



International Coffee Organization
Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

WP SGP 17/07

5 janvier 2007
Original : anglais

F

Groupe directeur de la promotion
25 janvier 2007
Londres, Angleterre

**Proposition de mise en œuvre du réseau OIC
de promotion de la consommation de café**

Contexte

1. En septembre 2006, le Comité de promotion a examiné une proposition du Brésil portant sur la création d'un réseau OIC de promotion de la consommation de café (document WP-Promotion 8/06). Les Membres exportateurs ont décidé d'autoriser en principe le Directeur exécutif à utiliser une somme ne dépassant pas 120 000 dollars EU, à partir du Fonds de promotion, pour recruter des entreprises spécialisées qui mettront en place un réseau OIC de promotion de la consommation de café, tel que décrit dans la proposition. Le Directeur exécutif a ensuite invité les consultants à soumettre une proposition officielle détaillée qui serait examinée à la réunion du Groupe directeur de la promotion le 25 janvier.
2. Le document ci-après contient une proposition visant à élaborer, créer, structurer et mettre en place le réseau OIC de promotion de la consommation de café. Un résumé a été distribué en espagnol, français et portugais.

Mesures à prendre

Le Groupe directeur de la promotion est invité à examiner cette proposition et à soumettre une recommandation, soit au Comité exécutif en janvier, soit au Comité de promotion en mai.

P&A INTERNATIONAL MARKETING

11 décembre 2007

M. Pablo Dubois
Chef des opérations
Organisation internationale du Café
22 Berners Street
Londres W1T 3DD
Royaume-Uni

Objet : Proposition visant à élaborer, créer, structurer et mettre en place le réseau OIC de promotion de la consommation de café

Cher Monsieur Dubois,

Vous trouverez ci-après notre proposition visant à élaborer, créer, structurer et mettre en place le réseau OIC de promotion de la consommation de café.

La proposition a été élaborée à la suite de la décision du Comité de promotion qui, en septembre 2006, a approuvé l'affectation de 120 000 dollars EU pour mettre en œuvre la proposition du Brésil figurant dans le document WP-Promotion 8/06. À cette occasion, le Comité de promotion a décidé que la proposition de services de consultants devrait être analysée par le Groupe directeur de la promotion et, en outre, il a autorisé l'OIC à recruter les services en question dès que le Groupe aurait approuvé la proposition.

Il convient de noter que notre proposition comprend l'utilisation sans frais (royalties ou transfert de technologie) par le réseau OIC du logiciel de gestion de réseau Peabirus élaboré par Radiumsystems à un coût d'environ US\$500 000, dans le cadre de l'ouverture des réseaux et du partage de l'information qui sous-tend les travaux de P&A et de Radiumsystems.

Nous restons à votre disposition à et à celle du Groupe directeur de la promotion pour fournir les éclaircissements et les informations supplémentaires nécessaires sur tous les aspects de notre proposition.

Veillez recevoir, cher Monsieur Dubois, les assurances de ma haute considération.

Carlos H. Jorge Brando
Directeur

PJ. : "Proposition visant à élaborer, créer, structurer et mettre en place le réseau OIC de promotion de la consommation de café" préparée par P&A International Marketing et Radiumsystems.

PROPOSITION VISANT À ÉLABORER, CRÉER, STRUCTURER ET METTRE EN PLACE LE RÉSEAU OIC DE PROMOTION DE LA CONSOMMATION DE CAFÉ

1. INTRODUCTION

La présente offre porte sur des services de consultants et de technologie de l'information destinés à élaborer et à mettre en place le réseau OIC de promotion de la consommation de café décrit dans le document WP-Promotion 8/06 (proposition du Brésil de promotion de la consommation de café au sein de l'OIC).

Radiumsystems et P&A International Marketing associent leurs expériences respectives dans des domaines différents mais connexes pour présenter une offre complète totalement conforme à la proposition brésilienne que nous prenons ci-après comme le cadre de référence du réseau OIC de promotion de la consommation de café.

