



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

PM 18/12

6 setembro 2012

Original: inglês

P

Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado
4.ª reunião
26 setembro 2012 (14h30)
Londres, Reino Unido

Projeto de plano de promoção e desenvolvimento de mercado

Antecedentes

Em março de 2012, o Presidente do Comitê, Sr. Andrea Illy, da UE-Itália, fez uma apresentação sobre a proposta de um programa de promoção para 2012 – 2015. Nas próximas etapas, um estudo de viabilidade, cujos componentes incluiriam consultas aos interessados, o recrutamento de parceiros, a alocação de recursos e a elaboração de um plano, seria preparado e, em setembro de 2012, submetido à aprovação do Conselho. O Comitê decidiu que em setembro de 2012 apreciaria um plano e o encaminharia ao Conselho. Adiante reproduz-se o projeto de um plano

Ação

Solicita-se ao Comitê que aprecie este documento e apresente sua recomendação ao Conselho.

PROJETO DE PLANO DE PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE MERCADO

I. INTRODUÇÃO

1. O Artigo 25 do Acordo Internacional do Café (AIC) de 2007 estabelece que:
 - 1) Os Membros reconhecem os benefícios, tanto para os Membros exportadores quanto importadores, dos esforços para promover o consumo, melhorar a qualidade do produto e desenvolver mercados para o café, nos Membros exportadores inclusive.
 - 2) As atividades de promoção e desenvolvimento de mercado poderão incluir campanhas de informação, pesquisas, construção de capacidade e estudos referentes à produção e ao consumo de café.
 - 3) Essas atividades poderão ser incluídas no programa anual de trabalho do Conselho ou entre as atividades na área de projetos da Organização a que faz referência o Artigo 28, e poderão ser financiadas por contribuições voluntárias dos Membros, de não-membros, de outras organizações e do setor privado.
 - 4) Um Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado será constituído. O Conselho determinará sua composição e mandato.

2. Como dispõem os termos de referência do Comitê (ver Anexo IV do documento ICC-106-4), o Comitê prestará assessoria e fará recomendações ao Conselho sobre questões de promoção do consumo e desenvolvimento de mercado, que incluirão planos de desenvolvimento de mercado.

3. Em sua 3.^a reunião, em 8 de março de 2012, o Comitê decidiu designar o Sr. Andrea Illy, da UE-Itália, seu Presidente, e o Sr. Rodolfo Trampe, do México, seu Vice-Presidente para 2011/12 (ver documento PM-14/12).

4. Em uma apresentação ao Comitê sobre a proposta de um programa para 2012 – 2015, o Presidente delineou os antecedentes históricos dos programas de promoção da OIC e sua contribuição positiva para o desenvolvimento do setor cafeeiro nos dez anos desde a crise dos preços baixos de 2001. Desde então, a situação mudara, passando a caracterizar-se por um déficit de produção, preços consistentemente mais altos, descomoditização, maior diferenciação e valor agregado, incerteza sobre como a demanda futura seria satisfeita, e crescimento dinâmico do consumo nos países em desenvolvimento. Para evitar uma nova crise, melhorar os meios de subsistência nos países em

desenvolvimento, consolidar resultados já obtidos e atrair recursos para a promoção, recomendava-se que os esforços do Comitê prosseguissem, com objetivos renovados e uma abordagem holística e multiparticipativa.

5. Nas próximas etapas, preparar-se-ia um estudo de viabilidade, cujos componentes incluiriam consultas aos interessados, o recrutamento de parceiros, a alocação de recursos e a elaboração de um plano a ser submetido à aprovação do Conselho. O Comitê decidiu que apreciaria um plano em setembro de 2012.

II. ÁREAS GERAIS DE AÇÃO

6. O objetivo das atividades de promoção e desenvolvimento de mercado da OIC deslocar-se-á da promoção do consumo de café para a promoção de valor e diferenciação através de uma rede de múltiplos parceiros, com duas metas estratégicas:

Meta 1: Promover o valor através da qualidade, saúde, sustentabilidade e diferenciação, construindo uma rede de múltiplos parceiros.

7. Possíveis ações poderiam incluir:

- Mensuração do impacto dos principais componentes de valor do consumo de café.
- Prosseguimento dos atuais programas de divulgação de conhecimentos, como, por exemplo, o Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde.
- Estímulo a novos programas desse tipo.
- Inclusão de mensagens holísticas sobre o café nas comunicações.

Meta 2: Apoiar os países produtores na descomoditização do café através de programas para o aumento dos retornos, centrados particularmente nos pequenos cafeicultores, com a OIC no papel de facilitadora e provedora de conhecimentos.

