

RAPPORT D'IMPACT 2024

DAMMANN  
FRÈRES

LEAF  
& LIFE

Cultiver le lien  
entre l'Humain & les plantes  
pour une qualité de vie supérieure



Ce deuxième Rapport d'Impact témoigne du travail réalisé entre le 15 juin 2023, date à laquelle nous sommes devenu Société à Mission, et la fin décembre 2024.

Conscients qu'il ne s'agit que d'une nouvelle étape sur notre chemin, il présente néanmoins un plan d'action concret et chiffré : stratégie, objectifs, perspectives, indicateurs.

Structurer nos process et notre système de management est la condition de notre succès collectif, la manière efficace de mutualiser nos efforts et d'avancer ensemble dans la même direction.

Toutes les actions que nous continuerons à mener en faveur de la qualité de nos produits, du développement de la biodiversité, du respect des droits humains et de la défense de l'environnement partout dans le monde s'inscrivent quotidiennement dans notre démarche RSE.

Baptisée LEAF&LIFE, elle nous engage tout naturellement à affirmer haut et fort notre raison d'être :

*Cultiver le lien entre l'Humain et les plantes pour une qualité de vie supérieure.*

Il s'est déjà passé dix-huit mois depuis que DAMMANN Frères a souhaité accéder au statut de Société à Mission ! Dix-huit mois pendant lesquels notre engagement collectif envers l'environnement et la responsabilité sociale a chaque jour été renforcé.

Toujours en adéquation avec notre raison d'être « Cultiver le lien entre l'humain et les plantes pour une qualité de vie supérieure », chaque département de l'entreprise s'est impliqué pour atteindre les objectifs concrets que nous nous sommes fixés. Les mentalités changent et nous observons un passage progressif de collaborateurs à contributeurs.

L'investissement majeur initié pendant cette période concerne la construction de notre nouveau siège. Dès la fin de l'année 2025, il accueillera nos bureaux, notre unité de production, des espaces de stockage et une boutique. Si cette décision est particulièrement visible, elle n'occulte en rien toutes les actions menées chaque jour pour mettre en place notre politique d'achats responsables, de mécénat ou de décarbonation de nos activités.

Sous la bannière LEAF&LIFE, qui qualifie notre démarche de RSE, nous poursuivons inlassablement notre route avec la volonté d'embarquer l'ensemble de nos parties prenantes : producteurs, collaborateurs, consommateurs et actionnaires.

*Erika Le Noan, Présidente*

*Chaque action  
- quelle que soit sa visibilité - a son importance.  
Elle est au service de nos objectifs.*



**LEAF  
&  
LIFE**



# SOMMAIRE

Empreinte de responsabilité, notre histoire évolue	P. 6
Notre chaîne de valeur, de la feuille à la tasse	P. 7
Notre Comité de Mission	P. 8
Les objectifs de notre démarche LEAF&LIFE	P. 9
Faits marquants 2024	P. 10
<b>Pilier #1</b>	
Cultiver le lien entre l'Humain et les plantes dès l'amont agricole	P. 11
<b>Pilier #2</b>	
Cultiver le lien entre les êtres humains grâce aux pratiques et à la culture d'entreprise	P. 15
<b>Pilier #3</b>	
Cultiver le lien entre l'Humain et les plantes par la connaissance	P. 20
Avis du Comité de Mission	P. 24
Glossaire	P. 26

# EMPREINTE DE RESPONSABILITÉ, NOTRE HISTOIRE ÉVOLUE

DAMMANN  
FRÈRES

1825



## Après sa naissance en 1692, DAMMANN Frères intensifie sa présence internationale

- Achat de la société Derode, négociant en thé et vanille.
- Reprise de l'activité d'un comptoir de thé à Batavia en Inde.

1950



## L'innovation et la durabilité font leur entrée

Pierre et Robert DAMMANN confie l'entreprise à Jean JUMEAU-LAFOND qui crée le premier thé parfumé moderne : GOÛT RUSSE DOUCHKA. Côté innovation durable, il invente la vente de thé en vrac.

1980



## La révolution du Cristal®

Jacques et Didier, les successeurs de leur père, mettent au point le sachet Cristal®.

2019

PDG  
POLO  
DEL  
GUSTO

## Le Polo Del Gusto

Avec DAMMANN Frères PDG souhaite offrir de meilleurs produits aux générations futures, créés dans des environnements plus sains, respectueux de la nature et du travail humain.

2011



## Direction l'Eure-et-Loir

DAMMANN Frères installe son siège et son outil de production sur 32000 m² à Dreux.

2008



## L'aventure continue Place des Vosges

La boutique historique ouvre ses portes au cœur de Paris. Un an plus tard, le site de e-commerce donne accès aux produits de la marque au plus grand nombre.

2021



## Agir pour l'environnement

Les sachets sont désormais issus d'une matière biosourcée : le PLA. Une solution durable.

2023

LEAF  
& LIFE

## Changement de statuts

Le 15 juin de cette année-là, DAMMANN Frères devient Société à Mission.

2024

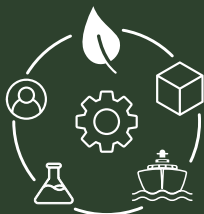


## La RSE au cœur du nouveau siège

DAMMANN Frères lance la construction de son nouveau siège en privilégiant la biodiversité, la qualité de vie et la réduction de son empreinte carbone.

