par an sur les thématiques de fin de vie, emballage ou recyclage produit.	
	2.2.2 Etre présent activement au sein des organismes majeurs du secteur	
2.3 Sourcer dans une logique responsable	2.3.1 90% de nos approvisionnements européens	
	2.3.2 100% de nos fournisseurs répondent au questionnaire RSE et obtiennent une moyenne de 3/5 ou un plan d'action pour y parvenir	

Appréciation du comité de mission



ATTEINT

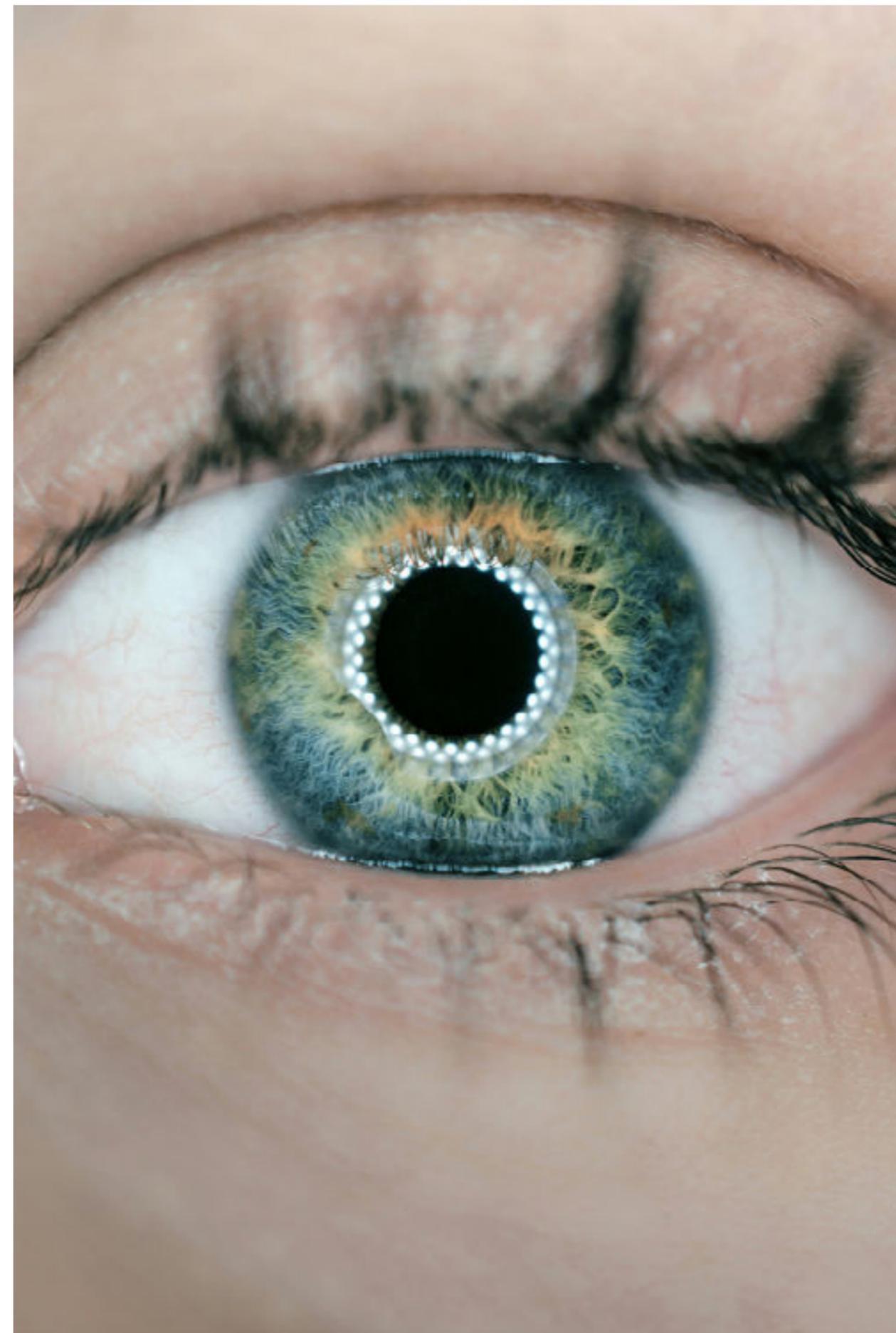
Appréciation générale de l'objectif

Points forts

- La Conscience d'un rôle majeur à jouer au sein de différentes instances et associations clefs pour faire changer les pratiques (Collectif Tricolor, EBIA, Global Compact).
- Un fort ancrage sur le territoire français au-delà de la production, mais aussi à travers les approvisionnements.
- Succès de l'intégration du plastique à 60% recyclé.

Points de progrès

- Sur les Matières Premières, l'objectif a été atteint dès l'année 1. En année 2, se concentrer sur le taux d'approvisionnement français ou sur un autre indicateur dans une démarche d'amélioration continue.
- Étendre la circularité sur les emballages recyclés de tous les sites



Engagement statutaire

#3

**Innover au bénéfice
du confort de vie**



3.1 Rendre systématique l'éco-conception et mettre en oeuvre la circularité

Objectifs 2028

3.1.1- 100% de notre offre en vigueur éco-conçue

3.1.2- Un partenariat par an avec nos clients et/ou fournisseurs, en faveur de la circularité

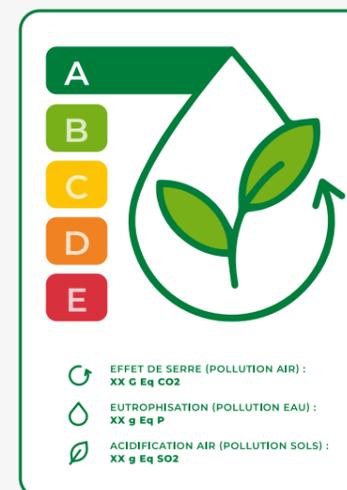
Notre outil d'aide à l'éco conception