La présente offre exprime notre vision de l'importance que peuvent avoir les réseaux dans la promotion de la consommation de café (Section 2), elle expose dans le détail notre proposition, avec ses objectifs, l'étendue de ses services, son calendrier d'exécution et ses honoraires (Section 3), elle fournit des renseignements sur nos entreprises (Section 4) et des renseignements supplémentaires sur la proposition (appendices de la Section 5).

3. LA PROPOSITION

Radiumsystems a élaboré une méthode faisant appel à l'Internet pour créer et gérer des réseaux organiques. Cette méthode consiste à réorganiser les chaînes de valeur en créant un groupe de gouvernance qui oriente, selon un plan stratégique, un ensemble de communautés dirigées par des médiateurs choisis par le groupe de gouvernance au sein des chaînes respectives. L'application de cette méthode permet aux chaînes de valeur constituées de parties prenantes diverses de redéfinir leurs intérêts au sein d'un environnement de réseau qui établit la cartographie des intérêts individuels selon un processus ascendant.

La méthode standard adoptée par Radiumsystems pour ses nouveaux clients consiste à héberger leurs réseaux spécifiques dans un environnement Radiumsystems appelé Peabirus. S'agissant du projet OIC, Radiumsystems et P&A proposent de créer un nouvel environnement de réseau en anglais, entièrement adapté aux besoins de la promotion de la consommation de café dans le monde.

La création d'un environnement de réseau OIC valorise considérablement notre proposition car cet environnement pourra à l'avenir être élargi pour répondre aux autres besoins de l'OIC (hors promotion), voire développer des réseaux de pays Membres, comme le Brésil l'a déjà fait, cette fois sous les auspices de l'OIC.

3.1 Objectifs

Radiumsystems et P&A proposent de collaborer avec les parties prenantes au processus de promotion OIC pour élaborer et mettre en place un environnement virtuel où les participants de la chaîne de valeur de promotion de la consommation de café sont en rapport les uns avec les autres et avec les fournisseurs de biens, de services et de savoir afin de trouver des solutions à leurs problèmes communs. Lorsque les problèmes communs des communautés auront été identifiés, Radiumsystems et P&A mettront en place des liens avec un vaste ensemble de partenaires possibles, par exemple, des fournisseurs de biens et services, d'autres chaînes de valeur ayant des intérêts synergiques, des groupes d'intérêts communs, des instituts de recherche, des universités, etc., participant ou non au réseau. Le but final est de mettre en place un écosystème œuvrant à la promotion de la consommation de café.

3.2 Méthode

Les consultants Radiumsystems et P&A emploieront une méthode spécialement adaptée pour organiser les processus de promotion multilatéraux afin de créer un cadre de promotion permettant de générer des idées promotionnelles, d'élaborer des projets de promotion et de mettre en place les mesures institutionnelles requises, en mettant l'accent sur les jeunes consommateurs sans négliger les autres publics. Les parties prenantes s'organiseront en réseaux et passeront un contrat de gestion de réseau qui restera la propriété des utilisateurs, sous les auspices de l'OIC, qui participera activement au système novateur de gouvernance partagée.

Les relations de travail en matière de promotion de la consommation de café bénéficieront d'une nouvelle architecture axée sur les activités commerciales et comprenant les groupes ci-après :

- le groupe de gestion, constitué par exemple de fonctionnaires de l'OIC et/ou de représentants du Groupe directeur de la promotion et des consultants;
- les médiateurs, à savoir des représentants des pays Membres (par exemple, désignés par les membres du Groupe directeur de la promotion), des représentants institutionnels, des cadres de sociétés, des consultants actifs dans le secteur, etc. ;
- les collaborateurs, à savoir des représentants institutionnels, des cadres de sociétés faisant partie du réseau, des fournisseurs, des ONG, des instituts d'étude de marchés, des groupes de réflexion, etc. ; et

- les participants, à savoir des membres de la chaîne de valeur de promotion, mobilisés par le groupe de gestion, les médiateurs et les collaborateurs.

