



Organización Internacional del Café  
Organização Internacional do Café  
Organisation Internationale du Café

PC 51/08

7 outubro 2008  
Original: inglês

P

## Decisões e Resoluções adotadas pelo Comitê de Promoção em sua 14<sup>a</sup> reunião

1. O Comitê de Promoção, presidido pelo Sr. Mick Wheeler, de Papua-Nova Guiné, reuniu-se pela 14<sup>a</sup> vez durante a vigência do Convênio de 2001 em 25 de setembro 2008.

### **Item 1: Adoção da ordem do dia**

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento PC-50/08 Rev. 1.

### **Item 2: Atividades e propostas de promoção**

#### **Item 2.1: Rede da OIC para promoção do consumo de café**

3. O consultor, Sr. Carlos Brando, da P&A International Marketing, fez uma apresentação sobre a implementação da rede financiada pelo Fundo de Promoção, a rede da OIC, o CoffeeClub Network ([www.coffeeclubnetwork.com](http://www.coffeeclubnetwork.com)). A rede estava em pleno funcionamento há quatro meses e tinha quase 200 membros em diversos países. Um link à rede fora incluído na página inicial do site da OIC ([www.ico.org](http://www.ico.org)). O Sr. Brando disse que as comunidades mais freqüentadas eram as que tinham mediadores e, em seguida, descreveu o papel dos mediadores e os benefícios de se tornar mediador. Todos os Membros estavam convidados a propor pessoas de seus países para mediar comunidades na rede e, idealmente, deveria haver um mediador em cada país Membro. A P&A International Marketing ajudaria os novos mediadores a desempenhar seu papel. Os Membros também estavam convidados a estabelecer links com o CoffeeClub Network em outras redes sociais e nos sites dos Governos e do setor privado e em outros sites de seus países, com o objetivo de expandir o uso da rede e desenvolver uma massa crítica que seria importante para

seu desenvolvimento no futuro. Cópias da apresentação do Sr. Brando foram distribuídas na reunião, também estando disponíveis na área de apresentações técnicas do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation/0708.htm>).

4. Os Membros agradeceram esta apresentação. Na discussão deste item, observou-se que atividades criativas e inovadoras como o CoffeeClub Network poderiam ajudar a alcançar os jovens, os consumidores do futuro, e a expandir o consumo de café. A rede poderia funcionar como plataforma para os países demonstrarem maneiras diferentes de promover o café, e a participação do setor cafeeiro em suas diferentes comunidades seria um meio adicional de promover seus produtos.

5. O Comitê tomou nota deste relatório.

#### **Item 2.2: Programas para promover o consumo de café**

6. O consultor, Sr. Carlos Brando, da P&A International Marketing, fez uma apresentação sobre a implementação de programas para promover o consumo de café com base no Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café da OIC, que fora financiado pelo Fundo de Promoção. O Guia estava disponível em CD-Rom e, além disso, seu download podia ser feito gratuitamente do site da OIC. A aplicação do Guia já ocorrera na forma de workshops completos em seis países e de programas de promoção na Colômbia, em El Salvador, na Índia e no México. O potencial para expandir o consumo nos países produtores era enorme. Em apenas três desses países (Índia, Indonésia e México), havia uma população conjunta de 1,5 bilhão de pessoas, mas o consumo não passava de cinco milhões de sacas por ano. O Sr. Brando convidou os Membros a considerar o preparo de programas específicos a países ou de programas regionais para desenvolver o consumo, e notou que as medidas a tomar incluíam pesquisas do consumo, atividades pré-workshops, análises dos Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças (SWOT), workshops para a concepção de programas, e atividades pós-workshops, como as destinadas a angariar fundos e contratar fornecedores. Ele destacou a importância de uma estrutura para os programas e descreveu iniciativas empreendidas no México e na Índia – que, respectivamente, haviam alocado US\$11 milhões e US\$15 milhões para atividades – e novidades na Colômbia, em El Salvador, na Indonésia e na Nicarágua. O investimento inicial do Fundo de Promoção, de US\$287.000, resultara em investimentos de US\$25 milhões em programas de promoção até aquela altura, com um efeito multiplicador de 80, e mais recursos estavam a caminho. Era essencial que os projetos fossem bem concebidos e capazes de atrair investimentos, e o Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café continha todas as informações necessárias para ajudar os Membros a conceber programas. Cópias da apresentação do Sr. Brando foram distribuídas na reunião, também estando disponíveis na área de apresentações técnicas do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation/0708.htm>).

7. O Comitê de Promoção agradeceu esta apresentação. Na discussão deste item, observou-se que a promoção do consumo nos países exportadores ajudava não só a gerar preços mais firmes e a expandir a demanda, mas também a desenvolver as indústrias nacionais dos países produtores, criando oportunidades para o aumento de sua participação na cadeia de valor. Maior consumo nos países produtores trazia benefícios para o setor cafeeiro mundial como um todo.

