



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

PC 33/06

13 février 2006
Original : anglais

F

**Rapport du Groupe directeur
de la promotion sur la réunion
du 30 janvier 2006**

1. Le Groupe directeur de la promotion s'est réuni le 30 janvier 2006 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. 14/05 Rev. 1 a été adopté.

Point 2 : Activités de promotion

Point 2.1 : Guide séquentiel de promotion de la consommation du café

3. Le Directeur exécutif a déclaré que le Guide séquentiel de promotion de la consommation du café avait été largement distribué aux Membres sous forme de cédérom et affiché gratuitement sur le site web de l'OIC en anglais et en espagnol. La version en français était en cours de préparation et devrait bientôt être disponible. Le Guide était un outil précieux qui permettait aux Membres d'élaborer des campagnes nationales de promotion du café. M. Carlos Brando (*P&A Marketing International*, consultant qui a élaboré le Guide) avait aimablement accepté de dépasser le cadre de son contrat et de participer à des ateliers et des réunions afin de diffuser des informations sur l'emploi du Guide. Il était important que les Membres fassent le plus large emploi de ce Guide qui pouvait servir à des usages multiples et, par exemple, le mettent à disposition d'agences de publicité ou de relations publiques pour faciliter leurs préparatifs de campagnes promotionnelles, ou dans le cadre de campagnes dans les marchés traditionnels et émergents.

4. Le Groupe a pris note de ces renseignements et a noté qu'à la suite des présentations antérieures du Guide par M. Brando, y compris à la réunion de RAMACAFE en septembre 2005, les cadres de référence d'une étude de consommation et d'un programme d'augmentation de la consommation intérieure au Nicaragua s'appuyant sur le Guide, étaient en cours d'élaboration, alors qu'au Guatemala une agence de publicité mettait au point une campagne s'appuyant sur le Guide.

Point 2.2 : Chine

5. Le Directeur exécutif a présenté un schéma de proposition de relance des activités promotionnelles en Chine (document WP-SGP No. 15/06) préparé par M. Paul Hai Wang, consultant établi en Chine. En septembre 2005, les Membres exportateurs avaient décidé d'allouer des fonds à hauteur de 15 000 dollars EU pour la préparation de cette proposition. À ce jour, 7 000 dollars EU avaient été engagés et le solde ne serait libéré que si les Membres décidaient que la proposition devait être élaborée plus avant. Le financement du projet final pourrait être mobilisé par exemple à une réunion pour des annonces de contributions. Il a noté que, grâce à des activités de promotion, le Japon qui était précédemment un pays buveur de thé était maintenant l'un des plus gros consommateurs de café.

6. Lors des débats sur ce point, les Membres ont noté que la proposition soulevait plusieurs points qui devaient être considérés, à savoir le niveau élevé des prix au détail du café qui décourageait les consommateurs et qui pouvait résulter d'une forte taxation sur les importations, question qui devait être réglée par le gouvernement. Les implications des activités du projet sur les torréfacteurs et producteurs locaux devaient également être prises en considération pour assurer que ceux-ci n'étaient pas menacés. Une entreprise avait constaté que le plaisir de boire du café et son interaction sociale étaient des points positifs à exploiter dans les campagnes. Un autre délégué a noté que la recherche avait montré que près de 45% des Chinois estimaient que le café avait un goût amer et qu'il pourrait être contre-productif d'employer du café bon marché. Le café et la santé était un point important qui devait être abordé, comme cela a été fait dans l'identification des groupes ciblés du marché chinois ayant les moyens de boire du café. La Chine étant traditionnellement un pays buveur de thé, il fallait faire ressortir les bénéfices du café par rapport au thé. Le thé était considéré comme une source d'énergie, alors que le café était entouré d'ignorance. Un Membre a proposé de lancer une campagne d'information sur le taux élevé d'antioxydants dans le café, éventuellement en collaboration avec des institutions universitaires.