Un processus de gestion de l'information journalistique se met en place simultanément avec la structuration du réseau de coopération, du savoir et des activités commerciales. Son but est de contribuer à la création de la personnalité du groupe et de son mode de coopération.

Initialement, ce processus de gestion de l'information cherche à donner cohésion et objectivité à la participation au réseau au moyen d'une couverture journalistique de la planification et de la stratégie des projets coopératifs de promotion de la consommation de café engagés par le groupe de gestion, les médiateurs, les collaborateurs, les participants et les fournisseurs de biens et services Internet.

Avec la maturation du projet de promotion, le processus de gestion journalistique s'élargit et inclut les besoins en information extérieure des utilisateurs du réseau et les besoins du réseau lui-même en matière de relations avec les médias traditionnels. Par conséquent, avec le temps, l'environnement virtuel créé devient, pour la communauté, la principale source d'information du monde extérieur, avec un puissant effet multiplicateur des relations publiques.

3.3 Activités et produits

Les activités à engager sont décrites ci-après ; Radiumsystems et P&A sont regroupés sous l'appellation de "consultants". Les communications, entrevues, réunions, etc. se feront par courrier électronique, MSN, Skype, ou moyen similaire, à moins de spécification contraire.

3.3.1 Lancement du projet

- Présentation de la notion de réseau de coopération, du savoir et des activités commerciales.
- Présentation et discussion du modèle d'activités commerciales.
- Définition de la gouvernance (groupe de gestion) lors de discussions avec le client.
- Discussion (modification, complément et/ou validation) des sous-réseaux et communautés de promotion évoqués dans le cadre de référence (proposition du Brésil du document WP-Promotion 8/06) ; adaptation des sujets à développer, en mettant un accent particulier sur les jeunes consommateurs.

3.3.2 Début de la mise en place du réseau (infrastructure de l'information) sur l'Internet

3.3.3 Sélection des médiateurs

- Désignation des médiateurs possibles par le groupe de gestion.
- Entrevues et présélection des candidats par les consultants :
 - discussion des droits et obligations des médiateurs et
 - présentation du projet de contrat
- Validation par le groupe de gestion du choix des médiateurs.

3.3.4 Élaboration, discussion et signature des contrats avec les médiateurs

3.3.5 Analyse

Identification des problèmes communs au moyen de questionnaires spécialement établis et envoyés aux institutions, sociétés et individus participant aux communautés de coopération, aux communautés commerciales et aux communautés du savoir.

3.3.6 Planification stratégique

- Définition des forces, faiblesses, possibilités et menaces (analyse FFPM) au moyen des informations recueillies par l'analyse.
- Préparation du plan stratégique.

3.3.7 Buts

- Définition des priorités et préparation du plan d'action.
- Définition des buts à atteindre par la gouvernance, les médiateurs et les fournisseurs.

3.3.8 Système d'information

- Communication des buts décidés par les parties aux éditeurs de l'information des consultants.
- Recrutement par les consultants d'un professionnel de l'information locale rendant compte à l'éditeur de l'information.

3.3.9 Fin de la mise en place du réseau (infrastructure de l'information) sur l'Internet

3.3.10 Mobilisation des fournisseurs

Sélection et mobilisation des fournisseurs (sociétés et entités) qui pourraient participer à la réalisation des buts, en fonction de leurs propres intérêts commerciaux.

3.3.11 Mobilisation des collaborateurs

Mobilisation des collaborateurs internes (cadres de sociétés) et des collaborateurs externes (représentants des fournisseurs) pour participer aux communautés.

3.3.12 Mobilisation des participants

Mobilisation et développement du réseau de coopération, du savoir et des activités commerciales au moyen de la méthode de gestion de l'information des consultants et de l'articulation des activités commerciales.