1

## PHASE AMONT



- 1 **Sélection des thés et PAI (plantes à infuser)**
  - sur zones de productions
  - sur échantillons de lots
- 2 **Analyse en laboratoire indépendant** avant décision d'achat.
- 3 **Transport** : fret maritime principalement.
- 4 **Réception** : analyse en laboratoire indépendant et dégustation.
- 5 **Stockage**.

2

## PHASE PRODUCTION



- 6 **Dépoussiérage** des thés à l'exception des plus fragiles.
- 7 **Fabrication** : assemblage en blends pour l'association de différents thés d'origine, en mélanges aromatisés pour l'association de thés avec d'autres éléments (huiles essentielles, épices, arômes, morceaux de fruits, pétales de fleurs...).
- 8 **Conditionnement** pour tous les formats de nos gammes avec contrôle métrologique: Vrac en poches ou en boîtes métal, étuis carton garnis de poches de sachets nus ou de sachets enveloppés individuellement et Coffrets.
- 9 **Acheminement**  
Livraison par flotte de véhicules DAMMANN Frères ou transport routier par prestataires.  
Expéditions par colis postal.

## MAÎTRISER LA CHAÎNE DE VALEUR À CHACUNE DE SES ÉTAPES

4

## PHASE CONSOMMATION



- 13 **Conseil de préparation** pour une dégustation optimale indiqué sur chaque emballage. Respecter la température de chauffe préconisée et ne chauffer que le volume d'eau nécessaire à chaque dégustation contribuent à diminuer l'empreinte carbone de la tasse.
- 14 **Gestion de la fin de vie des produits** : conseil de tri pour tous les emballages et contenants ou revalorisation.

DAMMANN Frères construit son développement en tissant des liens solides avec ses fournisseurs, producteurs et l'écosystème du monde agricole. Des partenariats durables basés sur la confiance réciproque, il naît une interactivité porteuse d'innovation, une transmission naturelle des connaissances et une vision commune des objectifs. Cette exigence partagée assure la parfaite qualité de chaque produit.

3

## PHASE DISTRIBUTION



- 10 **Réseau de plus de 35 boutiques** en France et à l'étranger.
- 11 **Une boutique e-commerce**.
- 12 **En corners** en épicerie fines et boutiques spécialisées.
- 13 **En hôtellerie et restauration** partout dans le monde.  
**62 pays** distributeurs de la marque.

# UN COMITÉ DE MISSION MULTI-COMPÉTENCES

Notre comité de mission, organe indépendant de la direction de la Maison DAMMANN Frères, se compose de quatre membres. Chacun d'entre eux détient des compétences sur l'un des piliers de la raison d'être de l'entreprise.

Nous opérons de pair avec la Présidente, Madame Erika LE NOAN, et le Directeur Général Monsieur Jean-Luc DEVOS, lors de nos réunions périodiques.

Après une première période qui a montré toute la qualité et la richesse des échanges entre ses membres, le comité a choisi de multiplier encore nos rencontres pour toujours plus :

- Stimuler la co-construction
- Prévoir des temps complémentaires si nécessaire pour analyser chaque sujet
- Multiplier les points intermédiaires,
- Rédiger ensemble nos conclusions et avis.



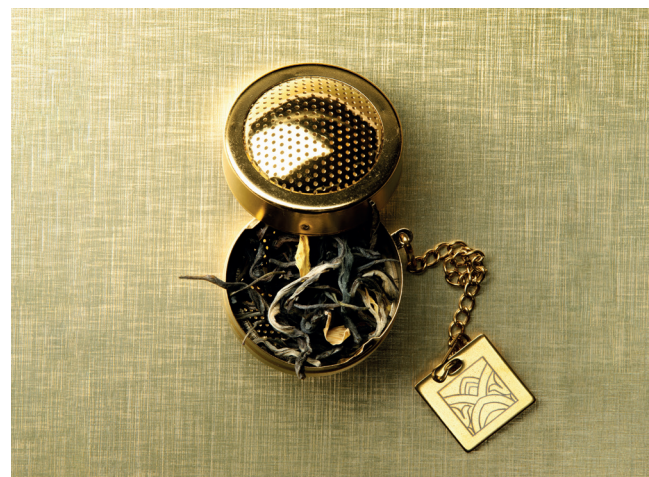
Dès 2025, DAMMANN Frères sera adhérente de la communauté des entreprises à mission, nous donnant ainsi accès à de nouveaux cercles d'échanges et de bases de données.

## LE RÔLE DU COMITÉ DE MISSION

Il est chargé exclusivement du suivi de la mission de DAMMANN Frères. Distinct des organes existants et devant intégrer au moins un salarié, il accompagne l'entreprise pour définir sa stratégie et la challenger.

À la fin de la première période (2023/2024), il analyse les objectifs prévus et donne son avis. (Voir en page 24).

Le Rapport d'Impact 2024 complet fait l'objet d'un reporting à un Organisme Tiers Indépendant et est présenté à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes pour validation.



