



CAMPAGNE DE THÉ

LA PERFECTION RESIDE
DANS LA SIMPLICITE

DOSSIER DE PRESSE

Sommaire

Le thé	5
La campagne de thé	6
L'idée	6
Engagement	10
Les différents thés Darjeeling Teekampagne	13
Quelques chiffres	13
Dates clés	14

CAMPAGNE DE THÉ



LE THÉ

Le district de Darjeeling est situé au nord-est de l'Inde. Le thé récolté dans cette région est considéré comme « le Champagne des thés » et bénéficie de l'appellation contrôlée « Darjeeling ».

Les plantations de thé, joliment appelées jardins, portent des noms qui incitent au voyage. Le climat exceptionnel, l'altitude et l'ensoleillement des versants abrupts au pied de l'Himalaya offrent les conditions idéales à la culture d'un thé de grande qualité. Plus les jardins sont situés en altitude, plus les feuilles de thé sont petites et savoureuses.

Teekampagne limite son assortiment à cette région de production, ce qui permet de contrôler et sélectionner rigoureusement le thé. Le rendement naturel des récoltes d'un thé de cette qualité est limité et le rend donc exceptionnel. L'arrivée des nouveaux thés, très attendue par les clients, annonce chaque année le début d'une nouvelle campagne.



LA CAMPAGNE DE THÉ

Teekampagne, en français « campagne de thé », n'est pas un commerce de thé classique. La philosophie de l'entreprise se base sur le leitmotiv « La perfection réside dans la simplicité »:

- Une seule variété de thé de qualité : le Darjeeling
- Suppression des intermédiaires
- Achat directement chez les producteurs
- Conditionnement en grand paquet
- Vente par correspondance
- Les ventes s'orientent aux périodes de récolte du thé

L'IDÉE

Teekampagne a été fondée en 1985 par Günter Faltin, professeur d'université à Berlin. Son domaine de prédilection, l'économie, était enseigné de façon tellement ennuyeuse à l'université qu'il s'était juré d'aborder le sujet sous un angle pratique. Il proposa donc à ses étudiants la création d'entreprise comme étude de cas.

Mais à quoi devait ressembler son entreprise?

Lors de nombreux voyages dans des pays en voie de développement, il constata que certains produits tels que le café ou le thé étaient vendus sur place à des prix très modérés.

Ses recherches se concentrèrent sur le marché du thé. Du pays de production jusqu'au consommateur, le prix du thé est multiplié par dix.

Günter Faltin détermina trois facteurs importants dans la composition du prix :

- Un circuit de distribution extrêmement long
- Un éventail de produits très large
- Un conditionnement en petits paquets

En partant de ce constat, Günter Faltin élaborait le concept de sa campagne de thé. Le mot « campagne » ne fut pas choisi au hasard.

Il choisit le terme de « campagne » en rapport à sa vente de thé saisonnière mais aussi comme moyen d'information et de sensibilisation des consommateurs.

