



**Relatório do Comitê de Promoção e
Desenvolvimento de Mercado sobre
a reunião de 30 de março de 2011**

1. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado, presidido pelo Sr. Henry Ngabirano, de Uganda, realizou sua primeira reunião ao abrigo do Acordo Internacional do Café (AIC) de 2007 em 30 de março de 2011, em Londres.

Item 1: Adoção da ordem do dia

2. O Comitê adotou a ordem do dia que figura no documento PM-1/11 Rev. 1.

Item 2: Presidente e Vice-Presidente

3. O Comitê decidiu designar o Sr. Henry Ngabirano, de Uganda, seu Presidente, e um representante da União Europeia¹, seu Vice-Presidente para 2010/11.

Item 3: Atividades de promoção

Item 3.1: CoffeeClub Network da OIC

4. O Diretor-Executivo Interino disse que, como relatado em setembro de 2010, a OIC estabeleceu um Memorando de Entendimento (ME) para transferir a gestão do CoffeeClub Network da OIC aos consultores (P&A International Marketing), com vistas a recuperar para a Organização parte do investimento inicial de US\$114.500. Uma cópia do ME está disponível para inspeção pelos Membros interessados.

5. O consultor fez uma apresentação sobre o CoffeeClub Network, que fora reestruturado sem custos adicionais para a OIC. Uma cópia de sua apresentação está

¹ Nome por confirmar.

disponível na seção de apresentações técnicas do site da OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation1011.htm>). Ele relatou que o site do Network, atualizado com base no conceito de “conectar o mundo do café”, começaria a funcionar nas próximas duas a três semanas com o novo nome de “Coffeeclub”. Previa-se que o Coffeeclub serviria como espaço do café, oferecendo uma plataforma moderna e de uso fácil, que permitiria aos usuários postar perfis, opiniões e links e encontrar informações sobre o café e oportunidades de negócios. O novo leiaute incluía a possibilidade de customização para o usuário. Havia três tipos de comunidades (básica, melhorada e prêmio) e um fórum com vídeos e fotos. As metas do site reestruturado eram de aumentar o número de visitas e de membros, estabelecer parcerias com empresas e instituições, lançar novos serviços e aplicações e desenvolver a sustentabilidade econômica. Em conclusão, o CoffeeClub era uma rede social gratuita e de uso fácil com mais de 1.300 membros, que atraía 50.000 visitas e 130.000 consultas anuais a suas páginas, de 170 países. Ele oferecia uma plataforma totalmente customizável e era uma das mais avançadas redes sociais especializadas em conectar o mundo do café. O consultor incentivou os Membros a usar o novo site e a promovê-lo em seus países.

6. O Comitê tomou nota deste relatório e agradeceu as novas informações apresentadas, notando que havia um link ao CoffeeClub na página inicial do site da OIC.

Item 3.2: Programas para promover o consumo de café

7. O consultor disse que a entrada em vigor do Acordo de 2007 oferecia a oportunidade de se fazer um balanço dos programas e atividades de promoção do consumo de café da OIC. O consumo vinha crescendo a uma taxa de aproximadamente 2 a 2,5% ao ano. As taxas de crescimento mais altas registravam-se nos países produtores e mercados emergentes. Esta tendência talvez não fosse sustentável, pois os preços do café verde estavam altos, os estoques estavam baixos e as margens dos torrefadores, sendo espremidas. A OIC, que sempre desempenhara um papel importante como catalisador da promoção do consumo, patrocinando atividades como festivais do café, programas sobre café e saúde, e o Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café, deveria contemplar a longo prazo, para que as perspectivas de consumo futuro se mantivessem promissoras. Ele sugeriu que a Organização analisasse o que se conseguira no passado e as lições aprendidas; o impacto das atividades de promoção; a revisão das iniciativas e estratégias dos países produtores e empresas do setor para expandir o consumo; e a identificação de obstáculos ao consumo. A OIC poderia até mesmo conceber um plano estratégico visando às melhores formas de lidar com promoção no futuro e de criar projetos para pleitear financiamento, tendo em mente fontes potenciais de recursos. O Comitê tomou nota desta informação.

Item 3.3: Café e saúde

8. O Diretor-Executivo Interino disse que relatórios haviam sido apresentados à Junta Consultiva do Setor Privado (JCSP) sobre o Programa “Positively Coffee” e o Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde na primeira reunião da JCSP, em 28 de março de 2011. Nove países participavam do Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde, que era co-financiado pelo Instituto de Informação Científica sobre o Café (ISIC) e os setores cafeeiros nacionais, e que havia produzido benefícios tangíveis. O Programa “Positively Coffee” era inteiramente financiado pelo ISIC. As condições para o Programa estavam mudando à luz da legislação da UE sobre alegações relativas à saúde, que fazia exigências muito estritas com respeito à fundamentação científica das alegações. Estava-se aprimorando o Programa, que teria nova identidade de marca, e criando um novo site, que seria fundido com o do Centro de Informação Científica sobre o Café (CoSIC). A colaboração entre o ISIC e a OIC estava sendo analisada e prosseguiria. O Diretor-Executivo Interino notou que, se a Organização não contribuísse para o Programa de alguma forma, seria difícil mantê-lo sob a égide da OIC. Embora os recursos do Fundo de Promoção estivessem quase no fim, era importante que a OIC mantivesse seus elos com esta iniciativa até onde possível. O Comitê tomou nota desta informação.