## LES MEMBRES DU COMITÉ DE MISSION :

### Julie BERNARD

Responsable HSE chez DAMMANN Frères  
Présidente du Comité  
Ressource interne

**Référente Pilier 2 : Pratiques et culture d'entreprise**

### Raphaël FELENBOK

Conseiller indépendant – Agri Food  
Ressource externe – **Référent Pilier 1 : Amont agricole**

### Andrea Dominique ILLY

Co founder et CEO Amarey  
Ressource externe – **Référente Pilier 2 : Pratiques environnementales**

### Fiona PABAN

Ancienne Tea trainer & ambassador DAMMANN Frères /  
Procurement agent & supply chain projet officer à  
La maison du Whisky  
Ressource externe – **Référente Pilier 3 : Connaissance**

# LEAF & LIFE

Cultiver le lien entre l'Humain  
& les plantes pour une qualité  
de vie supérieure



	PILERS	
#1 Cultiver le lien entre l'Humain et les plantes dès l'amont agricole	#2 Cultiver le lien entre les êtres humains <b>grâce aux pratiques et à la culture d'entreprise</b>	#3 Cultiver le lien entre l'Humain et les plantes <b>par la connaissance</b>
OBJECTIFS OPÉRATIONNELS		
Objectif 1 Renforcer nos liens avec le monde agricole	Objectif 3 Maitriser notre empreinte environnementale	Objectif 6 Transmettre le savoir
Objectif 2 Développer des partenariats durables et responsables avec les producteurs	Objectif 4 Améliorer la Qualité de Vie au Travail	Objectif 7 Sensibiliser à une consommation responsable
	Objectif 5 Développer le rôle de la gouvernance	

Retrouvez les objectifs statutaires tels que précisément exprimés dans les statuts en p.24

# ANNÉE 2024 : DE GRANDS FAITS MARQUANTS POUR DAMMANN FRÈRES



## Lancement de la construction de notre nouveau siège

Le début de la construction de notre nouveau siège et outil de production a été effective en mars 2024. Objectif : disposer d'un bâtiment écoconçu conforme aux exigences de la certification BREEAM.

## Définition d'une trajectoire de décarbonation

Sur la base de notre bilan carbone 2022, nous avons validé les objectifs de réduction de nos émissions de Gaz à Effet de Serre sur les 2 premiers scopes : -56% en scope 1 et -10% en scope 2. Les actions à mener pour une réduction du scope 3 sont en cours d'estimation pour pouvoir annoncer notre ambition de réduction (voir en page 19). Les premières actions sont décrites dans le pilier #2 de ce rapport.

## Mise en place des Achats responsables

Pierre fondatrice de notre démarche d'Achats responsables, une charte a été créée et diffusée à l'ensemble de nos producteurs-agriculteurs (thés et plantes à infusion) et à tous les fournisseurs en relation avec le département Achats. L'équipe Achats s'est étoffée avec des responsabilités RSE complémentaires pour notre responsable Achats PAI et une nouvelle coordinatrice Achats RSE a rejoint l'équipe.

## Publication de notre premier Rapport d'Impact

Ce premier rapport a été diffusé en interne et aux actionnaires en juin, à la presse en septembre et mis en ligne pour le grand public en octobre.

## La journée du thé et les ateliers avec le personnel

Cette journée est organisée à Dreux et tous nos collaborateurs sont conviés.

- Démarche RSE de l'entreprise,
- Prise de connaissance des nouveaux produits,
- Visite virtuelle des futurs locaux,
- Partage des savoirs.

## Mise en place d'un comité de mécénat

Le Comité de Mécénat a été créé pour structurer nos actions et leur donner une véritable ligne directrice en phase avec nos valeurs.

## Certifications et référentiels internationaux

Nos actions suivent et s'inscrivent toujours dans les référentiels des certifications internationales, type EcoVadis. Pour autant, nous n'avons pas fait de leur obtention notre priorité en 2024, préférant concentrer nos ressources sur des sujets de fond tels que la décarbonation et les Achats responsables.



Consultez notre charte éthique :

<https://www.dammann.fr/fr/cms/notre-charte-ethique.html>



## PILIER #1

Cultivez le lien entre l'Humain  
& les plantes dès l'amont agricole

- Renforcer nos liens avec le monde agricole
- Développer des partenariats durables et responsables avec les producteurs

Nos engagements s'inscrivent dans le cadre des 17 objectifs de développement durable (ODD) définis par l'ONU.

