



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

PC 25/05

4 février 2005
Original : anglais

F

Rapport du Groupe directeur de la promotion sur la réunion du 26 janvier 2005

1. Le Groupe directeur de la promotion s'est réuni le 26 janvier 2005 sous la présidence du Directeur exécutif, M. Néstor Osorio.

Point 1 : Adoption de l'ordre du jour

2. L'ordre du jour provisoire figurant dans le document WP-SGP No. 8/04 Rev. 1 a été adopté.

Point 2 : Projets

Guide sur la promotion de la consommation du café

3. M. Carlos Brando (*P&A International Marketing*, Brésil) a présenté la version finale du guide sur la promotion de la consommation du café dans les pays producteurs, qui a été révisé et amélioré en fonction des suggestions formulées lors des réunions de l'OIC de septembre 2004 et des ateliers ultérieurs qui ont eu lieu en Inde et au Costa Rica. Les modifications comprennent notamment des aides à la conception, de nouvelles sections relatives à la stratégie sur la consommation du café dans les collectivités et les zones de caféiculture, une analyse FFPM et un exemple d'enquête de consommation. En plus des ateliers qui ont déjà eu lieu, un atelier sera organisé pendant la Conférence de l'Association des cafés haut de gamme de l'Afrique orientale en Zambie en mars 2005 et *P&A International Marketing* s'est engagée à organiser gratuitement trois autres ateliers en 2005, si des partenaires locaux prennent à leur charge les frais de voyage et de logement. Le guide est actuellement disponible sur cédérom. Les versions espagnole et française du guide sont en cours de préparation par l'OIC et devraient être disponibles en mai 2005. Enfin, M. Brando a souligné que les suggestions formulées pour la promotion de la consommation du café seraient tout aussi efficaces dans les pays consommateurs que dans les pays producteurs.

4. Le Groupe directeur a accueilli avec satisfaction cet outil précieux et complet qui participera à l'augmentation de la consommation de café intérieure. Il a également accueilli avec satisfaction l'offre de tenue d'ateliers supplémentaires qui pourraient faire la démonstration pratique de l'utilisation du guide. On a également fait valoir que la deuxième phase du projet comportant des mesures visant à promouvoir la consommation intérieure était cruciale.

5. En ce qui concerne la diffusion du guide, le Directeur exécutif a noté que bien que le guide ait été financé par les pays producteurs par le biais du Fonds de promotion, il serait difficile d'interdire de faire des copies du cédérom. Il a donc proposé que le guide soit diffusé aussi ouvertement et largement que possible. Deux exemplaires seront remis à chaque pays Membre, avec une lettre les invitant à informer le Directeur exécutif de l'utilisation du guide. En outre, il a proposé que le guide soit affiché sur le site web de l'OIC et puisse y être téléchargé gratuitement. Enfin, il a indiqué que la prochaine étape serait d'élaborer des projets spécifiques de promotion de la consommation du café.

6. Le Groupe a décidé que le guide serait distribué gratuitement, en notant qu'il serait utile de demander aux personnes souhaitant le télécharger à partir du site web de se faire connaître de façon que l'OIC dispose de données sur les personnes intéressées par ce document. Il serait également utile de faire de cette question un point permanent de l'ordre du jour du Groupe afin de pouvoir suivre l'utilisation du guide dans le cadre de l'accroissement de la consommation intérieure du café.

7. Le Groupe a également noté que le *Coffee Board of India* venait de terminer un projet de recherche visant à élaborer un manuel sur le commerce de détail du café, qui vient d'être publié et dont un exemplaire a été remis au Directeur exécutif à la réunion.