Nous avons créé en interne, un outil d'aide à l'éco-conception. Pour chaque référence article, notre logiciel publie une fiche environnementale du produit avec notamment les taux de :

- Matières naturelles
- Matières synthétiques (issues de ressources non renouvelables)
- Matières artificielles (produit par l'humain à partir de matières naturelles)
- Matères Recyclés

Cette fiche nous permet d'identifier instantanément les avancées mélioratives du produit selon plusieurs critères et d'orienter les développements.

NOTE ENVIRONNEMENTALE



Attribution de la note selon les recommandations du guide BPX 30 323-10

Actions phares lère année

Contribution au 3.1.1

SUPPRESSION DES CARÉNAGES EN MOUSSE DES GAMMES GÉNÉRALES

La société à mission nous pousse à nous questionner sur notre rôle en tant que fabricant et notre action en faveur de l'environnement. Bien qu'elle possède des propriétés remarquables en terme de confort, nous avons l'ambition de renoncer à la mousse de polyuréthane vierge dans nos matelas d'ici 2028.

La première étape ? Supprimer la mousse de carénage.

Nos bureaux d'études ont travaillé sur des solutions de conception permettant de s'en départir sans compromettre la qualité de nos produits. Le challenge n'était pas facile après des décennies à fonctionner avec la mousse périmétrale. Mais les équipes ont relevé le défi qui s'est avéré source de créativité menant au dépôt de nouveaux brevets.

Dépôt de nouveaux brevets

La conception matelas sans carénage mousse a fait l'objet de brevets chez Tréca avec la conception NEO et chez Simmons également.



Pourquoi supprimer la mousse ?

