



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

PC 2/02

31 mai 2002
Original : anglais

F

Promotion

Comité de promotion
Londres, Angleterre

Règlement intérieur du Comité de promotion

*(APPROUVE PAR LE COMITE DE PROMOTION
LE 23 MAI 2002)*

Contexte

Lors de sa première réunion le 23 mai 2002, le Comité de promotion, établi aux termes de l'Article 34 de l'Accord international de 2001 sur le Café, a approuvé le règlement intérieur qui figure ci-joint¹.

¹ Le projet de règlement intérieur a été diffusé sous les références PC-730/02 et PC-730/02 Rev. 1

PROJET DE RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE PROMOTION

Objectif

1. Le mandat du Comité de promotion figure dans l'Article 34 de l'Accord international de 2001 sur le Café.

Durée

2. Le Comité de promotion fonctionne pendant toute la durée d'application de l'Accord international de 2001 sur le Café.

Composition

3. Les membres du Comité consultatif du secteur privé sont systématiquement invités à participer aux réunions du Comité de Promotion. Sur invitation du Président, les représentants de pays non-membres et de diverses organisations sont habilités à siéger en qualité d'observateurs.

Membres du bureau

4. Le Comité élit un Président et un Vice-Président.

Réunions

5. Le Comité de promotion se réunit au siège de l'Organisation pendant les sessions ordinaires du Conseil et pendant la période des réunions du Comité exécutif selon les besoins.

6. Le Comité détermine son ordre du jour.

7. Le règlement général du Comité est calqué sur le Règlement de l'Organisation internationale du Café (document EB-3820/02).

8. Le Président du Comité de promotion soumet régulièrement des rapports au Conseil.

Compétence

9. Le Comité décide quand et comment demander les engagements financiers qui sont prévus dans l'Article 3) de l'Accord 34 de l'Accord.

10. Le Comité approuve les plans de promotion et les programmes annuels de promotion pour chaque année caféière.

11. Le Comité est habilité à constituer des groupes de travail pour l'aider dans ses travaux. Les représentants du secteur privé qui contribuent aux activités de promotion peuvent participer à des groupes de travail spéciaux institués afin de gérer des projets spécifiques.

Scrutins

12. Les voix du Comité sont les mêmes que celles du Conseil.

13. Dans l'hypothèse où un scrutin est nécessaire, la procédure de vote est la même que celle qui s'applique au Conseil (Article 14 de l'Accord).

ARTICLE 34

Promotion

- 1) Les Membres reconnaissent la nécessité de promouvoir, d'encourager et d'augmenter la consommation de café et s'efforcent d'encourager les activités entreprises à ce titre.
- 2) Le Comité de promotion, qui est composé de tous les Membres de l'Organisation, assure la promotion de la consommation de café par des activités appropriées, notamment par des campagnes d'information, des recherches et des études ayant trait à la consommation de café.
- 3) De telles activités de promotion sont financées par des ressources qui peuvent être engagées par les Membres, les non membres, diverses organisations et le secteur privé au cours de réunions du Comité de promotion.
- 4) Des projets de promotion spécifiques peuvent également être financés par des contributions volontaires de la part des Membres, des non membres, de diverses organisations et du secteur privé.
- 5) Le Conseil gère des comptes distincts aux fins des paragraphes 3) et 4) du présent Article.
- 6) Le Comité de promotion établit son propre règlement intérieur. Il prévoit également les réglementations qui gouvernent la participation de non membres de l'Organisation, de diverses organisations et du secteur privé à ses activités, conformément aux dispositions du présent Accord. Il fait rapport régulièrement au Conseil.