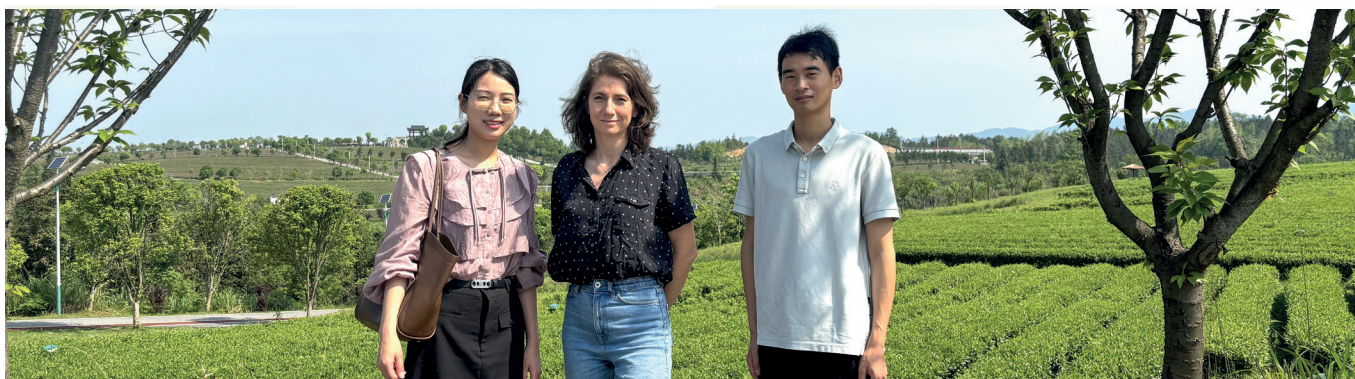
10  
INÉGALITÉS  
RÉDUITES



15  
VIE  
TERRESTRE



# RENFORCER NOS LIENS AVEC LE MONDE AGRICOLE



## LANCER NOTRE DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES

### EN NOUS DOTANT D'UNE CHARTE ADÉQUATE

#### ■ Rédiger la charte Achats avec indicateurs

- Rédaction réalisée de mai à juin.
- Validation au début du second semestre.



### EN RENFORÇANT NOS MOYENS HUMAINS

#### ■ Nommer un responsable Achats responsables

- Nomination d'un collaborateur issu du Service Achat de matières premières en mai.

#### ■ Recruter un coordinateur Achats RSE pour renforcer l'équipe

- Recrutement effectué en mai.

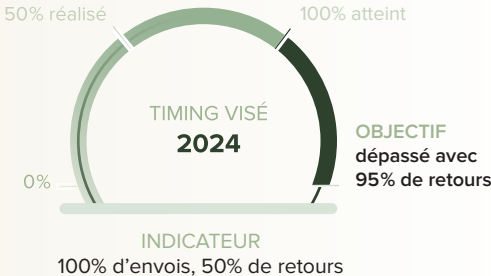


# DÉVELOPPER DES PARTENARIATS DURABLES ET RESPONSABLES AVEC NOS PRODUCTEURS



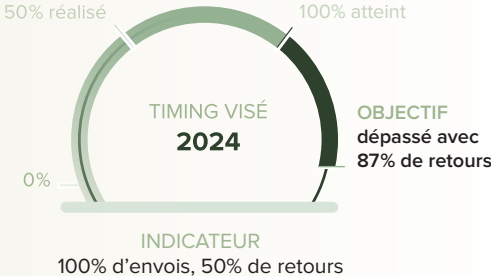
## SENSIBILISER NOS FOURNISSEURS À NOTRE DÉMARCHE RSE

- Envoi de notre charte d'Achats responsables pour signature à nos fournisseurs\*
- Charte envoyée à 100% d'entre eux et retournée signée par une grande majorité.



## RECUEILLIR LES DONNÉES DE NOS FOURNISSEURS

- Envoi d'un questionnaire en lien avec la biodiversité, la qualité, les affaires légales, le carbone... à l'ensemble de nos fournisseurs
- Questionnaire envoyé à 100% d'entre eux et retourné signé par une grande majorité.



\* Périmètre : tous producteurs de thé, PAI, emballages et accessoires actifs en 2024. Ils représentent 81% de l'ensemble des fournisseurs de DAMMANN FRÈRES.

# NOTRE FEUILLE DE ROUTE EST FIXÉE POUR LA PÉRIODE 2025/2026

## PILIER #1 | Cultivez le lien entre l'Humain & les plantes dès l'amont agricole

### OBJECTIF 1

Renforcer nos liens avec le monde agricole

### OBJECTIF 2

Développer des partenariats durables et responsables avec les producteurs



Un état des lieux de l'ensemble de nos fournisseurs est en cours sur les deux derniers trimestres 2024 par la création, l'envoi, le suivi et le traitement d'un questionnaire auprès de 119 fournisseurs. Il doit nous permettre de valider des indicateurs de suivi fin 2025, à déployer en 2026 avec des paliers à passer chaque année jusqu'en 2030.

**ACHATS RESPONSABLES** : atteindre 100% de signatures de notre charte (95% à fin 2024), ce qui nous permettra de nous assurer d'avoir sensibilisé l'ensemble de nos fournisseurs de thé et de PAI aux enjeux de la biodiversité.

**PESTICIDES** : d'ici 2026, déployer une politique visant à limiter, voire supprimer les externalités négatives, en allant au-delà de notre plan de contrôle strict des produits, par l'accompagnement des producteurs dans la non-utilisation de pesticides et d'engrais.

**BIODIVERSITÉ** : d'ici 2026, augmenter la surface dédiée aux habitats favorables à la biodiversité dans les exploitations de notre chaîne d'approvisionnement.

**ÉROSION DES SOLS** : d'ici 2026, accompagner nos fournisseurs les moins matures sur le sujet pour limiter l'érosion et la dégradation des sols dans les exploitations agricoles de notre chaîne d'approvisionnement.

**CULTURES DES PAI** : d'ici 2026, mesurer la diversité des espèces cultivées dans les exploitations agricoles françaises.

**MÉCÉNAT** : nous avons engagé une action de mécénat sur une plantation à Darjeeling en Inde qui subit un manque de précipitations et donc, une pénurie d'eau.

La récupération, l'adduction et le filtrage des eaux pluviales fourniront de l'eau potable et courante. Objectif : améliorer les conditions d'hygiène sur la plantation et possibilité d'extension au village voisin, selon les précipitations.

Les travaux se dérouleront sur une période de 18 mois.

Nous avons construit ce mécénat avec le concours du Pacte Mondial des Nations-Unies.



