



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

PM 14/12

20 março 2012

Original: inglês

P

Relatório do Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado sobre a reunião de 8 de março de 2012

1. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado reuniu-se em Londres em 8 de março de 2012, pela terceira vez desde a entrada em vigor do Acordo de 2007.

Item 1: Adoção da ordem do dia

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento PM-11/11 Rev. 2.

Item 2: Eleição do Presidente e do Vice-Presidente para 2011/12

3. O Comitê decidiu designar o Sr. Andrea Illy, da UE-Itália, seu Presidente e o Sr. Rodolfo Trampe, do México, seu Vice-Presidente para 2011/12.

Item 3: Promoção e desenvolvimento de mercado ao abrigo do Acordo Internacional do Café (AIC) de 2007

4. O Sr. Andrea Illy fez uma apresentação ao Comitê sobre uma proposta de programa para 2012-2015. Essa apresentação pode ser acessada na seção de apresentações técnicas do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation1112.htm>). O Sr. Illy traçou um histórico dos programas de promoção da OIC e da contribuição positiva dos mesmos para o desenvolvimento do setor cafeeiro nos dez anos transcorridos desde a crise dos preços baixos em 2001. Desde então a situação mudara, caracterizando-se por escassez produtiva, preços continuamente altos, descomoditização, maior diferenciação e valor agregado, incerteza sobre como satisfazer a demanda futura, e crescimento dinâmico do consumo nos países em desenvolvimento. Para impedir uma nova crise, melhorar os meios de subsistência nos países em desenvolvimento, consolidar resultados já obtidos e atrair recursos para a promoção, ele recomendava que os esforços do Comitê continuassem, com

objetivos renovados e um enfoque holístico de múltiplos participantes. O objetivo deveria ser mudar da promoção do consumo do café para a promoção de valor e diferenciação através de uma rede de múltiplos interessados e parceiros, com duas metas estratégicas. A primeira seria promover valor através da qualidade, saúde, sustentabilidade e diferenciação, pela construção de uma rede de múltiplos interessados e parceiros. As possíveis ações incluiriam providências para medir o impacto dos principais componentes de valor do consumo do café; para levar adiante os atuais programas de divulgação de conhecimentos, tais como o Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde, e estimular novos programas; e para incluir reivindicações holísticas nas comunicações sobre o café. A segunda meta seria apoiar os países produtores na descomoditização, através de programas para aumentar retornos, concentrando-se particularmente nos pequenos produtores e países emergentes, com a OIC atuando como facilitadora e provedora de conhecimentos. As possíveis ações incluiriam o desenvolvimento de um manual básico comum sobre melhores práticas, e trabalho em parceria com outras instituições e organizações não-governamentais que têm a ver com a agricultura. Os próximos passos seriam o preparo de um estudo de viabilidade, incluindo consultas às partes interessadas, o recrutamento de parceiros, a alocação de recursos e o preparo de um plano a ser submetido à aprovação do Conselho em setembro de 2012.

5. Na discussão deste item, os Membros agradeceram ao Sr. Illy sua apresentação e notaram a importância das atividades de promoção e desenvolvimento de mercado. Observou-se que o café fazia uma contribuição importante ao desenvolvimento econômico. Seria útil dispor de mais informações sobre os principais fatores relacionados com o consumo e o impacto de diferentes indutores, e esta era uma área em que a OIC poderia contribuir. Os preços haviam aumentado, mas os retornos em termos reais aos cafeicultores eram mais baixos que nos anos 70. Alguns torrefadores haviam tido perdas no ano passado devido ao clima econômico, que dificultara o repasse dos aumentos de preços à matéria-prima, mas o café só representava uma porcentagem relativamente pequena do preço de varejo, e outros elementos, como a embalagem e a comercialização, respondiam por uma porcentagem maior. A crise econômica tivera impacto sobre os maiores mercados consumidores. Era demasiado cedo para dizer como isso afetaria o setor e quais seriam os aumentos de preços ou cortes de custos em segmentos da cadeia de valor, mas o mercado provavelmente se reorganizaria de forma semelhante com a de uma ampolheta, passando a se caracterizar por maior diferenciação e podendo contar com maior produção de baixo custo. Os Membros exportadores tinham estratégias claras em relação a suas vantagens competitivas e fatores estruturais, e esse quadro se adaptaria à nova situação. O café certificado ajudara a aliviar o impacto dos preços baixos sobre os produtores, mas os consumidores pagavam mais por um produto da mesma qualidade e, por isso, tendiam a consumir esse tipo de café irregularmente e voltar a suas marcas prediletas; neste caso,