3.3.13 Retour d'information et début des opérations

Une fois le réseau en place, le retour d'information se fait par les moyens suivants :

- cartographie continue des problèmes communs, et
- incitation des acteurs du réseau à trouver des solutions au moyen d'outils de gestion de l'information, en mettant l'accent sur l'innovation et la mise en valeur des marchés.

L'appendice 2 est une illustration graphique des activités décrites ci-dessus (voir la version anglaise).

3.4 Durabilité des opérations

Une fois l'environnement virtuel créé et le réseau de promotion élaboré, les consultants, en collaboration avec l'OIC, assureront la gestion permanente du système sans frais pour l'OIC et, en fait, avec la possibilité de générer des revenus pour l'OIC, selon le système de partage adopté après discussions avec le client.

Le modèle employé pour générer des revenus à partir de l'exploitation du réseau est basé sur les activités commerciales générées par le réseau lui-même, au moyen de différents systèmes de rémunération qui vont des honoraires fixes et variables aux commissions. Ce modèle commercial, qui a été élaboré et perfectionné grâce à l'expérience que les consultants ont acquise dans la gestion de projets similaires, sera transféré au client par les consultants dans le cadre de l'exécution du contrat.

Le fait que le réseau puisse générer des revenus pour l'OIC et que des transactions commerciales puissent découler des interactions au sein du réseau n'entraîne aucune responsabilité pour l'OIC. Le réseau n'appartiendra pas à l'OIC qui ne sera pas responsable du réseau, des échanges qui s'y font ni des activités commerciales qu'il génère ou à l'origine desquelles il se trouve.

Bien qu'il n'y ait aucune restriction en matière de téléchargement, il existe trois niveaux de contrôle des échanges au sein du réseau : la gouvernance, les médiateurs sélectionnés par la gouvernance, et la gestion du réseau, qui peuvent tous les trois écarter des éléments ou des personnes qui ne correspondent pas aux objectifs du réseau. Le réseau est un environnement virtuel dans lequel des relations s'établissent. Le contenu d'un échange au sein du réseau est la seule responsabilité de la personne qui en effectue le téléchargement.

L'analogie peut être faite entre les réseaux virtuels, comme celui qui est proposé ici, et les foires commerciales où des entreprises louent des stands, des ateliers et des séminaires sont organisés, des avis sont exprimés et des affaires sont conclues. Le parrain institutionnel de la foire commerciale ne peut pas être tenu pour responsable des déclarations ou des transactions des participants – sociétés et individus. Le parrain crée simplement un environnement où les gens se rencontrent, échangent des vues et font des affaires.

L'organisateur d'une foire commerciale vend des espaces et des services aux exposants, des inscriptions aux participants de conférences, des parts de parrainage aux parrains, etc. Bien que ces ventes génèrent des revenus pour l'entreprise ou l'institution qui organise la manifestation, l'organisateur n'est pas responsable de la teneur des conversations qui s'y déroulent ou des transactions effectuées par les participants pendant la manifestation ou à la suite des contacts qu'ils y ont noués. La situation est absolument identique à celle d'un environnement virtuel.

Franchissons une étape supplémentaire : de nombreux services offerts aux exposants et aux participants par les organisateurs de foires commerciales sont fournis par des entreprises indépendantes et rémunérés proportionnellement au volume de services selon une échelle progressive. Les fournisseurs indépendants peuvent partager ces revenus avec les organisateurs de la manifestation. Cela est souvent le cas pour des services aussi divers que la location de mobilier et autres accessoires de stands, la location ou la vente de matériel informatique, les services de traduction et de presse, l'accès au téléphone, à l'Internet et aux bases de données, les paiements par cartes de crédit et autres transactions électroniques, etc. Les fournisseurs indépendants rémunèrent les organisateurs de la manifestation qui n'effectuent pas de transactions directes avec les clients des fournisseurs indépendants. Dans le cadre d'un tel accord, les fournisseurs indépendants attendent des organisateurs qu'ils recommandent leurs biens et services aux exposants et aux participants. De nouveau, l'analogie est parfaite avec le mode de rémunération dans un réseau virtuel.