7. Plusieurs Membres ont noté que les activités de promotion précédentes de l'OIC avaient été couronnées de succès. Elles avaient été gérées par un responsable expérimenté et compétent, avec un budget d'environ un million de dollars, et avaient ciblé les prescripteurs. Avec la participation de l'OIC, plusieurs entreprises extérieures avaient été encouragées à engager des activités sur le marché chinois et l'OIC avait joué un rôle important en la matière.

Il s'agissait d'un marché important et si une conférence d'annonce des contributions devait avoir lieu, il serait essentiel d'avoir une proposition sur des activités à engager en Chine. Toutefois, il serait préférable d'envisager le financement d'un programme complet pour mettre au point les activités les plus appropriées pour augmenter la consommation dans le pays plutôt que de donner suite à cette proposition. Entre-temps, des entreprises commerciales pourraient poursuivre les activités promotionnelles.

8. Le Directeur exécutif a noté que les ressources étaient actuellement très limitées et que le soutien semblait manquer pour donner suite à cette proposition. Il prendra contact avec des entreprises privées pour sonder leur intérêt dans une participation à des activités de promotion en Chine et il consultera le Coordinateur du programme *Positively Coffee* sur la possibilité d'élaborer un programme à partir du matériel déjà disponible ; il fera rapport aux Membres en mai sur la suite à donner aux activités de promotion. Le Groupe a pris note de ces renseignements.

Point 2.3 : Consommation intérieure

9. Le Groupe a noté qu'à la réunion de septembre 2005 du Comité de promotion, on avait demandé au Secrétariat d'actualiser la proposition de projet "Développement et mise en valeur du marché du café dans les pays producteurs" aux fins de soumission au Fonds commun pour les produits de base (FCPB). La proposition avait précédemment été diffusée sous la référence WP-CGP No. 4/02. Les priorités du FCPB comprenant maintenant la mise en valeur du marché, une demande d'instruments de préparation de projet lui avait été faite pour développer le marché du café dans les pays producteurs. Le Comité consultatif du FCPB avait examiné cette demande à sa 37^e réunion du 23 au 28 janvier 2006, mais sa décision finale n'était pas encore connue. D'après des discussions préliminaires, l'OIC croyait savoir que le FCPB considérait que l'OIC devait prendre à sa charge les coûts de préparation de la proposition mais que lorsqu'une proposition de projet complète lui serait soumise, il la considérerait favorablement.

10. Lors des débats sur ce point, les Membres ont noté l'importance de ce projet qui permettrait de renforcer la structure de l'industrie du café dans les pays producteurs. Il a été suggéré que l'OIC chiffre les coûts d'élaboration par un consultant d'une proposition de projet de façon qu'une décision puisse être prise quant au financement. Un Membre a suggéré d'inviter Carlos Brando (*P&A Marketing International*) et l'ancien Directeur de la promotion de l'OIC, Michael Heath, à travailler ensemble à la préparation d'une proposition aux fins de soumission au FCPB.

11. Le Directeur exécutif a noté que si le FCPB recommandait que seuls un ou deux pays participent au projet, il conviendrait de décider quels seraient ces pays et s'ils devaient fournir ou non un financement de contrepartie. Il informera les Membres de la décision finale du Comité consultatif du FCPB dès qu'elle sera disponible et étudiera la meilleure suite à donner en fonction de ces discussions. Le Groupe a pris note de ces renseignements.

Point 2.4 : Label d'approbation

12. Le Directeur exécutif a déclaré qu'en septembre 2005, le Groupe directeur avait examiné une proposition de coopération avec l'Association norvégienne du café (NKI) sur un label d'approbation (document WP-SGP No. 11/05) et avait déclaré que cette proposition nécessitait un examen complémentaire, y compris des aspects juridiques. Ces questions ont été étudiées et il ne semblait pas exister d'implications juridiques. Si les Membres décidaient que l'OIC devait accorder son soutien à l'emploi d'un label d'approbation pour le matériel de préparation du café, le Directeur exécutif élaborerait un protocole d'accord avec la NKI.