## PILIER #2

Cultivez le lien entre  
les êtres humains grâce aux pratiques  
& à la culture d'entreprise

- Maîtriser notre empreinte environnementale
- Améliorer la Qualité de Vie au Travail
- Développer le rôle de la gouvernance

Nos engagements s'inscrivent dans le cadre des 17 objectifs de développement durable (ODD) définis par l'ONU.

13  
MESURES RELATIVES  
À LA LUTTE CONTRE  
LES CHANGEMENTS  
CLIMATIQUES



16  
PAIX, JUSTICE  
ET INSTITUTIONS  
EFFICACES



17  
PARTENARIATS  
POUR LA RÉALISATION  
DES OBJECTIFS



3  
BONNE SANTÉ  
ET BIEN-ÊTRE



8  
TRAVAIL DÉCENT  
ET CROISSANCE  
ÉCONOMIQUE



11  
VILLES ET  
COMMUNAUTÉS  
DURABLES



# MAÎTRISER NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE



## MAÎTRISER NOTRE IMPACT GES SUR LES SCOPES 1 ET 2

- Nous doter d'un nouveau siège social et d'une usine de production
  - Début des travaux en mars et signature des différents contrats de construction.
- S'engager sur un bâtiment écoconçu visant la certification BREEAM niveau Very Good.
  - Accord sur l'objectif de certification en février 2024.

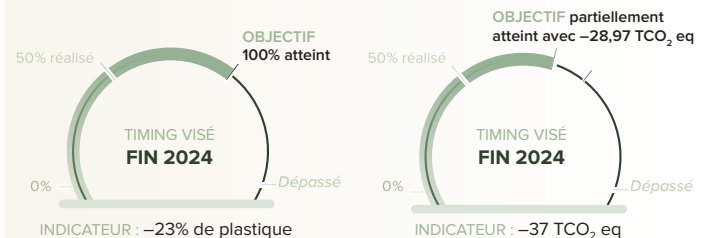


## MAÎTRISER NOTRE IMPACT GES SUR LE SCOPE 3

- Revoir la composition de nos filtres jetables en 100% papier compostable
  - Aucun filtre multi-matières acheté depuis 2023.
  - Achat uniquement de papier compostable. L'objectif de réduction des émissions ne tenant pas compte de la croissance du volume de ventes, cet indicateur n'est que partiellement atteint\*.



- Revoir la composition de l'enveloppe individuelle des sachets en diminuant leur épaisseur
  - Achats exclusifs de bobines en 30 microns faisant passer le poids d'un sachet de 0,57g à 0,44g, soit une réduction de plastique de 23%.
  - L'objectif de réduction des émissions ne tenant pas compte de la croissance du volume de ventes, cet indicateur n'est que partiellement atteint.



\* À volume d'achats équivalent, l'objectif aurait été atteint. Mais nous avons acheté plus de papier compostable en 2024 : Poids des achats filtres papier : 2023 = 431 kg / 2024 = 454 kg  
Pour rappel les facteurs d'émissions utilisés : multi-matière : 0.822 / papier compostable : 0.695.

# AMÉLIORER LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

## PRIVILÉGIER LA COHÉSION DES ÉQUIPES

### ■ Multiplier les animations collaboratives inter-services

- Organisation d'un challenge de Noël, façon Calendrier de l'Avent. Une devinette par jour : « À quel collègue appartient cette photo d'enfance? ». L'occasion de quelques rires, et de quelques paris gagnés... ou perdus !



## FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU QUOTIDIEN

### ■ Proposer des attentions autour de la détente

- Mise à disposition d'un siège massant : 53 collaborateurs de Dreux sur 166 l'ont testé, soit un taux de participation de 31,9%. Il s'agit d'un bon taux au regard des créneaux disponibles uniquement sur les temps personnels de pause et non sur le temps de travail.



## TRANSMETTRE : EMBARQUER CHAQUE COLLABORATEUR

### ■ Créer le lien entre les collaborateurs autour des thèmes RSE et QHS\*

- Intégration la RSE au sein de la journée du thé.
- Organisation de la Journée QHS à Dreux et en boutiques.



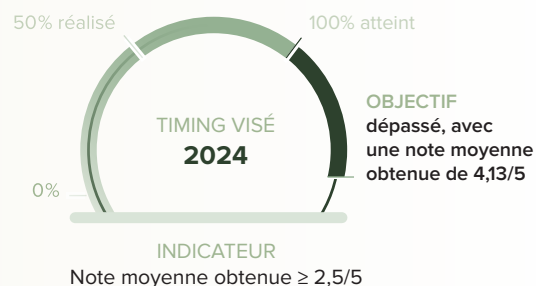
\* Qualité, Hygiène et Sécurité.

# DÉVELOPPER LE RÔLE DE LA GOUVERNANCE

## METTRE EN PLACE UN CADRE STRUCTURANT HSE

### ■ Sensibiliser les collaborateurs à notre politique HSE

- Formation de 162 personnes sur 200, soit 81% des effectifs, avec un taux de satisfaction de 2,73/3.
- Évaluation des compétences acquises, avec pour objectif d'obtenir une note  $\geq 2,5/5$ .