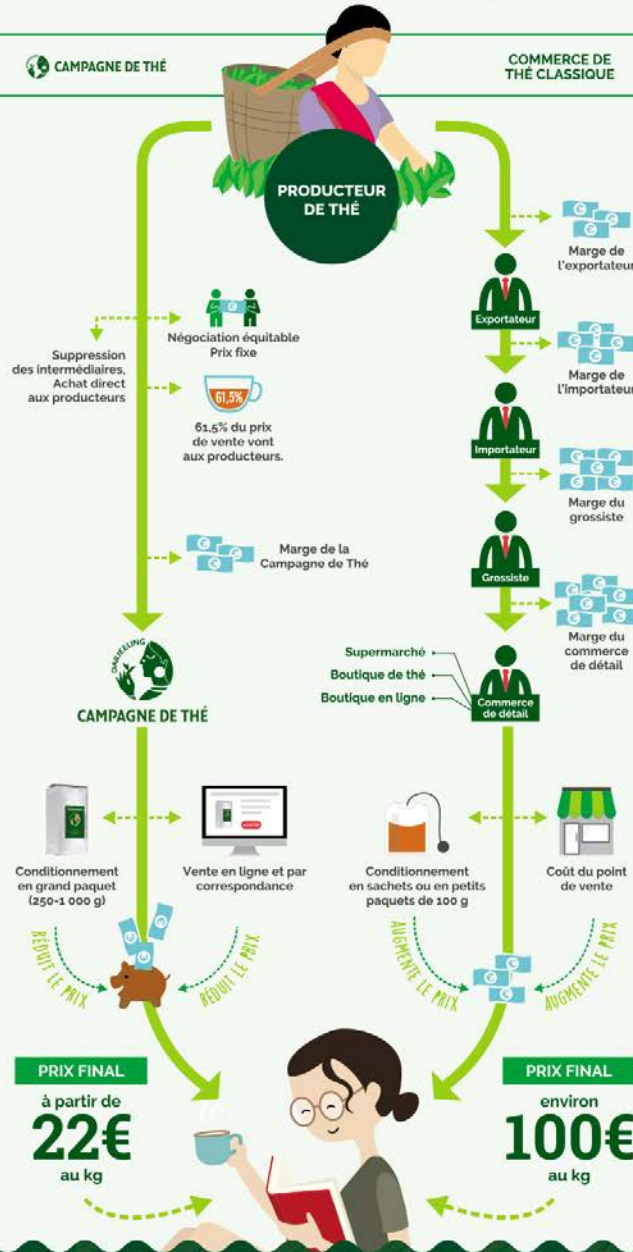
CAMPAGNE DE THÉ

LE SECRET DE NOTRE PRIX

« La perfection réside dans la simplicité. »

CAMPAGNE DE THÉ

COMMERCE DE THÉ CLASSIQUE



CAMPAGNE DE THÉ, c'est

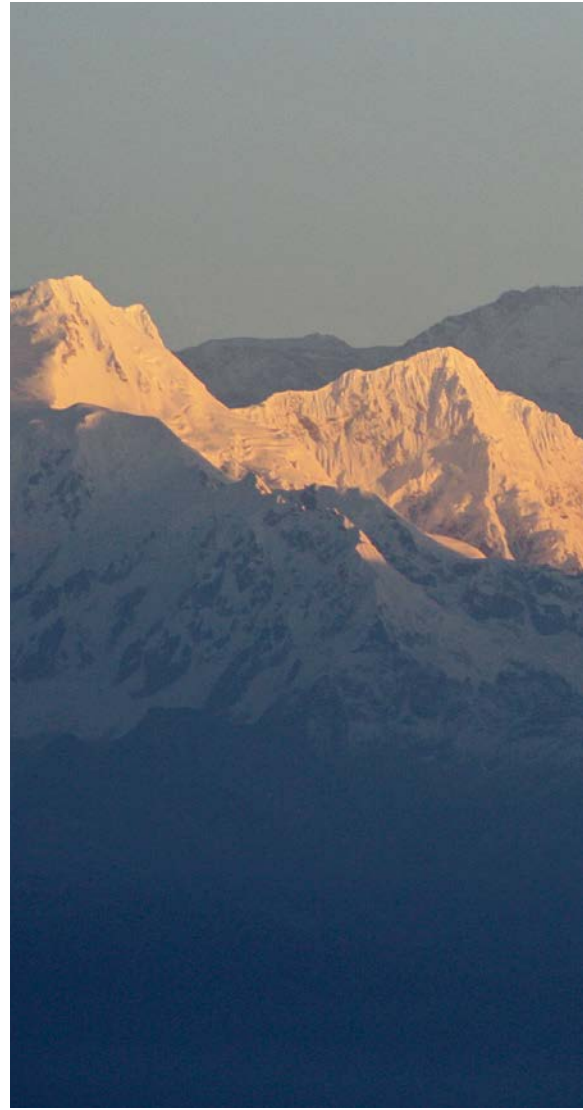
- Une seule variété de thé : Darjeeling. « le Champagne des thés ».
- Analyse des résidus chimiques de chaque lot.
- Traçabilité : le n° de lot sur chaque paquet permet de retracer le parcours du thé jusqu'à son jardin d'origine.
- Campagne de vente aux périodes de récolte du thé.