- La production de mousse de polyuréthane (PU) est une activité très polluante, issue de la pétrochimie (Energivore et usage d'agents moussants contribuant à l'appauvrissement de la couche d'ozone).
- Les composants majoritaires de ce matériau sont les Polyols et Isocyanates, toxiques pour l'environnement et présentant des risques pour la santé.
- Les polyols sont recyclables chimiquement seulement à hauteur de 15% maximum, un taux insuffisant lorsque l'on souhaite proposer des produits plus vertueux.
- Recyclée mécaniquement, la mousse peut montrer des problèmes de qualité avec, entre autres, l'altération de ses caractéristiques (plus fragile, moins résiliente, durée de vie réduite...)



3.1 **Rendre systématique l'éco-conception** et mettre en oeuvre la circularité

Nous avons lancé de nouveaux concepts produits poussés au niveau de l'éco-conception, sans aucune mousse de polyuréthane

SCANDINAVIA

ENSEMBLE CONCEPTION BOX SPRING

Modulable . Durable . Echangeable



Surmatelas composé au choix

- Latex talalay
- Latex gel
- Eco latex
- Enrobé d'une housse zippée lavable

Matelas de soutien

- Ressorts ensachés, 90% recyclé
- Laine recyclée
- Confort ferme ou mi ferme

Sommier

- Ressorts ensachés 90% recyclé
- Lattes bois massif PEFC
- Conçu en 2 parties, tête et pied pour des largeurs > à 120cm

RIVIERA

LE MATELAS 100% NATUREL

Naturel . Responsable . Durable



Surmatelas

- 1030gr laine merinos d'arles
- 1030gr de lin français
- 1920 gr de ouate

Matelas sans aucune mousse

- Ressorts Air Spring
- Capitonnage intégral à la main
- Latex naturel
- 2050gr de laine mérinos d'arles
- 1600gr de pure laine

Sommiers ressorts ensachés

- Soft Spring ou
- Oméga Spring

3.1 **Rendre systématique l'éco-conception** et mettre en oeuvre la circularité

Contribution au 3.1.2

LA CIRCULARITÉ DANS LES MATELAS DE L'HÔTEL DU CAP EDEN ROC

Avec notre client, le prestigieux Hôtel du Cap Eden Roc nous avons collaboré afin d'intégrer la notion de circularité au sein des matelas que nous avons conçus sur-mesure pour l'établissement.

Grâce à l'intelligence collective (commerce, achats, bureaux d'étude, qualité) et dans une logique d'accompagnement de nos fournisseurs, nous avons pu transformer 200kg de linge de bain de l'hôtel, en feutre qui a été intégré au sein des produits.

Ce partenariat a été possible grâce à l'ADN de l'Hôtel Cap Eden Roc, précurseur dans son secteur sur l'engagement en faveur du développement durable et grâce à la philosophie des achats d'Adova Group qui souhaite accompagner ses fournisseurs dans la prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux dans leur activité.



3.2 Participer à rendre le confort durable accessible

Objectifs 2028

3.2.1-Proposer des offres matelas inférieures à 400€* (dimension 140x200 cm)

3.2.2-Développer notre offre seconde vie

Actions phares 1ère année

Contribution au 3.2.1
CRÉATION DU MATELAS BOOSTER CHEZ BUT



Matelas sans carénage mousse
Suspension **100%** ressorts avec acier **90%** recyclé
Ouate recyclée



* Seuil révisable selon le phénomène d'inflation

Contribution au 3.2.2
PARTENARIAT AVEC REBORN, MARKETPLACE DE VENTE DE MEUBLES DE SECONDE VIE



Nous avons signé un **partenariat avec Reborn** afin d'apporter des solutions pour bien dormir pour tous les budgets.

Cette plateforme est spécialisée dans les produits d'ameublement vendus en seconde vie par des professionnels. Nous garantissons ainsi la qualité et l'intégrité de nos matelas et sommiers, proposés en tant que fin de stock, neufs, sur le site.