seria conveniente melhorar o valor e a qualidade do produto oferecido. Embora fosse impossível controlar o mercado, estratégias poderiam ser desenvolvidas para obter mais informações sobre ele e para facilitar o consumo e melhorar os níveis de desenvolvimento.

6. O Comitê tomou nota desta informação e decidiu que em setembro de 2012 deveria considerar um plano e apresentá-lo ao Conselho.

7. O Sr. Ric Rhinehart, da Specialty Coffee Association of America (SCAA), fez uma apresentação sobre a importância de engajar as pessoas enquanto jovens, observando que, dos 157 milhões de pessoas que tomam café nos EUA, cerca de 84% começaram a consumi-lo antes dos 25 anos, e a maioria destas continuaria a tomá-lo durante o resto da vida. Só 4% dos consumidores, porém, haviam começado a tomar café depois dos 35 anos. Um estudo centrado no grupo etário dos 18 aos 24 anos havia mostrado que a qualidade do café era um fator significativo na lealdade de marca, e que cerca de 47% desse grupo consumia café gourmet, em contraste com 34% das pessoas de mais de 40 anos. É importante começar cedo, começar com qualidade e continuar fiel. A apresentação do Sr. Rhinehart pode ser acessada na seção de apresentações do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation1112.htm>). O Comitê tomou nota desta informação.

Item 4: Atividades de promoção

Item 4.1: CoffeeClub

8. O Diretor-Executivo disse que a modernização do CoffeeClub para se tornar compatível com outras redes sociais, como o Facebook, o Twitter e o LinkedIn, seria completada em março de 2012. Logo que o CoffeeClub modernizado estivesse disponível, seria preciso intensificar e diversificar a mediação para ampliar o número de membros, e o Diretor-Executivo convidou os Membros e o setor privado a participarem mais ativamente. O Comitê tomou nota desta informação.

Item 4.2: Café e saúde

9. O Comitê notou que o Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde, que havia sido cofinanciado pelo Instituto de Informação Científica sobre o Café (ISIC) e setores cafeeiros nacionais, obtivera êxito e benefícios tangíveis em países como a Espanha, onde o nível de consumo diário de café recomendado pelos médicos de clínica geral aumentara para 4 a 5 xícaras, de 1 a 2 no início do programa. O ISIC considerava que seria conveniente que os setores nacionais levassem adiante este trabalho por conta própria, mas o ISIC continuaria a apoiá-lo através de pesquisa e análise e do site Coffee and Health. O Comitê também notou que a Autoridade para a Segurança

Alimentar Europeia (EFSA) avaliara três reivindicações positivas sobre café e saúde relacionadas com a hidratação, a vigília e o desempenho físico. Na avaliação da hidratação, todas as bebidas que não fossem água haviam sido eliminadas, mas as avaliações das reivindicações quanto à vigília e ao desempenho físico estavam paradas, a despeito de sua base científica, e mais contatos seriam feitos com a EFSA para tratar de ambas.