Item 3.4: Pesquisa

9. O Diretor-Executivo Interino disse que, em 2009/10, os Membros exportadores haviam decidido fazer uma contribuição de US\$2.000 para a realização da 23.^a Conferência Internacional da Ciência do Café, que transcorreria em Bali, Indonésia, de 3 a 7 de outubro de 2010. A Associação para a Ciência e a Informação sobre o Café (ASIC) havia agradecido essa contribuição, e o Economista-Chefe representara a OIC no evento. A ASIC estava finalizando as atas da Conferência, que oportunamente estariam disponíveis para consulta na Biblioteca da OIC. Na reunião do Comitê, o representante local da ASIC na Indonésia agradecera a contribuição da OIC à Conferência, da qual mais de 300 delegados, de 34 países haviam participado.

10. O Comitê tomou nota deste relatório, notando, ainda, que a próxima Conferência se realizaria na Costa Rica em 2012, e que todos os Membros eram incentivados a participar.

Item 4: Implementação do Programa de Melhoria da Qualidade do Café (PMQC)

11. O Diretor-Executivo Interino apresentou o documento PM-4/11, que contém um relatório sobre o PMQC nos anos civis de 2005 a 2010. Ele disse que 28 países, responsáveis por 65% das exportações mundiais no período, vinham implementando a Resolução 420. Durante o período, o volume médio do café verde exportado pelos Membros que forneciam informações regularmente foi de 56,6 milhões de sacas, de um volume total exportado mundialmente de 87,5 milhões de sacas.

12. O Diretor-Executivo Interino também apresentou o documento PM-3/11, que contém um relatório sobre as análises de classificação dos cafés Arábica e Robusta nos anos civis de 2005 a 2010. No caso dos Arábicas analisados pela Bolsa Intercontinental (ICE) durante o período do relatório, o nível médio de aprovação foi de 92%. Os resultados da análise da bebida haviam melhorado, e o nível de aprovação, passado de 72% em 2006 a mais de 85% em 2010. O nível de aprovação na análise da cor, por sua vez, caiu de 98% em 2005 para 86% em 2010. O volume dos Robustas considerados abaixo dos padrões da Resolução 420 nas análises de classificação da NYSE Euronext no período de 2005 a 2010 foi de 9,07 milhões de sacas (63,2%), de um total de 14,35 milhões de sacas submetidas à análise de classificação no período. Em 2009, fora introduzida uma nova classificação – ‘P’ (Premium) – para os cafés de padrão acima dos padrões habituais de classificação. Em resultado, 196.667 sacas receberam essa classificação. O volume de café considerado abaixo dos padrões nas classificações da NYSE, portando, representava 65% do volume total do café classificado. O Vietnã, com um total de 6,46 milhões de sacas, fora a origem da maior parte do café rejeitado durante o período. A adoção de novas normas de qualidade pelo país e o aumento do tamanho das partidas classificadas pela NYSE de 5 para 10 toneladas métricas talvez houvessem contribuído para uma queda de quase 88% no volume do café classificado que se julgou não alcançar os padrões do PMQC, que passara de 1,63 milhões de sacas em 2009 a apenas 201.000 em 2010.

13. O Diretor-Executivo Interino também relatou que, no documento ED-2100/10, solicitara aos Membros que encaminhassem à OIC as últimas informações sobre suas normas de qualidade nacionais e, inclusive, sobre seus sistemas de classificação, juntando cópias dos documentos pertinentes, com vistas ao exame de normas de qualidade numa reunião futura. Como só a Colômbia e o Equador haviam respondido até o momento, ele instou todos os Membros a encaminharem essas informações à OIC. Finalmente, ele notou que, como se relatara na reunião da JCSP de 28 de março de 2011, a Iniciativa Global de Pesquisa da Qualidade do Café (GCQRI), que se devotava ao aprimoramento da qualidade

geral da bebida e aumento dos volumes disponíveis de café especial mediante intervenções da pesquisa nos países de origem, se reunira pela primeira vez em outubro de 2010 e tinha outra reunião agendada para abril de 2011, na Nicarágua.

14. O Comitê tomou nota desta informação e dos documentos PM-3/11 e PM-4/11. Notou, ainda, que, desde 23 de fevereiro de 2011, o Brasil vinha implementando um programa de normas de qualidade para o café industrializado vendido no mercado interno. O padrão mínimo de qualidade prescrito levava em conta o teor de umidade e a pureza, e o programa incluía o treinamento de classificadores de café. Depois da fase de implementação das normas viria uma segunda fase, que poderia incluir a avaliação sensorial do café. Finalmente, o Comitê notou a importância de melhorar a qualidade do café como meio de expandir o consumo.

