



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

PC 39/06

12 outubro 2006  
Original: inglês

P

**Decisões e Resoluções adotadas pelo  
Comitê de Promoção na  
décima reunião**

1. O Comitê de Promoção, presidido pelo Dr. Ernesto Illy, reuniu-se pela décima vez sob a égide do Convênio de 2001 em 26 de setembro de 2006.

**Item 1: Adoção da ordem do dia**

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento PC-38/06 Rev. 2.

**Item 2: Atividades e propostas de promoção**

**Item 2.1: Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café**

3. O Comitê notou que o Guia proporcionava informações valiosas sobre métodos de promoção de café e vinha sendo usado no desenvolvimento de projetos para promover o consumo interno, que, por sua vez, poderia gerar mais empregos e incrementar o comércio. Na reunião em curso não havia novidades a relatar sobre o uso do Guia.

**Item 2.2: Proposta do Brasil para expandir o consumo mundial de café**

4. O Comitê notou que, em maio de 2006, após apreciar a apresentação de uma proposta brasileira para expandir o consumo mundial de café, ele solicitara que uma proposta mais detalhada fosse distribuída para análise em sua próxima reunião. O Sr. Carlos Brando, da P&A Marketing International, apresentou o documento de trabalho WP-Promotion No. 8/06. O objetivo da proposta era criar uma rede da OIC para promoção do consumo de café com base em conhecimentos já adquiridos e reunindo participantes do setor cafeeiro mundial, que colaborariam no tocante a meios para expandir o consumo de café em todos os mercados. Solicitou-se aos Membros exportadores que considerassem autorizar o Diretor-Executivo a

usar uma importância não superior a US\$120.000 do Fundo de Promoção para a contratação de firmas especializadas que criassem essa rede. O Comitê externou seus agradecimentos ao Sr. Brando por sua apresentação informativa.

5. Na discussão deste item, vários delegados notaram que a proposta era de grande interesse. Ela tinha muitas vantagens potenciais e merecia apoio como iniciativa através da qual se poderia enfrentar os desafios do novo século e incentivar o consumo. Outros delegados notaram a necessidade de mais pormenores e sugeriram que a proposta fosse encaminhada ao Grupo Diretor de Promoção para análise em sua próxima reunião. As áreas em que esclarecimentos eram necessários incluíam tópicos como as possíveis responsabilidades para a OIC, a distribuição de lucros, o endosso de produtos, a comissão sobre vendas, a gestão e implementação do projeto, a designação de pessoal para administrá-lo, a questão de se a P&A Marketing International atuaria num papel de assessoria, e a participação de outras companhias. Um desdobramento detalhado da importância de US\$120.000 seria útil, e convinha saber se recursos adicionais seriam necessários. Sugeriu-se que convinha explorar com o Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB), no workshop do FCPB e da OIC em 27 de setembro de 2006, a possibilidade de financiamento da proposta. Embora os recursos pleiteados fossem do Fundo de Promoção, que pertencia aos Membros exportadores, contribuições dos países consumidores ao projeto como iniciativa conjunta seriam bem-vindas. Em resposta a estes e outros pontos, o Sr. Brando disse que o desenvolvimento da proposta estava no início, e que algumas das questões suscitadas receberiam atenção quando os termos de referência fossem preparados. Com respeito à participação dos países africanos, ele enfatizou que o projeto não visava a nenhuma região ou país específico. Ele disse que acolheria de muito bom grado a participação de países africanos, observando que o segundo seminário do Guia Detalhado para Promoção do Consumo do Café fora realizado na África.

6. O Comitê tomou nota desta informação, notando, ainda, que a proposta seria analisada pelo Grupo Diretor de Promoção em sua próxima reunião<sup>1</sup>.