Item 4.3: Pesquisa

10. O Diretor-Executivo relatou que a 24.^a Conferência da ASIC se realizaria na Costa Rica em novembro de 2012. Havia informações sobre o evento no site asic2012costarica.org, e ele pediu aos Membros que dessem conhecimento do evento ao setor cafeeiro de seus países. Em anos anteriores, os Membros exportadores haviam aprovado contribuições para conferências da ASIC com recursos do Fundo de Promoção, em valores que iam de US\$2.000 para a Conferência realizada na Indonésia em 2010 a US\$10.000 para a Conferência realizada no Brasil em 2008. O Fundo de Promoção agora só dispunha de um saldo de US\$9.150, que o Diretor-Executivo propunha alocar para a Conferência de 2012. O Comitê notou que os Membros exportadores apoiavam esta proposta e que a ASIC seria informada disto¹.

Item 5: Implementação do Programa de Melhoria da Qualidade do Café (PMQC)

11. O Chefe de Operações apresentou o documento PM-13/12, que contém um relatório sobre o PMQC nos anos civis de 2005 to 2011. Ele disse que 22 dos 33 Membros do AIC de 2007, que em conjunto responderam por cerca de 65% das exportações mundiais no período de 2005 a 2011, vinham implementando a Resolução 420 na íntegra. O volume médio do café verde exportado pelos Membros que forneceram informações regularmente fora de 57,3 milhões de sacas no período, de um total de exportações mundiais de café verde de 88,2 milhões, e alcançara 61,2 milhões de sacas (65,3%) em 2011.

12. O Chefe de Operações também apresentou o documento PM-12/12, que contém um relatório sobre as análises de classificação dos cafés Arábica e Robusta nos anos civis de 2005 a 2011. No caso do Arábica classificado pela ICE durante o período coberto pelo relatório, os níveis de aprovação haviam caído pela primeira vez, passando de 92,2% em 2010 para menos de 80% em 2011. Nas análises da bebida os resultados haviam caído de 85,7% para 78,9% no mesmo período. Os níveis de aprovação na análise da cor, contudo, haviam passado de 86,3% em 2010 a 89,8% em 2011. O volume do café Robusta que a NYSE Euronext classificara como abaixo dos padrões da Resolução 420 entre 2005 e 2011 fora

¹ O montante de US\$9.150 foi posteriormente revisado (ver parágrafo 29 do documento ICC-108-10).

de 9,97 milhões de sacas (53,9%), de um total de 18,48 milhões de sacas classificado nesse período. Desde que a classificação 'P' (Premium) fora introduzida em 2009, 442,667 sacas haviam recebido esta classificação, e as origens de 75% desse café haviam sido o Vietnã e a Índia. O Vietnã fora a origem da maior parte do café rejeitado, registrando 69,3% de rejeição em 2011 e 71% de todo o café abaixo dos padrões desde 2005.

13. Com respeito à solicitação do Diretor-Executivo de informações sobre os padrões nacionais de qualidade do café (ver documento ED-2124/11), o Brasil e a República Tcheca recentemente haviam enviado respostas, em acréscimo às repostas antes recebidas do Brasil, Colômbia, Costa Rica, Equador, Haiti e México. Lembrou-se a todos os Membros que era preciso enviar informações, para poder-se considerar o reexame dos padrões de qualidade em uma reunião futura do Conselho.

14. O Comitê tomou nota desta informação.

Item 6: Questões fitossanitárias

15. O Comitê notou que a Junta Consultiva do Setor Privado (JCSP) recebera informações atualizadas e ouvira apresentações sobre questões fitossanitárias, entre as quais as questões da ocratoxina A (OTA), da acrilamida e da legislação sobre Limites Máximos de Resíduos (LMRs), e sobre o desenvolvimento de informações para inclusão nos rótulos a respeito de nutrição e origem. Estas apresentações podem ser acessadas na seção de apresentações do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation1112.htm>).

Item 7: Outros assuntos

16. Não havia outros assuntos a discutir.

Item 8: Data da próxima reunião

17. O Comitê notou que sua próxima reunião seria realizada em Londres na altura da 109.^a sessão do Conselho, marcada para 24 a 28 de setembro de 2012. O Comitê também notou que seria conveniente agendar suas reuniões para mais perto das reuniões da JCSP, a fim de possibilitar que as associações do setor privado interessadas participassem de ambas.