Item 5: Questões fitossanitárias

15. O Diretor-Executivo Interino disse que um relatório com informações atualizadas sobre questões fitossanitárias fora apresentado à JCSP em sua reunião de 28 de março de 2011. A OIC distribuíra os documentos ED-2087/10 e ED-2100/10, solicitando aos Membros informações sobre os LMRs de pesticidas aplicáveis a sua produção de café e sobre a metodologia utilizada para calcular os LMRs, além de cópias de estudos pertinentes. Respostas haviam chegado do Brasil, Colômbia, Costa Rica, Equador, Quênia, Ruanda e UE. Ele pediu novamente que todos os Membros enviassem informações atualizadas à OIC, possibilitando assim o preparo de um relatório para uma reunião futura. Finalmente, ele relatou que o Comitê do Codex Alimentarius sobre Resíduos de Pesticidas se reuniria em Beijing no período de 4 a 9 de abril de 2011.

16. O Comitê tomou nota desta informação e de uma atualização da informação sobre questões ligadas à acrilamida nos EUA, em particular na Califórnia, envolvendo a Proposição 65, relativa a perigos ambientais e hídricos. Empresas do setor cafeeiro vinham sendo processadas sob a alegação de não estarem advertindo de que o café contém acrilamida. A National Coffee Association of the USA preparara uma defesa conjunta com referência a esta questão. Outro processo na Califórnia envolvia o Sierra Club, e uma vitória dos impetrantes significaria a necessidade de incluir o café em listas do Código Trabalhista e da Proposição 65 como carcinogênico potencial. O resultado talvez fosse que as embalagens teriam de incluir rótulos advertindo de que o café contém material carcinogênico. Havia preocupação de que uma vitória dessa ação produziria efeitos em sequência e geraria publicidade negativa focalizando o café e a saúde, que poderia ter impacto sobre o consumo, implicações quanto aos custos das embalagens, etc.

Item 6: Promoção e desenvolvimento de mercado sob a égide do AIC de 2007 e

Item 7: Financiamento para promoção e desenvolvimento de mercado

17. O Comitê decidiu apreciar os itens 6 e 7 juntos. O Diretor-Executivo Interino disse que, para informação, fora distribuído um plano de ação para promoção, preparado durante o Convênio anterior (documento PC-13/03 Rev. 2). Uma análise da despesa do Fundo de Promoção durante o Convênio anterior também fora preparada (documento PC-56/09). Os termos de referência do Comitê (Anexo IV do documento ICC-106-4) dispunham que o Comitê deveria prestar assessoria e fazer recomendações ao Conselho sobre questões atinentes à promoção do consumo e ao desenvolvimento de mercado. Estas incluíam planos para o desenvolvimento de mercado, promoção do consumo, e atividades entre as quais campanhas de informação, pesquisas, melhoria da qualidade, construção de capacidade e estudos relacionados com a produção e o consumo de café; café e saúde; e análise de novas propostas. O Comitê também deveria prestar assessoria e fazer recomendações ao Conselho sobre medidas para o financiamento de atividades de promoção e desenvolvimento de mercado através de contribuições voluntárias dos Membros, de não-membros, de outras organizações e do setor privado. Em reuniões anteriores, a mais recente em setembro de 2010, os Membros haviam sido convidados a apresentar propostas para a recapitalização do Fundo. Nenhuma proposta fora recebida, mas o Comitê de Promoção notara nessa ocasião que o Brasil vinha considerando meios de levar adiante as atividades de promoção com base no Acordo de 2007 e esperava apresentar uma proposta no futuro. Apenas US\$9.139 restavam no Fundo de Promoção.

18. O Comitê tomou nota desta informação e notou que os Membros precisariam contribuir com ideias para atividades futuras e considerar como gerar recursos para implementar planos de promoção e desenvolvimento de mercado. Instando os Membros a enviarem ao Diretor-Executivo Interino ideias sobre modos de desenvolver atividades e conseguir financiamento nesta área, o Comitê notou que esta questão continuaria a ser discutida na próxima reunião.

Item 8: Questões financeiras

Item 8.1: Fundo de Promoção

19. O Diretor-Executivo Interino disse que, como decidido em setembro de 2010, as Contas do Fundo de Promoção não seriam auditadas até o reinício de atividades em escala

significativa, e que as Contas seriam distribuídas a título informativo. O Comitê tomou nota desta informação e das Contas do Fundo de Promoção relativas ao exercício financeiro de 2009/10, que figuram no documento PM-2/11.

Item 8.2: Contas do Fundo Especial relativas ao exercício financeiro de 2009/10 e Relatório de Auditoria

20. O Comitê notou que as Contas do Fundo Especial e o Relatório de Auditoria relativos ao exercício financeiro de 2009/10 que figuram no documento SF-43/11 deveriam ser aprovados por todos os Membros exportadores durante a sessão do Conselho.

Item 9: Outros assuntos

21. Não havia outros assuntos para discutir.

Item 10: Data da próxima reunião

22. O Comitê notou que a próxima reunião do Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado se realizaria em Londres na altura da 107.^a sessão do Conselho, no período de 26 a 30 de setembro de 2011.