Chine

8. Le Directeur exécutif a indiqué qu'il s'était rendu en Chine en octobre 2004. Il a rencontré des représentants de plusieurs entreprises et agences actives dans le domaine du café à Shanghai, y compris Hill & Knowlton, le cabinet employé par l'OIC à l'occasion des campagnes de promotion précédentes, afin d'étudier la possibilité de définir des options appropriées pour promouvoir la consommation du café en Chine, et faire fond sur les campagnes de promotion générique précédentes de 1998 à 2001. Les activités promotionnelles de l'OIC pendant cette période s'étaient révélées très efficaces et leur poursuite suscite un grand intérêt. La Chine est un marché très important et offre de grandes possibilités en matière de promotion de la consommation du café. Il a reçu plusieurs propositions de renouvellement des activités promotionnelles, y compris une proposition de Hill & Knowlton comprenant deux types d'activités, qui figure dans le document WP-Promotion No. 5/04. En outre, de nouvelles propositions intitulées "Les promotions du café en Chine – Briser la mauvaise image du café et stimuler sa consommation" et

“Démystification du café : Briser sa mauvaise image – Stimuler sa consommation” ont été distribuées officiellement à la réunion. Les sommes recherchées étant relativement faibles et l’OIC n’ayant actuellement pas de Responsable de la promotion, cela pourrait être le moyen de relancer les activités de promotion. Le Directeur exécutif a proposé d’autoriser le lancement de la première option évoquée dans le document WP-Promotion No. 5/04, pour un montant de 7 756 dollars EU, qui porte sur l’identification d’une manifestation promotionnelle appropriée en Chine.

9. Au cours des débats sur cette question, un Membre exportateur a déclaré que la demande devrait être adressée aux Membres producteurs. Conformément à l’Accord de 2001, le Comité de promotion est constitué de tous les Membres de l’Organisation et une distinction devrait être clairement établie entre le Fonds de promotion antérieur, créé à partir de contributions des Membres producteurs, et un nouveau fonds de promotion qui devrait être créé à partir de fonds engagés par les Membres producteurs et consommateurs. Une conférence d’annonce des contributions avait été prévue à cet effet mais n’a pas encore eu lieu. Les Membres producteurs disposent de fonds pour la promotion et peuvent être invités à envisager de les placer dans un nouveau fonds de promotion, mais un capital de lancement devrait également être engagé par les Membres consommateurs avant que les dépenses puissent être autorisées. Le Groupe directeur n’a donc pas pu faire de recommandation sur cette proposition.

10. Le Groupe a pris note de ces renseignements et a noté que la Chine était un marché très important offrant un grand potentiel pour l’accroissement de la consommation du café. Il a demandé au Directeur exécutif d’étudier si le secteur privé était intéressé par des activités de promotion du café et, dans l’affirmative, d’en informer les Membres de façon que des activités puissent être élaborées en partenariat avec l’industrie du café.

**Point 3 : Ressources destinées à la promotion et
réunion pour les annonces de contributions**

11. Le Directeur exécutif a déclaré qu’il avait examiné la question des ressources destinées à la promotion avec le Fonds commun pour les produits de base (FCPB) lors d’une réunion des Organismes internationaux de produits qui a eu lieu à Washington en octobre 2004. Il y a indiqué qu’un équilibre durable du marché mondial du café était essentiel et il a évoqué la méthode à trois volets proposée par l’OIC pour améliorer l’équilibre du marché, à savoir le développement de la consommation dans les pays producteurs, le développement des marchés traditionnels et le développement des nouveaux marchés en expansion. Il continuera d’examiner cette question avec le nouveau Directeur général du FCPB.

12. Le représentant de la CE a informé le Groupe qu’aucune ressource n’était spécifiquement prévue pour la promotion dans le cadre du Plan d’action de l’UE sur les produits de base.

13. Le Groupe a pris note de ces renseignements.

Point 4 : Le café et la santé

14. Mme Sylvia Robert-Sargeant a fait rapport sur le Programme d'éducation au café – Les professions de la santé. Les textes de son exposé et d'un exposé sur le programme Positively Coffee ont été distribués à la réunion et sont disponibles sur demande auprès du Secrétariat.

15. Le Président du Comité de promotion a informé le Groupe que des articles avaient été publiés sur les taux élevés de caféine de certains cafés vendus par *Starbucks Coffee Company* aux États-Unis.

16. Le Groupe a pris note de ces renseignements.

Point 5 : Questions diverses

17. Aucune question n'a été soulevée sous ce point.

Point 6 : Dates des réunions en 2005

18. Le Groupe a noté que le Directeur exécutif organiserait une réunion du Groupe s'il considérait qu'un point particulier méritait d'être examiné ; dans le cas contraire, la prochaine réunion aura lieu approximativement au moment des réunions de l'OIC en mai 2005.