



Organización Internacional del Café
OrganizaçãO Internacional do Café
Organisation Internationale du Café
Coffee Organization

ED 1955/05

17 junho 2005
Original: inglês

P

Recursos para a promoção

1. O Diretor-Executivo apresenta seus cumprimentos e, em vista da importância das atividades de promoção no âmbito do Convênio de 2001 e da necessidade de implementar o Plano de Ação para ampliar o consumo de café aprovado pelo Conselho em setembro de 2003 (documento PC-13/03 Rev. 2), dirige-se aos Membros para consultá-los sobre opções para a obtenção de recursos para a promoção que possam ser discutidas nas reuniões da OIC em setembro de 2005.
2. O Fundo de Promoção (estabelecido por contribuições periódicas dos Membros exportadores na vigência de Convênios anteriores) conta com recursos limitados para atividades destinadas a promover o consumo de café (cerca de US\$270.000 aos 15 de junho de 2005). O artigo 34 do Convênio dispõe que as atividades de promoção serão financiadas por recursos que poderão ser comprometidos pelos Membros, por não-membros, por outras organizações e pelo setor privado em reuniões do Comitê de Promoção, e que projetos específicos de promoção poderão ser financiados por contribuições voluntárias dos Membros e de outros.
3. Entre as opções poderiam incluir-se o restabelecimento de contribuições de todos os Membros para um novo Fundo de Promoção; uma reunião de compromisso; financiamento ou apoio em espécie por empresas e associações do setor privado; e cooperação com instituições doadoras multilaterais.
4. Alternativamente, fundos poderiam ser obtidos exclusivamente à base de projeto por projeto, com dotação de recursos, em cada projeto, para o financiamento de atividades de supervisão e avaliação. Os projetos poderiam então ser apresentados a doadores adequados ou instituições financeiras. É preciso notar, porém, que os projetos, em sua maioria, requerem financiamento inicial para poderem ser formulados da maneira apropriada.
5. Uma preocupação à parte é a atual falta de recursos humanos na OIC para encorajar, coordenar e supervisionar as atividades de promoção. A experiência obtida nos anos 90 indica que até mesmo a disponibilidade de tempo parcial de um funcionário habilitado nesta área é altamente útil no desenvolvimento de atividades práticas.
6. Solicita-se aos Membros que, **até 15 de agosto de 2005**, enviem por escrito suas opiniões e sugestões à Organização, através do email info@ico.org se o desejarem, sobre o caminho a seguir, assim possibilitando ao Diretor-Executivo apresentar relatório aos Membros sobre o resultado de suas consultas a eles, numa reunião do Comitê de Promoção em setembro de 2005.