# NOTRE FEUILLE DE ROUTE EST FIXÉE POUR LA PÉRIODE 2025/2026

## PILIER #2 | Cultiver le lien entre les êtres humains grâce aux pratiques & à la culture d'entreprise

### OBJECTIF .3

Maîtriser notre empreinte environnementale

### OBJECTIF .4

Améliorer la Qualité de Vie au Travail

### OBJECTIF .5

Développer le rôle de la gouvernance



En 2025-2026, la maîtrise de notre empreinte environnementale, notre objectif 3, passe d'abord par la maîtrise de notre empreinte carbone. Notre trajectoire à 2030 implique la mise en œuvre d'actions mesurées\* décrites ci-contre.

Pour nos objectifs opérationnels 4 et 5, notre démarche s'inscrit dans une logique d'amélioration continue qui vise d'une part, à proposer toujours de nouvelles animations HSE à vocation de transmission, de cohésion et de bien-être tout en mesurant le climat de nos collaborateurs ; d'autre part, à poursuivre le suivi de nos objectifs de déploiement de notre politique HSE et le développement de notre gouvernance au service de nos engagements.

\* Les données sont basées sur le bilan carbone 2022 (Source SAMI).

**Scope 1 : 517 TCO<sub>2</sub> eq** = 6% du total de nos émissions

» **Objectif : -56% d'ici 2030**

**Scope 2 : 37 TCO<sub>2</sub> eq** = 0,4% du total de nos émissions

» **Objectif : -10% d'ici 2030**

Nos actions sont liées aux choix des infrastructures de la nouvelle usine : chauffage électrique optimisé par une pompe à chaleur, pilotage informatisé des systèmes Chauffage-Ventilation-Climatisation, isolation du bâtiment...

**Scope 3 : 8284 TCO<sub>2</sub> eq** = 94% du total de nos émissions

C'est la part la plus importante de nos émissions, la plus complexe à faire baisser car elle est corrélée à nos volumes de ventes et à notre capacité à inciter notre chaîne de valeurs à l'adoption de pratiques métiers plus responsables. Trois actions sont prévues pour définir notre objectif sur le scope 3.

### NOS 3 ACTIONS MAJEURES D'ICI 2026 SONT :

- Collecter des données détaillées sur le mode de production des intrants (1<sup>er</sup> poste du scope 3 pour 2184 TCO<sub>2</sub> eq) : énergie consommée pour le séchage des feuilles, fertilisants azotés utilisés...
- Remplacer les emballages de thé et PAI plastiques par des emballages papiers (2<sup>e</sup> poste du scope 3 avec 1048 TCO<sub>2</sub> eq).
- Mesurer en détails les pratiques de consommation de nos produits (3<sup>e</sup> poste du scope 3 avec 1572 TCO<sub>2</sub> eq), grâce à une enquête consommateurs identifiant les habitudes de chauffe, de quantité de produit utilisée et de fin de vie des produits.



## PILIER #3

Cultivez le lien entre l'Humain  
& les plantes par la connaissance

- Transmettre le savoir
- Sensibiliser à une consommation responsable

Nos engagements s'inscrivent dans le cadre des 17 objectifs de développement durable (ODD) définis par l'ONU.

4  
ÉDUCATION  
DE QUALITÉ



12  
CONSOMMATION  
ET PRODUCTION  
RESPONSABLES



# AMÉLIORER LE SAVOIR



## DÉVELOPPER NOTRE « ÉCOLE DU THÉ »

- **Créer notre Académie du thé**
  - Recrutement d'un ambassadeur métier formateur le 1<sup>er</sup> octobre 2024.
- **Enrichir notre application MyDammann**
  - Incrémentation de 6 nouvelles langues pour rendre cet outil accessible et compréhensible par le plus grand nombre sur nos marchés, l'Europe et l'Asie : Italien – Espagnol – Portugais – Allemand – Néerlandais – Chinois.



## AMPLIFIER LA VISIBILITÉ DE NOTRE COMMUNICATION RSE

- **Communiquer toute l'année sur notre stratégie, nos engagements, nos perspectives et notre identité LEAF&LIFE**
  - Fourniture de supports de communication à destination de toutes nos cibles : BtoB, BtoC, institutionnels, presse, actionnaires, collaborateurs.

### Actions de communication RSE menées en 2024

Février	<b>BtoB</b> : catalogue Horeca / CHR
Mars	<b>BtoB et BtoC</b> : newsletter relative à notre statut de Société à Mission. <b>BtoB</b> : catalogue conditionnements et vracs - diffusion de la charte éthique.
Juin	<b>Toutes cibles</b> : sortie de notre premier Rapport d'Impact vers l'interne et les actionnaires. Communication de notre identité RSE, Leaf&Life.
Juillet	<b>BtoC et collaborateurs</b> : affichage de notre manifeste dans chaque boutique et en interne. <b>BtoC</b> : affichage dans nos boutiques d'une affiche A5 avec un QR code ramenant vers notre Rapport d'Impact.
Septembre	<b>Presse</b> : distribution du Rapport d'Impact à la Journée presse (128 invités).
Octobre	<b>Toutes cibles</b> : mise en ligne de notre Rapport d'Impact 2023 dans la rubrique raison d'être et Société à Mission. <b>BtoB</b> : article et newsletter à destination des membres Relais & Châteaux France et international.



# SENSIBILISER À UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

## ÉDUCUER LE CONSOMMATEUR À UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

- Appliquer la loi AGEC et encourager le refill dans nos boutiques\*
- Communiquer sur nos solutions de refill auprès de nos clients et consommateurs :
  - Affichage A5 de l'offre vrac chez les revendeurs et en boutiques.
  - Mise en avant de nos boîtes métal et Doypacks dans nos newsletters (2x en février et en mars 2024).
  - Affichage sur nos Doypacks en boutiques et licences.