13. Le Groupe a pris note de ces renseignements. Lors des débats sur ce point, les Membres ont réaffirmé qu'il était nécessaire de bien connaître les bénéfices et les implications financières éventuelles pour l'OIC d'un soutien à un tel label qui serait vendu aux fabricants du matériel de préparation. Il s'agissait d'une proposition ayant des implications commerciales à laquelle il ne serait pas approprié que l'OIC participe.

Point 2.5 : Salon international de l'Agriculture, 2006

14. Le Directeur exécutif a déclaré que des informations sur le Salon international de l'Agriculture qui aura lieu du 26 février au 6 mars 2006 avaient été diffusées à la dernière réunion (document WP-SGP No. 13/05) pour que les Membres puissent déterminer s'ils souhaitaient participer à cette manifestation dans le cadre d'un espace général de l'OIC sur le café. *Agro Business Consulting Development* (ABCD) avait consulté plusieurs pays producteurs au sujet de cette proposition. La coordination d'une telle participation n'étant plus possible pour 2006, on envisageait maintenant une participation des Membres en 2007. Toutefois, le Groupe a noté que des Membres ne soutenaient pas cette suggestion.

Point 3 : Le café et la santé

15. Le Groupe a noté que le Comité consultatif du secteur privé (CCSP) avait reçu des rapports sur Les professions de la santé – Programme d'éducation au café (HCP-CEP) et sur le programme *Positively Coffee* à sa réunion du 30 janvier 2006. Le texte de ces exposés était disponible sur demande. Un dossier sur les enseignements (positifs et négatifs) du HCP-CEP sera établi au cours de cette année. Le représentant de la NCA avait fait rapport sur un programme de relations publiques sur le café et la santé aux États-Unis et avait été invité à faire un rapport complet sur cette initiative à la prochaine réunion en mai 2006. En ce qui

concernait les finances, le Conseil d'administration de l'Institut scientifique d'information sur le café (ISIC) avait décidé de continuer à financer le programme HCP-CEP à moyen terme. Le Président du Comité de promotion a déclaré que l'ISIC avait augmenté son budget de recherche sur le café et la santé de 150 000 euros (pour atteindre quelque 450 000 euros par an). Cela devrait fournir des informations qui pourraient servir à l'avenir pour les programmes *Positively Coffee* et HCP-CEP.

16. Le Directeur exécutif a déclaré qu'à la suite de la décision prise par les Membres exportateurs en septembre 2005 d'allouer 150 000 dollars EU sur une période de trois ans au programme *Positively Coffee*, le premier versement de 50 000 dollars EU avait été reçu au titre de 2005/06. Il serait utile que les Membres exportateurs nomment un représentant qui participerait officiellement au Groupe de travail *Positively Coffee* ; il en discutera avec les Membres exportateurs.

17. Le Groupe a pris note de ces renseignements.

Point 4 : Ressources destinées à la promotion et réunion pour les annonces de contributions

18. Le Directeur exécutif a déclaré qu'on ne devrait envisager de prendre des dispositions pour la convocation d'une réunion pour les annonces de contributions que lorsque des propositions de projets spécifiques seraient prêtes à être examinées. Tant qu'il n'existait pas de propositions concrètes nécessitant des ressources, il n'était pas utile de convoquer des représentants des gouvernements et de l'industrie à une réunion pour les annonces de contributions. Le Groupe a pris note de ces renseignements.

Point 5 : Questions diverses

Association scientifique internationale du café (ASIC)

19. Le Directeur exécutif a informé le Groupe d'une demande de l'ASIC pour obtenir un soutien financier pour la 21^e Conférence de l'ASIC qui aura lieu à Montpellier (France) du 11 au 15 septembre 2006. Il a invité les Membres exportateurs à envisager de faire une contribution à la Conférence à partir du Fonds de promotion. Le Groupe a noté que les Membres exportateurs examineraient cette proposition et qu'une décision serait prise en mai 2006.

Point 6 : Date de la prochaine réunion

20. Le Groupe a noté que sa prochaine réunion aurait lieu pendant la semaine du 22 au 26 mai 2006, la date précise devant être confirmée par le Directeur exécutif après la présente réunion.