### **Item 2.3: Consumo interno**

7. O Comitê notou que a P&A Marketing International estava preparando a proposta detalhada de um projeto piloto para expandir e desenvolver o mercado em países produtores selecionados (Índia, Indonésia e México), a ser apresentada ao FCPB (ver documento de trabalho WP-Promotion No. 7/06). As atividades preparatórias necessárias haviam sido levadas a cabo nos três países, e haveria reuniões durante a semana de 25 de setembro

---

<sup>1</sup> O Conselho posteriormente notou que, numa reunião de coordenação realizada durante a semana de 25 a 29 de setembro de 2006, os Membros exportadores haviam decidido autorizar o Diretor-Executivo a, em princípio, usar uma importância não superior a US\$120.000 do Fundo de Promoção e contratar serviços especializados para criar uma rede da OIC para promover o consumo de café, da forma descrita no documento de trabalho WP-Promotion No. 8/06 (ver parágrafo 48 do documento ICC-96-11).

de 2006 para discutir o desenvolvimento da proposta. O Comitê tomou nota desta informação, notando, ainda que os esforços para expandir o consumo interno exigiam o empenho de todo o setor cafeeiro de um país.

8. O Sr. Nathan Herszkowicz, da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) fez uma apresentação em PowerPoint sobre as atividades de promoção e marketing dos *Cafés do Brasil* no Brasil e em outros países. O consumo brasileiro aumentara 9% e 4% em 2004 e 2005, respectivamente, e previa-se um aumento de 6% em 2006, em contraste com um aumento médio do consumo mundial de 1,5%. A meta da ABIC era alcançar 21 milhões de sacas em 2010, ou seja, um aumento de quase cinco milhões de sacas em relação a 2005. Ele traçou perfis do Programa de Marketing do Café e sua estrutura e do Programa de Qualidade do Café (PQC) da ABIC. O PQC envolvia um esquema de certificação, com diferentes símbolos de qualidade para o café tradicional, superior e gourmet, além de educar os consumidores sobre o consumo de café. As atividades de marketing e promoção incluíam um concurso de qualidade do café e filmes. O Programa Café e Saúde incluía um site, atividades de pesquisa, as atividades do programa Conexão Médica, que usa a televisão e a internet, assim como filmes para a TV e quase dois milhões de folhetos sobre café e saúde. O Comitê externou seus agradecimentos pela excelente e informativa apresentação do Sr. Herszkowicz, uma cópia da qual foi distribuída na reunião e pode ser obtida da Secretaria, mediante solicitação.

**Item 2.4: China**

9. O Comitê notou que, na reunião da JCSP programada para 27 de setembro de 2006, o Diretor-Executivo consultaria o setor privado sobre seu interesse em participar de atividades de promoção na China.

**Item 3: Grupo Diretor de Promoção para 2006/07 e 2007/08**

10. O Comitê notou que o mandato dos Membros do Grupo Diretor de Promoção de 2004/05 e 2005/06 vencia em 30 de setembro de 2006. Como estabelecido nos termos de referência do Grupo (documento PC-8/03), o Grupo deve ser designado pelo Comitê de Promoção na reunião em curso. O Comitê notou que os Membros importadores e exportadores dariam conhecimento ao Presidente do Comitê dos representantes que eles escolhessem para os próximos dois anos cafeeiros<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Durante a 96ª sessão do Conselho Internacional do Café a seguinte composição do Grupo Diretor foi confirmada pelos Membros:

Membros exportadores: Brasil, Colômbia, Côte d'Ivoire, Indonésia;

Membros Importadores: França, Itália, Japão, Reino Unido;

Presidente e Vice-Presidente da JCSP; Presidente e Vice-Presidente do Comitê de Promoção; e Diretor-Executivo da OIC.

**Item 4:                   Outros assuntos**

*Estratégias de saúde e qualidade para estimular o consumo*

11. O Presidente do Comitê de Promoção apresentou o documento de trabalho WP-Promotion No. 10/06, em que se delineiam estratégias de saúde e qualidade para estimular o consumo. Ele enfatizou a necessidade de levar adiante a campanha de informação sobre os efeitos positivos do café e de intensificar o prazer proporcionado pelo consumo de café. O Comitê tomou nota desta informação.

**Item 5:                   Data da próxima reunião**

12. O Comitê notou que sua próxima reunião se realizaria durante a 97<sup>a</sup> sessão do Conselho, no período de 21 a 25 de maio de 2007, na sede da OIC, em Londres. Notou, ainda, que uma reunião do Grupo Diretor de Promoção seria organizada na altura das reuniões da OIC em janeiro de 2007.