\* À titre d'informations, depuis le lancement de la démarche de refill en décembre 2023, 3280 emballages uniques ont été évités (chiffres arrêtés au 10 décembre 2024).

## COMMUNIQUER SUR LES BONS PROCÉDÉS DE TEMPÉRATURE ET DE DOSAGE\*\*

- Diffuser les bons procédés d'utilisation des produits par tous les canaux de communication disponibles de la marque : Instagram, newsletters, site internet, points de vente...



Diffusion des procédés sur tous les canaux de communication

## OUTILS ET CANAUX DE COMMUNICATION MIS EN PLACE EN 2024

### En boutiques et corners

- Affichage : Offre Vrac à destination des revendeurs et corners et températures à respecter.
- Leaflet dépliant « L'art d'infuser » indiquant pour chaque produit la meilleure manière de le préparer, tant pour le goût que pour son impact carbone.
- Messages dédiés sur les factures des clients BtoB et sur les tarifs BtoC (40 000 exemplaires par an).

### Sur l'écosystème digital

- Toutes les fiches produits sur le site internet indiquent les bons procédés de température et de dosage.
- Via la newsletter destinée aux clients BtoB (26/10/2023; 22/02/2024 ; 21/03/2024 ; 28/11/2024).
- Sur nos réseaux sociaux, via Instagram (18/09/2024).

\*\* Pour inciter à la réduction de l'impact carbone de la consommation. Le chauffage de l'eau représente 30,9% des émissions de GES.

# NOTRE FEUILLE DE ROUTE EST FIXÉE POUR LA PÉRIODE 2025/2026

## PILIER #3 | Cultivez le lien entre l'Humain & les plantes par la connaissance

### OBJECTIF .6

Transmettre le savoir

### OBJECTIF .7

Sensibiliser à une consommation responsable

**Nous développons la relation avec des écoles hôtelières afin d'intégrer le thé dans la gastronomie et diffuser les bonnes pratiques RSE, la conscience de l'amont agricole et la consommation responsable :**

- Avec l'Institut Lyfe à Ecully près de Lyon : école de management en arts culinaires & hôtellerie.

**Nous formons notre réseau :**

- L'ensemble des collaborateurs dès 2025 : 70 personnes.
- 100 à 120 personnes sur demande et selon disponibilités, parmi les forces de ventes de nos revendeurs France (avec reprise d'un calendrier de formation pour 2025).
- Les forces de vente en CHR notamment vers les clients à l'export.



En 2024, nous avons mis en place les outils fondamentaux permettant de communiquer sur ces enjeux. Au cours des deux prochaines années, nous nous attellerons à créer des événements, ateliers, jeux... qui favoriseront la consommation responsable. En offrant par exemple des boîtes vides afin d'inciter à la vente de vrac au comptoir et la réutilisation de contenants. Ou, avec la déclinaison d'un format de boîte métal cubique pour les sachets Cristal®.

# ATTEINTE DES RÉSULTATS...

## LE COMITÉ DE MISSION A DONNÉ SON AVIS

### RAPPEL DES STATUTS DE LA SOCIÉTÉ À MISSION :

LA MISSION : Cultiver le lien entre l'humain & les plantes pour une qualité de vie supérieure



### LES OBJECTIFS STATUTAIRES :

**Cultiver le lien entre l'humain & les plantes**, dès l'amont agricole : notamment par le renforcement des liens avec le monde agricole, par le développement des partenariats durables et responsables avec les producteurs.

**Cultiver le lien entre les êtres humains grâce aux pratiques & à la culture** d'entreprise : notamment par la maîtrise de son empreinte environnementale, l'amélioration de la qualité de vie au travail, et la mise en place d'une gouvernance le permettant.

**Cultiver le lien entre l'humain & les plantes**, par la connaissance : notamment grâce à la transmission du savoir et à la sensibilisation à une consommation responsable.



### AVIS DU COMITÉ DE MISSION

« Lors de la réunion du 19 décembre 2024, les membres du Comité de Mission ont pu rendre un avis quant au bon déroulement de la mission et des actions déployées. Nous pensons que la mission conduite par DAMMMAN Frères est bien menée, cohérente avec son activité et ses engagements.

En effet, celle-ci repose sur une raison d'être engageante et impactante sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. Elle intègre l'amont agricole, ses collaborateurs, ses clients, ses consommateurs et l'ensemble de ses parties prenantes.

Nous constatons que d'importants moyens et ressources ont été mis en place pour concourir à la mission : embauche, accompagnement...

Par ailleurs, la raison d'être est structurée par trois objectifs statutaires, eux-mêmes déclinés et étayés par des objectifs opérationnels ambitieux, diversifiés et très concrets.

Nous observons que pour chaque action déployée, des indicateurs et des résultats sont disponibles, argumentés, qu'ils soient atteints ou non. Cela nous permet par conséquent de conclure sur chaque objectif statutaire.

Des projections sur l'avenir, et notamment jusqu'en 2030, nous assurent une bonne prise en compte du statut de Société à Mission dans la stratégie et les équipes de DAMMANN FRÈRES.

Toutefois, nous souhaitons par cet avis proposer des préconisations sur le choix des indicateurs et sur les perspectives sur la période à venir : 2025/2026.