Certifié 100% bio



© Teekampagne, Projektwerkstatt GmbH 2016. Concept : www.aab-marketing.com. Design : rohmatjuni

Smiling.gr. designed by freepress





ENGAGEMENT

N'acceptez que l'original

Face à l'augmentation de la contrefaçon du thé Darjeeling, le Tea Board of India a introduit un label de qualité et de marque protégée pour un thé 100% Darjeeling. Il estime qu'environ 40 000 tonnes de thé sont vendues comme « Darjeeling » dans le monde entier, alors que la région elle-même ne produit que 10 000 tonnes par an.

Pour soutenir les producteurs du Darjeeling et pour aider les consommateurs à faire le bon choix, Teekampagne imprime le label et le numéro de licence attribué par le Tea Board of India sur tous ses sachets de thé.

Garantie de qualité

Teekampagne accorde une grande importance à la qualité du thé. Se limiter à une seule région de production présente l'avantage de pouvoir contrôler et sélectionner rigoureusement le thé.

Chaque lot de thé est dégusté à plusieurs reprises à l'aveugle par des testeurs et examiné en laboratoire afin d'analyser la quantité de résidus chimiques. Les résultats de ces analyses sont imprimés sur l'étiquette au dos de chaque paquet de thé.

Teekampagne vend uniquement du thé du grade Finest Tippy Golden Flowery Orange Pekoe 1, en abrégé FTGFOP1. Cette classification très précise des feuilles désigne au Darjeeling la meilleure graduation. Seuls les bourgeons et les deux feuilles tendres supérieures sont récoltés, les feuilles du dessous plus grosses restent sur la tige. Les feuilles sont fines et particulièrement savoureuses.



Le magazine allemand Ökotest a testé plusieurs fois différents thés noirs et verts et publié des tests comparatifs. La saveur des thés de Teekampagne ainsi que l'excellent rapport qualité-prix ont obtenu la mention « très bien ».

Commerce équitable

Teekampagne a déjà pratiqué le commerce équitable dans les années 80 bien avant que d'autres organismes ne découvrent ce terme.

Teekampagne travaille exclusivement avec des producteurs en Inde qui s'engagent à respecter des critères sociaux stricts. Les cueilleuses et les cueilleurs de thé bénéficient de soins médicaux gratuits, de congés payés ainsi que de congés de maternité, et d'un système de retraite. Les jardins de thés sont de grandes plantations où travaillent jusqu'à 3000 ouvriers organisés en syndicats.

Le travail des enfants est interdit et les jardins de thés mettent des écoles à leur disposition.

Plutôt que d'investir dans des labels « fair » très coûteux, Teekampagne préfère miser sur la transparence et sur l'information des consommateurs, ainsi que sur une relation de confiance établie au fil des ans avec les producteurs.

TRAÇABILITÉ

Information des consommateurs

Grâce au numéro de lot indiqué sur chaque paquet, le client peut retracer le parcours de son thé jusqu'à sa plantation d'origine.

Teekampagne sélectionne les thés ayant une teneur extrêmement faible en résidus chimiques, et encourage ainsi les producteurs à renoncer à l'utilisation de produits phytosanitaires chimiques et d'engrais synthétiques.