8. Possíveis ações poderiam incluir:

- Desenvolvimento de manuais comuns de referência acerca das melhores práticas agrícolas e de sustentabilidade. O manual sobre melhores práticas agrícolas levaria a maior qualidade no café verde e maior produtividade, potencialmente resultando em melhores receitas para os produtores. O manual sobre práticas sustentáveis resultaria em maior sustentabilidade econômica, social e ambiental
- Trabalho em parceria com outras instituições e organizações não-governamentais que têm a ver com a agricultura.

III. Atividades potenciais

Meta 1: Promover valor através de qualidade, saúde, sustentabilidade e diferenciação, construindo uma rede de múltiplos parceiros.

Rede de múltiplos parceiros

9. Uma lista de possíveis parceiros dentro do setor privado e dos países produtores será preparada, com o objetivo de desenvolver uma rede multiparticipativa de interessados.

Rede de agentes de promoção

10. Uma rede de agentes de promoção do setor privado e dos países produtores será desenvolvida.

i) Qualidade

11. Melhoria da qualidade através de iniciativas de promoção no contexto do Programa de Melhoria da Qualidade do Café da OIC e em cooperação com o Comitê de Projetos, conforme o caso.

ii) Saúde

12. Prosseguimento dos atuais programas de divulgação de conhecimentos e estímulo a novos programas:

- a) Café e saúde: Divulgação de informações positivas sobre o café e a saúde à mídia e às associações cafeeiras nacionais.
- b) Prosseguimento da divulgação de conhecimentos científicos atualizados e da compreensão do papel do café e da saúde entre médicos e outros profissionais da área, através do Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde.
- c) Newsletter para divulgar informações sobre o café: Informações relativas aos consumidores serão divulgadas por uma newsletter. Esta poderia ser enviada aos parceiros pelos agentes de promoção e publicada nos sites do CoffeeClub e da OIC, entre outros. Também se poderia organizar a divulgação de informações positivas sobre o café através da Intranet, como parte do site do CoffeeClub.

iii) Sustentabilidade

13. Além de desenvolver manuais comuns de referência, para divulgação durante reuniões e feiras do café (ver abaixo), o Comitê colaborará com projetos atuais da OIC relativos à sustentabilidade.

iv) Diferenciação

- a) Mensuração do impacto dos principais componentes de valor do café sobre o consumo do café: estudos econômicos da OIC medirão o impacto dos principais componentes de valor (prazer, saúde, sustentabilidade e variedade). Um aumento do consumo tanto nos países produtores como nos países consumidores resultaria do prazer de tomar café de qualidade.
- b) Inclusão de mensagens holísticas sobre o café nas comunicações: O Comitê coordenará todas as comunicações dos parceiros envolvendo os quatro pilares dos benefícios do café, a saber, prazer, saúde, sustentabilidade e variedade. Ele desenvolverá uma mensagem holística não-intrusiva como, por exemplo, “*café, qualidade de vida*”, que os parceiros serão convidados a usar em suas comunicações.
- c) Participação, com palestras sobre o valor e a diferenciação do café, em importantes eventos, entre os quais os seguintes:
- Convenção da National Coffee Association of USA (NCA) – São Francisco, março de 2013
 - Convenção da Specialty Coffee Association of America (SCAA) – Boston, abril de 2013
 - Convenção da Speciality Coffee Association of Europe (SCAE) – Nice, junho de 2013
 - Convenção da NCA – 2014 e 2015
 - Convenção da SCAA – 2014 e 2015
 - Convenção da SCAE – 2014 e 2015
 - TriestEspresso Expo – Trieste, outubro de 2014
 - Expo 2015, Milão, maio-outubro de 2015: Milão sediará a Expo 2015 no período de 1.º de maio a 31 de outubro de 2015, com o título ‘Nutrir o planeta, energia pela vida’. Há previsão de aproximadamente 24 milhões de visitantes. Dentro da Expo 2015, além dos pavilhões individuais dos países, haverá uma área de 4.500 m² dedicada ao ‘Grupo Café’ (‘Coffee Cluster’), onde países produtores e consumidores exibirão aspectos de toda a cadeia do café, da lavoura à torrefação, preparo e degustação. Eventos especiais para divulgar os benefícios do café serão organizados. Dois outros grupos serão organizados dentro da Expo 2015: um para o cacau e o outro para o arroz. O Comitê incentivará a participação de todos os países Membros da OIC.
 - Eventos cafeeiros relevantes em países produtores de café, bem como em países não-membros como a China, o Japão e a Rússia.

Eventos da OIC

- O 50.º aniversário da OIC – local por confirmar, setembro de 2013: haverá eventos especiais para difundir os benefícios do café.
- Conferência Mundial do Café, 2015 (local e datas por confirmar).

Meta 2: Apoiar os países produtores na descomoditização do café através de programas para o aumento dos retornos centrados particularmente nos pequenos cafeicultores, com a OIC no papel de facilitadora e provedora de conhecimentos.

i) Descomoditização do café

14. Apoio aos países produtores na descomoditização do café através da divulgação de informações sobre a sustentabilidade econômica, social e ambiental (ver também ii abaixo).