**Item 2.3: Café e saúde**

8. O Diretor-Executivo disse que a Junta Consultiva do Setor Privado (JCSP) havia examinado relatórios sobre o Programa “Positively Coffee” e o Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde em sua reunião de 24 de setembro de 2008. Com referência ao Programa “Positively Coffee”, em maio de 2008 os Membros exportadores haviam decidido que o Fundo de Promoção disponibilizaria outra tranche de US\$50.000 para continuar a implementá-lo durante o ano cafeeiro de 2008/09. Ele informou aos Membros que a Coordenadora, Sr<sup>a</sup> Sylvia Robert-Sargeant, se desligaria de suas atividades em 30 de setembro de 2008.

9. A Sr<sup>a</sup> Robert-Sargeant fez uma apresentação sobre o desenvolvimento do Programa “Positively Coffee”. Em setembro de 2000, a JCSP havia decidido que sua principal missão e objetivo deveria ser a expansão do mercado cafeeiro mundial em volume e em valor. Uma limitação era a associação que parte da população estabelecia entre o café e problemas de saúde. Notando que havia informações científicas fidedignas disponíveis sobre diversos efeitos positivos do consumo moderado de café para a saúde, a JCSP, em janeiro de 2001, decidira implementar no Reino Unido um projeto piloto financiado pelo Instituto de Informação Científica sobre o Café (ISIC) para tratar do tópico antioxidantes. Na mesma ocasião, ela decidira designar um consultor externo. A identidade “Positively Coffee” fora concebida e usada durante todo o projeto piloto. Os resultados haviam sido muito positivos, recebendo ampla cobertura na mídia, e as conclusões do estudo foram de que as informações científicas publicadas que havia poderiam ser compiladas e traduzidas em materiais que tivessem apelo para um grande público. Isso seria de interesse para a mídia e não teria conotações negativas. O próximo passo fora a criação do Grupo de Trabalho “Positively Coffee”. Outros passos significativos haviam sido o desenvolvimento de uma newsletter, o preparo um manual (Guia do Usuário) em quadro idiomas, que fora distribuído a todos os Membros da OIC, o lançamento do site “Positively Coffee” nos quatro idiomas, e a concretização de financiamento pelo ISIC para três anos de atividades, e posteriormente pelo Fundo de Promoção da OIC. Cópias da apresentação da Sr<sup>a</sup> Robert-Sargeant foram distribuídas durante a reunião e podem ser obtidas da Secretaria, mediante solicitação.

10. Na discussão deste item, observou-se que a classe médica e os órgãos legislativos estavam examinando métodos de pesquisa, e que se tornava cada vez mais importante agir com cautela no tocante a asserções sobre produtos. Esperava-se que o programa continuasse

no futuro. O Comitê tomou nota desta informação e externou seus agradecimentos à Sr<sup>a</sup> Robert-Sargeant por sua dedicação e seu excelente trabalho no desenvolvimento de dois programas muito bem-sucedidos sobre o café e a saúde, bem como sua ajuda aos Membros com respeito a programas em seus países.

**Item 3: Grupo Diretor de Promoção**

11. O Diretor-Executivo disse que o mandato dos Membros do Grupo Diretor de Promoção estabelecido pelo Comitê de Promoção em 2003 terminaria em setembro de 2008. O Grupo se reuniu pela última vez em janeiro de 2007 e era integrado por quatro Membros exportadores (Brasil, Colômbia, Côte d'Ivoire e Indonésia) e quatro Membros importadores (CE – França, CE – Itália, CE – Reino Unido e Japão).

12. O Comitê tomou nota desta informação e decidiu que, como mais consultas sobre esta questão eram necessárias, a questão seria discutida no Conselho.

**Item 4: Outros assuntos**

*22<sup>a</sup> Conferência da ASIC (Campinas, Brasil, 14 – 19 de setembro de 2008)*

13. O Diretor-Executivo disse que, em maio de 2008, os Membros exportadores haviam decidido fazer uma contribuição financeira de US\$10.000 à 22<sup>a</sup> Conferência Internacional da Ciência do Café. A Associação para a Ciência e a Informação sobre o Café (ASIC) havia externado seus agradecimentos por esta contribuição, e o logotipo da OIC fora incluído na lista de patrocinadores no site da ASIC ([www.asic-cafe.org/asic2008](http://www.asic-cafe.org/asic2008)). O Diretor-Executivo participou da Conferência e fez uma apresentação homenageando o antigo Presidente do Comitê de Promoção, Dr. Ernesto Illy, e delineando atividades da OIC em áreas tais como café e saúde e projetos de desenvolvimento cafeeiro. O Comitê tomou nota deste relatório.

**Item 5: Data da próxima reunião**

14. O Comitê notou que a próxima reunião do Comitê de Promoção se realizaria durante a 102<sup>a</sup> sessão do Conselho, em data a ser confirmada oportunamente pela Secretária.