3.3 Sensibiliser tous les publics sur l'importance de bien dormir, dans un monde durable

Contribution au 3.3.3
DE NOMBREUSES SENSIBILISATIONS TOUT PUBLIC

Objectifs 2028

3.3.1-Au moins 60% des effectifs formés en interne sur les enjeux du sommeil et / ou de l'environnement

3.3.2 - Former 500 vendeurs literie

3.3.3- Mener des actions de sensibilisation

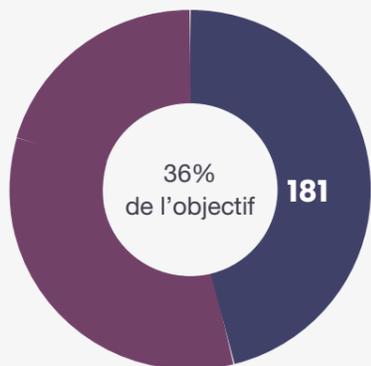
Actions phares 1ère année

Contribution au 3.3.1
SUPPORT DE FORMATION «BIEN DORMIR POUR MIEUX VIVRE» A DESTINATION

La formation «Bien dormir pour mieux vivre», à l'origine développée pour les vendeurs literie, a été revue et adaptée afin de former les collaborateurs ADOVA sur le sommeil, comprendre ses mécanismes et le rôle d'une literie face aux enjeux de santé.



L'OBJECTIF :
500 vendeurs formés d'ici 2028



● Nombre de vendeurs literie formés au 31 mars 2024



Contribution au 3.3.2
L'ACADEMIE DU SOMMEIL, ORGANISME DE FORMATION POUR LA PROFESSION

1^{er} organisme de formation professionnelle en France dans l'univers du sommeil et de la literie, reconnu et certifié par Bureau Véritas France.

A travers cette académie nous formons les vendeurs à la masterclass «Bien dormir pour mieux vivre», afin de mieux comprendre les enjeux de santé liés au sommeil et d'apporter un conseil personnalisé à leurs clients.



Intervention au lycée Hôtelier Alexandre Dumas auprès de 124 élèves



2 conférences au BHV lors de la journée du sommeil

Feuille de route 2028: le récap

#3 Innover au bénéfice du confort de vie

Objectif opérationnel	Action et indicateur	Etat d'avancement
3.1 Rendre systématique l'éco-conception et mettre en oeuvre la circularité	3.1.1. 100% de notre offre produit en vigueur éco-conçue	
	3.1.2 1 partenariat / an avec nos clients et/ou fournisseurs en faveur de la circularité	
3.2 Participer à rendre le confort durable accessible	3.2.1. Proposer des produits éco-conçus inférieurs à 400€* (dimension 140x190 cm) *Seuil tarifaire qui peut-être revu en fonction de l'inflation	
	3.2.2. Développer notre offre «seconde vie»	
3.3 Sensibiliser tous les publics sur l'importance de bien dormir, dans un monde durable	3.3.1. Au moins 60% des effectifs formés en interne sur les enjeux du sommeil et/ou du développement durable	
	3.3.2 Former 500 vendeurs literie	
	3.3.3 Mener des actions de sensibilisation chaque année	

Appréciation du comité de mission



ATTEINT

Appréciation générale de l'objectif

Points forts

- Parti pris fort pour le secteur : suppression de la mousse PU vierge des matelas.
- Echange vertueux entre client et distributeurs pour aboutir à des projets circulaires.
- Académie du sommeil prolifique et motrice sur la thématique du bien dormir.

Points de progrès

- Aller encore plus loin dans la démarche d'éco-conception et passer en phase 2, avec une définition plus détaillée.
- Mettre en place un seuil à atteindre de collaborateurs participant chaque année à la formation «Bien dormir pour mieux vivre».



ADOVA

GROUP

● BIEN AGIR POUR MIEUX VIVRE

Contact RSE
Morgane DANIEL
Responsable RSE et Communication Interne Groupe
mdaniel@adova-group.com