



**Decisões e Resoluções adotadas pelo
Comitê de Promoção em sua 15ª reunião**

1. O Comitê de Promoção, presidido pelo Sr. Mick Wheeler, de Papua-Nova Guiné, reuniu-se pela 15ª vez ao abrigo do Convênio de 2001 em 17 de março de 2009.

Item 1: Adoção da ordem do dia

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento PC-52/08 Rev. 1.

Item 2: Atividades e propostas de promoção

Item 2.1: CoffeeClub Network da OIC

3. O consultor, Sr. Carlos Brando, da P&A International Marketing, fez uma apresentação sobre a implementação do CoffeeClub Network da OIC (www.coffeeclubnetwork.com), que era financiado pelo Fundo de Promoção. Uma cópia da apresentação do consultor está disponível na área de apresentações técnicas do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation0809.htm>). O Network estava funcionando fazia 10 meses e já tinha mais de 500 membros e 40 comunidades. O consultor frisou a necessidade de encontrar mediadores ativos, pois a mediação era essencial para o sucesso da iniciativa, e informou que o Diretor-Executivo convidara formalmente todos os Membros a designar mediadores e a estabelecer links com o Network em seus sites (ver documento ED-2048/08). O Sr. Brando também esboçou opções para desenvolver o Network no futuro, inclusive através da incorporação de networks existentes nos países (por exemplo, o network dos *Cafés do Brasil*); da integração da comunidade científica do café, mediante estabelecimento de uma comunidade científica especial destinada a difundir trabalhos científicos sobre o café e capacitar pesquisadores e outros participantes a discutir o café e a ciência; e da criação de uma “Coffeepedia”, segundo o modelo da Wikipedia. O Network também poderia ser usado para o marketing de retorno (em que organizações e empresas

são encontradas por clientes potenciais, que são atraídos pelo conteúdo de um site, como blogs, trabalhos, fotos, etc.), a otimização de mecanismos de busca (tecnologias de web 2.0) e os meios de comunicação social (sites do café, outros networks e blogs). Também se poderia considerar a integração da operação do Network com o site da OIC. O desafio consistia conseguir com que os jovens se tornassem mediadores, pois eles eram de importância vital para o êxito futuro do Network.

4. O Comitê tomou nota deste relatório e externou seus agradecimentos pelo trabalho realizado. Notou, ainda, que o Network poderia ser um instrumento valioso que as empresas poderiam usar para promover novos produtos para o setor cafeeiro.

Item 2.2: Programas para promover o consumo de café

5. O consultor, Sr. Brando, também apresentou relatório sobre a implementação de programas para a promoção do consumo de café com base no Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café. Uma cópia de sua apresentação está disponível na área de apresentações técnicas do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation0809.htm>). Atividades começariam em breve na Colômbia; uma estrutura seria planejada na Costa Rica durante 2009; e tinha havido discussões com Membros africanos e com o Vietnã. O consultor descreveu tendências nos Membros produtores e disse, com respeito ao posicionamento do café ante os consumidores, que os grupos de baixa renda eram a maioria destes, e que se precisava de enfoques específicos, centrados em aspectos como a funcionalidade (saúde/esportes/atenção), o prazer e a socialização. Ele deu exemplos de atividades de promoção do consumo interno empreendidas por países produtores como El Salvador, a Índia e o México que poderiam ser de valia para os Membros neste período de crise econômica.

6. Na discussão deste item, o Comitê notou que o consumo interno anual da Indonésia era estimado em mais de 2,5 milhões de sacas, refletindo a importância do desenvolvimento do consumo interno nos países produtores, que poderia beneficiar os cafeicultores quando os preços de exportação estavam baixos. O Comitê notou que na Índia o Governo introduzira um novo esquema para ajudar os empresários que quisessem estabelecer firmas no setor café, pelo qual o Governo disponibilizava um subsídio em valor equivalente a 25% dos custos do equipamento. Esse esquema fora bem recebido pelos empresários em áreas do norte país onde não se toma café. O resultado poderia ser uma mudança da estrutura do consumo do país. O Diretor-Executivo sublinhou que era importante receber informações atualizadas sobre o consumo interno e acrescentou que escreveria aos Membros exportadores sobre este assunto após a reunião.

7. O Comitê tomou nota desta informação. Notou também que o investimento inicial do Fundo de Promoção resultara em investimentos de mais de US\$30 milhões em programas de promoção até o momento, e que mais recursos estavam a caminho.