Numéro de lot	FF 081B
Thé Darjeeling	First Flush
Nom des plantations	Tumseng, Lingia, Soom, Nagri Farm, Dhajee, Maryborg, Phooiswring
Récolte et production du thé à Darjeeling	21.03.2011 - 09.05.2011
Premiers contrôles de qualité, prélèvements d'échantillons effectués à Calcutta par la Société Générale de Surveillance (SGS), entreprise suisse leader en contrôle de qualité	14.05.2011
Première dégustation et contrôle organoleptique par SGS et par des testeurs externes en Allemagne et en Angleterre	17.05.2011
Premières analyses effectuées par le laboratoire SOFIA à Berlin	20.05.2011
2èmes contrôles de qualité et prélèvement de l'échantillon par SGS destiné à l'expédition	04.06.2011
2ème dégustation et contrôle organoleptique par SGS et par des testeurs externes en Allemagne et en Angleterre	14.06.2011
Analyse des résidus de l'échantillon destiné à l'expédition par le laboratoire SOFIA à Berlin	20.06.2011
Autorisation de l'expédition	12.06.2011
Délivrance du certificat d'origine par le Tea Board of India	09.06.2011
Transport maritime, inspection par SGS, contrôle des containers et des palettes	09.06.2011
Le lot quitte Calcutta	13.06.2011
Nom de la compagnie maritime	Jetex
Nom du bateau	"Tiger Stream Voy.011"
Date d'arrivée	04.08.2011
Arrivée à	Rotterdam
Conditionné le	11.08.2011
Analysis EGCG content	16.06.2011

La Teekampagne vous donne la possibilité de retracer le parcours de l'ensemble des thés jusqu'à leur origine. Entrez le numéro de lot imprimé au dos de votre paquet de thé dans le champ prévu à cet effet.

Certificat de la Teekampagne

Résidus
Nous avons fait analyser ce thé Darjeeling First Flush FTGFOP1, récolte 2011, par le laboratoire SOFIA GmbH Berlin. 485 substances résiduelles possibles ont été analysées. Seuls les résidus ayant été trouvés lors de l'analyse sont indiqués.


en mg/kg	quantité max. autorisée	quantité trouvée
Endosulfan	30,00 mg	0,004 mg
HCH (isomère)	0,02 mg	0,007 mg

Pureté
Notre thé est certifié 100% Darjeeling depuis 1988 par le Tea Board of India
N° de certificat: DJH-00L39A/5504A/GER

EGCG
Résultat de l'analyse du laboratoire SOFIA GmbH Berlin de la teneur en épigallocatechine gallate: 70mg/g (47%)

Agriculture biologique
Ce thé est issu de l'agriculture biologique et certifié par IMO (Institut für Marktökologie, Suisse).
Ce thé provient des plantations DHAJEE, LINGIA, MARYBORG, NAGRI FARM, PHOOISWRING, SOOM, TUKDAH et TUMSENG.




 EF-ORG-008
 Indes

Le thé se conserve dans son emballage d'origine jusqu'à juillet 2014.
Importé et conditionné pour Projektwerkstatt GmbH
Postfach 411020 - 12120 Berlin - Allemagne
Téléphone +49 30 74 74 74 - Fax +49 30 74 74 717 - www.teekampagne.com


 211102

CAMPAGNE DE THÉ

Contrôle des cultures

L'institut suisse IMO est un organisme indépendant de certification qui veille à la transparence au niveau mondial dans le domaine de l'agriculture biologique. Du producteur au vendeur, en passant par l'emballleur, tous doivent respecter les standards biologiques. De plus, IMO vérifie que les normes d'autres labels bios, comme par exemple Naturland, soient respectées.

Naturland est une des plus importantes organisations de l'agriculture biologique dans le monde entier et regroupe 55.000 agriculteurs, dont certains producteurs à Darjeeling. Ses standards sont plus stricts que le label bio européen et son cahier des charges inclut des critères sociaux basés sur les conventions de l'Organisation Internationale du Travail.