15. Apoio aos países produtores através da promoção de valor, isto é, prazer, saúde, sustentabilidade e variedade. Diferenciação do mercado de café através da promoção do café descomoditizado, desregulação do comércio, normas de rastreabilidade e gestão da propriedade intelectual.

ii) Desenvolvimento de manuais comuns de referência acerca das melhores práticas agrícolas e de sustentabilidade

16. Desenvolvimento de manuais comuns de referência acerca das melhores práticas agrícolas e de sustentabilidade. O desenvolvimento deve ser feito em colaboração com instituições locais e os manuais distribuídos aos cafeicultores em eventos e feiras do café.

iii) Trabalho em parceria com outras instituições e organizações não-governamentais que têm a ver com a agricultura

17. Instituições locais e organizações não-governamentais já se ocupam da agricultura. O objetivo é trabalhar com elas no reforço das melhores práticas factíveis para cada país.

IV. FINANCIAMENTO

18. As seguintes fontes de financiamento foram identificadas:

Setor privado

19. Fundos poderão ser disponibilizados voluntariamente pelo setor privado, de diversos modos:

- Patrocínio de empresas.
- Colaboração de empresas em atividades concebidas de forma a se harmonizar com o programa da OIC.
- Contribuições de órgãos especializados.
- Através de associações nacionais ou regionais.

Agências multilaterais

20. As agências multilaterais de financiamento do desenvolvimento tradicionalmente se orientam para projetos da cadeia da oferta. A OIC está se esforçando para conscientizar de que projetos voltados para o aumento do consumo nos países produtores podem favorecer o desenvolvimento, incentivando as atividades das pequenas empresas e contribuindo para a obtenção de maior equilíbrio no mercado cafeeiro global. Esses projetos – ao lado dos projetos de diversificação – são um dos poucos modos de enfrentar o desequilíbrio do mercado usando instrumentos dirigidos para este último.

21. As organizações não-governamentais também poderão dar apoio financeiro às atividades de promoção do café e desenvolvimento de mercado.

Fundo de Promoção e Fundo Especial da OIC

22. O Fundo de Promoção tem um saldo de cerca de US\$1.000, após um pagamento à Conferência de 2012 da Associação para a Ciência e a Informação sobre o Café (ASIC). Esse saldo de US\$1.000 deverá permanecer na conta, para evitar a liquidação do Fundo.

23. O Fundo Especial tem um saldo de cerca de US\$1,3 milhão. O objetivo da criação do Fundo foi permitir que a OIC adotasse e financiasse medidas adicionais necessárias para a implementação das disposições relevantes do Convênio Internacional do Café de 1976. O Fundo deixou de financiar atividades em 1991. O Diretor-Executivo havia convidado os Membros exportadores a considerar o uso de recursos do Fundo Especial para atividades de promoção, pela última vez em 2009 (ver documento PC-54/09). Os Membros notaram que

o Fundo Especial fora estabelecido com um propósito específico. A legislação de alguns países poderia não permitir que recursos destinados a uma finalidade fossem utilizados para outra. Alguns países que haviam contribuído para o Fundo já não eram Membros da Organização. Sugeriu-se que seria preferível aguardar até que um projeto significativo fosse identificado, em vez de gastar recursos com diversas atividades mais modestas. Também se notou que convinha usar parte dos recursos para financiar atividades como a divulgação de informações sobre o café e a saúde, ou investi-los em um projeto de consumo interno, o que seria importante nesta época de crise econômica. Os Membros talvez queiram apreciar novamente o uso do Fundo Especial à luz da entrada em vigor do Acordo de 2007. Esta questão será apreciada pelo Comitê de Finanças e Administração em sua reunião de setembro de 2012.

V. CONSIDERAÇÕES ADMINISTRATIVAS

24. O Comitê talvez queira considerar a criação de um Grupo Diretor ou de Trabalho para ajudá-lo a implementar este Plano.

VI. CONCLUSÕES

25. O Plano se concentra em promoção e desenvolvimento de mercado pela promoção do valor e da diferenciação, através de uma rede de múltiplos parceiros, da seguinte forma:

- Promoção do valor através de qualidade, saúde, sustentabilidade e diferenciação.
- Apoio aos países produtores na descomoditização do café através de programas para gerar maiores retornos.

VII. PRÓXIMAS ETAPAS

- Apreciação do Plano pelo Comitê e o Conselho.
- Divulgação do Plano a todos os Membros e parceiros potenciais.
- Estabelecimento de uma rede de parceiros potenciais.
- Recrutamento de agentes de promoção.
- Reunião com o Diretor-Executivo para examinar programas potenciais.
- Distribuição aos Membros de propostas de programas.
- Reunião do Comitê para considerar providências relativas a financiamento e propostas dos programas.
- Análise da implementação e do progresso obtido.