Item 2.3: Café e saúde

8. O Diretor-Executivo disse que a Sr^a Joanna Scott era a nova coordenadora do Programa “Positively Coffee” e do Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde. Ela fizera uma apresentação sobre ambos na reunião da Junta Consultiva do Setor Privado (JCSP) de 16 de março de 2009. O Instituto de Informação Científica sobre o Café (ISIC) e os Membros exportadores, usando os recursos do Fundo de Promoção, haviam feito uma contribuição de US\$50.000 para o financiamento do Programa “Positively Coffee” em 2008/09. O Diretor-Executivo informou que o ISIC examinaria a questão do futuro do programa numa reunião vindoura e convidou os Membros a considerar se a OIC deveria continuar a cooperar com o ISIC ou desenvolver o programa independentemente, notando que o saldo dos recursos do Fundo de Promoção era muito pequeno (cerca de US\$17.000).

9. O Comitê tomou nota deste relatório, notando também que o Presidente do Comitê de Promoção representava os Membros produtores no Grupo Gestor sobre Café e Saúde. O programa fora muito benéfico para os Membros produtores, que precisavam discutir o futuro do programa em seu grupo, e o grau e forma da participação da OIC.

10. Sugeriu-se que, como o Fundo de Promoção estava quase vazio, deveria considerar-se sua recapitalização. O Presidente notou que, embora esta questão pudesse ser incluída na ordem do dia, o Comitê precisaria de uma proposta sobre como conseguir a recapitalização. Ele convidou todos os Membros a considerar isto e a apresentar propostas para exame na próxima reunião.

Item 3: Questões financeiras

Item 3.1: Contas do Fundo de Promoção relativas ao exercício financeiro de 2007/08 e Relatório de Auditoria

11. O Chefe de Finanças e Administração fez a apresentação do documento PC-53/09, que contém as Contas do Fundo de Promoção relativas ao exercício financeiro de 2007/08 e o Relatório de Auditoria. Em resposta a uma questão sobre um empréstimo de US\$40.000 do Fundo de Promoção à Universidade de Vanderbilt, ele confirmou que o empréstimo fora pago e que seu montante voltara a ser incluído nas Contas. As Contas do Fundo de Promoção relativas ao exercício financeiro de 2007/08 e o Relatório de Auditoria que figuram no documento PC-53/09 foram aprovados pelos Membros exportadores.

Item 3.2: Contas do Fundo Especial relativas ao exercício financeiro de 2007/08 e Relatório de Auditoria

12. As Contas do Fundo Especial relativas ao exercício financeiro de 2007/08 e o Relatório de Auditoria que figuram no documento SF-41/09 foram aprovados pelos Membros exportadores.

13. O Diretor-Executivo convidou os Membros a considerar uma proposta, feita numa reunião anterior, no sentido de usar parte dos juros auferidos pelos recursos do Fundo Especial para financiar programas de promoção específicos, tais como seminários e outras atividades de interesse para os Membros produtores.

14. Na discussão deste tópico, fez-se referência ao fato de que o Fundo Especial fora constituído para um propósito específico. A legislação de alguns países não permitiria que recursos alocados para um propósito fossem utilizados para financiar outras atividades. Alguns países que haviam contribuído para o Fundo já não eram Membros da Organização. Sugeriu-se que seria preferível esperar até que um projeto significativo fosse especificado, em vez de gastar recursos em diversas atividades menores. A promoção beneficiava tanto os Membros produtores como os Membros consumidores e gerava benefícios consideráveis em relação à quantidade dos recursos envolvidos, e todos os Membros deveriam considerar a possibilidade de fazer contribuições para o Fundo. Não havendo contribuições dos Membros consumidores, os Membros exportadores poderiam precisar considerar se um projeto em seus países não seria mais apropriado. O valor do uso de parte dos recursos para financiar atividades tais como as da área da saúde ou de seu investimento num projeto de consumo interno que fosse importante nesta época de crise também foi notado.

15. O Comitê tomou nota desta informação.

Item 4: Outros assuntos

16. Não havia outros assuntos a discutir.

Item 5: Data da próxima reunião

17. O Comitê notou que sua próxima reunião seria realizada durante a 103^a sessão do Conselho, no período de 21 a 25 de setembro de 2009.