Si l'OIC choisit de participer aux revenus générés par le réseau, option chaudement recommandée, elle sera rémunérée directement par les consultants en proportion des revenus propres des consultants, selon des critères à discuter en temps utile. Les versements effectués à l'OIC pourront être vérifiés selon les critères adoptés. Du point de vue comptable, ces versements, par exemple, pourraient être traités comme des dons aux Fonds de promotion.

Les contrats de gouvernance et de médiation, avec l'OIC et les médiateurs respectivement, seront libellés de façon à décharger l'OIC et ses Membres de toute responsabilité en cas de réclamations à l'avenir.

3.5 Calendrier

Les activités ci-dessus peuvent être déployées en 90 à 120 jours, selon la capacité du client à aider les consultants dans les validations nécessaires et dans le recrutement des médiateurs.

3.6 Coût

Les honoraires d'exécution du projet complet (points 3.3.1 à 3.3.13 ci-dessus) sont décrits ci-après :

- Heures de consultants pour :
 - élaborer le réseau,
 - définir le système de gouvernance,
 - sélectionner, interviewer et présélectionner les médiateurs,
 - rédiger les projets de contrats,
 - élaborer les questionnaires,
 - procéder à l'analyse,
 - conduire l'analyse FFPM,
 - définir les stratégies,
 - établir le plan d'action,
 - mettre au point le système d'établissement des rapports,
 - mobiliser les fournisseurs, les collaborateurs et les participants, et
 - démarrer le système (et engager le retour d'information initial),
- total de 485 heures US\$ 48 500,00
- Adaptation du logiciel : le logiciel Peabirus existant sera adapté aux conditions spécifiques du réseau OIC proposé, sur la base de la même philosophie d'exploitation comprenant :
 - large utilisation de logiciel ouvert, assurant une grande sécurité et stabilité,
 - autodéfinition et contrôle des communautés, sur la base d'un modèle d'invitation,

–	habilitation des utilisateurs en ce qui concerne la définition et la gestion de leurs profils et de leurs communautés,	
–	autodéfense contre les “arroseurs” (spammers) et outils de commercialisation et de publicité,	
–	expansibilité,	
–	contrôle total des processus de développement du logiciel, en facilitant une nouvelle mise en place/de nouvelles caractéristiques et la correction des bogues, et	
–	traduction en anglais,	
.....		US\$ 56 000,00
–	Voyages	<u>US\$ 10 000,00</u>
–	Total	US\$114 500,00

3.7 Prix et modalités de paiement

Les honoraires totaux d'exécution du projet, soit US\$114 500,00, sont à payer selon l'échéancier ci-après :

- 30% à la signature du contrat ;
- 35% à la fin de la mise en place du réseau sur l'Internet (fin de l'activité 3.3.9 ci-dessus) ; et
- 35% lorsque le réseau est prêt à être exploité (fin de l'activité 3.3.12 ci-dessus).

Si la fin des activités 3.3.9 ou 3.3.12 est retardée par le client, les paiements correspondants sont exigibles respectivement le 60^e et le 120^e jour après la signature du contrat.

Les honoraires ci-dessus comprennent une réunion de deux jours dans les bureaux du client à Londres, à la date convenue par le client et les consultants. Si le client demande la tenue de réunions complémentaires, le consultant ne facture pas d'honoraires supplémentaires pour une réunion d'une durée maximale de 2 jours, mais le client prend à sa charge les frais de voyage international par avion, de transport local et de séjour sur le lieu de la réunion.

Chacun des trois paiements ci-dessus sera réparti entre Radiumsystems et P&A et versé directement à chaque entreprise selon des critères définis dans le contrat.