Projet WWF

Une qualité permanente n'est possible que sur la base d'un développement durable. Afin de lutter contre l'érosion des sols sur les versants abrupts des montagnes de Darjeeling, Teekampagne a lancé en 1992 un programme de reforestation « Save the Environment and Regenerate Vital Employment » (S.E.R.V.E.). Cette action a été complétée par d'autres activités et cédée au WWF India en 1996 en vue d'être organisée sur place. Elle reste cependant financée par Teekampagne.

Les effets positifs du programme S.E.R.V.E. ont encouragé les autorités de Darjeeling à faire appel au WWF India pour organiser d'autres projets.



LES DIFFÉRENTS THÉS DARJEELING TEEKAMPAGNE

Darjeeling First Flush

First Flush est la première récolte après l'hiver. Le thé est récolté entre la fin février et la fin avril. Son arôme est délicat et fleuri.

Darjeeling Second Flush

La deuxième récolte importante de l'année est appelée Second Flush. La cueillette se déroule entre début juin et début juillet. Le Darjeeling Second Flush est plus intense que le First Flush.

Selected Darjeeling

Le Selected Darjeeling est sélectionné soigneusement parmi différentes récoltes. Son arôme fleuri et léger rappelle celui du First Flush. Son infusion est cependant plus ambrée que les thés de printemps.

Thé vert Darjeeling

Les feuilles de thé vert ou de thé noir sont récoltées sur les mêmes théiers. Seul le procédé de fabrication est différent. Les feuilles de thé vert ne sont pas fermentées et donnent au thé une saveur douce-amère et fraîche.

Darjeeling « grand jardin »

Les thés « grand jardin » (First Flush et Second Flush) sont issus exclusivement d'une des célèbres plantations de Darjeeling et sont très appréciés des amateurs de thé.

QUELQUES CHIFFRES

- Chiffre d'affaires de 8,7 millions d'euros
- Environ 400 tonnes de thé vendues annuellement
- 15 employés
- Siège social à Potsdam
- Un bureau à Berlin
- Environ 200.000 clients

DATES CLÉS

1985 Prof. Günter Faltin fonde la Projektwerkstatt GbR basée sur l'idée de la campagne de thé.

1988 le Tea Board of India attribue le logo de Darjeeling pour un thé 100% Darjeeling à Teekampagne.

1992 Günter Faltin initie un programme de reforestation de la région de Darjeeling qui est cédé en 1996 au WWF India.

1995 Teekampagne devient leader en Allemagne sur le marché de vente par correspondance de thé.

1997 Teekampagne écoule 300t de thé Darjeeling. Selon les données du Tea Board of India, elle est le premier importateur mondial de thé Darjeeling.

2001 les Professeurs Faltin et Winterhager fondent la fondation pour l'entrepreneuriat.

2004 Teekampagne est la première entreprise en Allemagne à signer le contrat de licence avec le Tea Board of India.

2006 Teekampagne introduit un système de traçabilité. Chaque client peut suivre le parcours de son thé depuis son origine au Darjeeling jusqu'à sa tasse.

2009 Teekampagne obtient le prix allemand de l'entrepreneur. Ce prix récompense les idées innovantes et les réalisations exceptionnelles.

2010 Teekampagne reçoit le prix du développement durable de la chambre de commerce et d'industrie de Potsdam. En octobre, le Président de la République Fédérale Allemande décerne la médaille du mérite à Günter Faltin.

2011 l'appellation Darjeeling est reconnue par l'Union Européenne comme indication d'origine protégée.

2012 accord de coopération entre le Tea Board of India et l'Union Européenne afin de faire respecter l'appellation « Darjeeling ».

2015 prix du développement durable Lammsbräu décerné à Teekampagne. La récompense d'un montant de 2000€ est reversée au projet S.E.R.V.E du WWF à Darjeeling.

CONTACT

Cécile Brevart

Tél. : +49 331 74 74 732

Fax : +49 331 74 74 735

brevart@projektwerkstatt.com

www.campagnedethe.fr