Nous attirons l'attention sur le fait que la majorité des indicateurs sont qualitatifs, de réalisations directes ou des résultats immédiats et ne prennent pas en compte tous les aspects environnants. Il serait important de développer davantage d'indicateurs d'effet ou d'impact et de prendre notamment en compte la croissance des ventes pour une meilleure interprétation des résultats.

Nous souhaitons préconiser des thématiques pour la période à venir sur chacun des objectifs statutaires.

En effet, nous constatons que l'aspect social n'est pas intégré dans l'objectif statutaire de l'amont agricole. Il est, à notre sens, nécessaire de l'intégrer en abordant par exemple la notion de salaire vital et du travail des enfants.



Par ailleurs, nous suggérons d'intégrer au cœur de l'objectif statutaire lié aux pratiques environnementales, à l'amélioration des conditions de travail et la gouvernance trois sujets essentiels :

- La mise en place d'énergies renouvelables (photovoltaïque, pompe à chaleur...) sur la nouvelle construction,
- Une démarche d'innovation et d'économie circulaire,
- La réduction des déchets à la source et l'accentuation du tri des déchets.

De plus, nous recommandons de poursuivre le déploiement de l'application MyDammann qui est un outil puissant pour transmettre le savoir sur votre métier, pour communiquer sur les engagements de l'entreprise.

Nous pensons qu'il est important de poursuivre la sensibilisation à une consommation responsable à vos clients distributeurs notamment lors des formations car ils sont vos relais auprès de vos consommateurs.

Nous sommes convaincus que DAMMANN FRÈRES est un acteur responsable et impactant pour les communautés, pour l'environnement et pour ses collaborateurs. Ce premier exercice structuré par la raison d'être « Cultiver le lien entre l'Humain et les plantes pour une qualité de vie supérieure » met en relief positivement vos engagements et traduit vos différentes actions. »

# GLOSSAIRE

## BIO

Un produit est considéré comme « bio » uniquement s'il est issu de l'agriculture biologique et qu'il répond à certaines exigences : aucune utilisation de produits chimiques de synthèse comme les pesticides, les engrais, les désherbants...

## BREEAM

La certification BREEAM évalue la performance environnementale d'un bâtiment en tenant compte de divers critères : performance énergétique, gestion de l'eau, émissions de gaz à effet de serre, qualité de l'air intérieur, utilisation de matériaux durables et gestion des déchets.

## ECOVADIS

EcoVadis propose un service d'évaluation complet de la RSE via une plateforme SaaS globale sur différents thèmes : Environnement, Social & Droits Humains, Éthique et Achats Responsables.

## ENTREPRISE À MISSION

La notion d'entreprise à mission (ou société à mission) est une qualité juridique reconnue aux sociétés garantissant le respect d'engagements sociaux et environnementaux et qui se donnent pour objectif de contribuer positivement à la société et à l'environnement via la réalisation d'objectifs qu'elle se fixe.

## GES

Les Gaz à Effet de Serre sont des gaz présents dans l'atmosphère qui retiennent une partie de la chaleur reçue par le solaire dans l'atmosphère. L'augmentation de leur concentration dans l'atmosphère est l'un des facteurs du changement climatique.

## HSE

L'HSE est une méthodologie de maîtrise des risques et de management des entreprises dans les domaines de l'Hygiène, de la Santé/Sécurité et de l'Environnement.

## LOI AGECE

La loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire entend accélérer le changement de modèle de production et de consommation afin de limiter les déchets et préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat.

## PLA

100% biosourcé et compostable industriellement, le PLA est capable de rivaliser à la fois en termes de performance et d'impact environnemental avec les plastiques classiques.

## RSE

La Responsabilité Sociétale des Entreprises est définie par la Commission européenne comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales. Le terme ESG est aussi employé en anglais et signifie Environnement, Social & Gouvernance.

## SCOPES 1, 2 et 3

Les scopes 1, 2 et 3 sont des catégories d'émissions de Gaz à Effet de Serre utilisées pour réaliser un bilan carbone.

Scope 1 : il représente les émissions directes de GES produits par l'entreprise.

Scope 2 : il correspond aux émissions indirectes liées à l'énergie, mais qui ne se produisent pas directement sur le site de l'entreprise.

Scope 3 : il est lié aux émissions indirectes qui ne sont pas sous le contrôle de l'entreprise.

LES MENTALITÉS CHANGENT PEU À PEU  
TOUTES NOS COLLABORATRICES  
ET COLLABORATEURS SONT INVITÉS À DEVENIR  
LES CONTRIBUTEURS ACTIFS DE NOTRE DÉMARCHE RSE



*Photo prise lors de  
notre journée du thé  
à Dreux.*

La Direction de  
DAMMANN Frères  
**tient à remercier  
chaleureusement  
toutes les équipes**  
pour leur implication.

DAMMANN Frères, en bref

Un site de production français de 32000 m<sup>2</sup>  
200 collaborateurs passionnés  
35 boutiques : 26 licences et 9 boutiques en propre  
300 références de thés en vrac  
60 références de sachets enveloppés  
45 M€ de CA en 2023  
Une présence dans plus de 62 pays dans le monde



# DAMMANN FRÈRES

1 rue de Réveillon  
28100 DREUX

[www.dammann.fr](http://www.dammann.fr)