



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

PC 40/07

14 fevereiro 2007
Original: inglês

P

Relatório do Grupo Diretor de Promoção sobre a reunião de 25 e 26 de janeiro de 2007

1. O Grupo Diretor de Promoção, presidido pelo Diretor-Executivo, Sr. Néstor Osorio, reuniu-se em 25 e 26 de janeiro de 2007.

Item 1: Adoção da ordem do dia

2. O Grupo adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento de trabalho WP-SGP 16/06 Rev. 1.

Item 2: Presidente e Vice-Presidente

3. O Grupo notou que os termos de referência do Grupo Diretor de Promoção (documento de trabalho WP-SGP 2/03 Rev. 1) determinam que os representantes do Grupo devem eleger um Presidente e um Vice-Presidente por um mandato de dois anos na primeira reunião do ano cafeeiro. Notando, ainda, que o Convênio de 2001 expira em setembro de 2007, o Grupo decidiu reeleger o Diretor-Executivo seu Presidente e designar o Sr. Mick Wheeler, de Papua-Nova Guiné, seu Vice-Presidente para exercício até essa altura, quando a questão seria reexaminada à luz de uma decisão do Conselho sobre o futuro do Convênio.

Item 3: Atividades de promoção

Item 3.1: Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café

4. O Diretor-Executivo lembrou aos Membros que o Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café estava disponível em espanhol, francês e inglês, para download gratuito do site da OIC. O Sr. Carlos Brando informou ao Grupo que o Guia estava sendo usado em diversos países como El Salvador, a Índia, a Indonésia e o México, nos quais haviam sido

alocados para o apoio de programas recursos que iam de US\$400.000 em El Salvador a US\$6 milhões para um programa quinquenal na Índia. Os resultados das atividades até o momento eram muito positivos. O Grupo tomou nota desta informação.

Item 3.2: Proposta para criar uma rede da OIC para promover o consumo de café

5. O Diretor-Executivo disse que, em setembro de 2006, os Membros exportadores o haviam autorizado a usar uma importância não-superior a US\$120.000 do Fundo de Promoção para contratar firmas especializadas que apresentassem uma proposta formal detalhada para criar uma rede da OIC para promover o consumo de café, a ser examinada pelo Grupo nesta reunião. Uma proposta para implementar a rede fora recebida dos consultores (documento de trabalho WP-SGP 17/07). O custo da proposta era US\$114.500.

6. O Sr. Carlos Brando fez uma apresentação sobre a proposta, em nome da P&A International Marketing e sua sócia, a Radiumsystems. Em resposta a perguntas, ele disse que os modos de medir o sucesso da rede poderiam incluir o número de projetos gerados, a quantidade de recursos investidos e o impacto sobre o consumo. A OIC participaria da gestão da rede e seria remunerada por doações. Ele considerava que o Fundo de Promoção recuperaria seu investimento, e obtivera pareceres de advogados segundo os quais não haveria riscos, pois estava-se propondo um esquema de doações ao Fundo de Promoção. Com respeito à designação de mediadores, os mediadores potenciais seriam conhecidos da comunidade cafeeira e teriam credibilidade.

7. O Diretor-Executivo disse que examinaria os aspectos jurídicos de questões como o recebimento de recursos provenientes da rede. Ele convidou os Membros a considerarem se desejavam recomendar à Junta que esta proposta fosse endossada.

8. O Grupo notou que os Membros importadores julgavam que se tratava de uma questão sobre a qual cabia aos Membros exportadores decidir, pois os recursos do Fundo de Promoção que ela requeria procediam de contribuições dos Membros exportadores. O Grupo notou, ainda, que, em setembro de 2006, os Membros exportadores haviam dado ao Diretor-Executivo um mandato para acompanhar a proposta. Após análise mais aprofundada da proposta em reuniões de coordenação, o Grupo notou que, embora maiores esclarecimentos houvessem sido solicitados, pois alguns Membros tinham dúvidas sobre aspectos da proposta, a maioria dos Membros exportadores desejava levar adiante este importante projeto. Havia, contudo, duas questões importantes que deveriam ser incorporadas ao projeto pelo Sr. Brando:

- estabelecimento de critérios claros para avaliar o sucesso do projeto, com uma matriz através da qual os resultados pudessem ser avaliados pelos Membros; e

- estabelecimento de marcos/marcadores ligados a um calendário durante todo o projeto, a fim de possibilitar que os Membros sejam informados dos marcos à medida que ocorressem e avaliem o progresso obtido.

9. Estes dois pontos eram essenciais e deveriam ser incorporados à execução do projeto, devendo o Sr. Brando informar o Grupo em maio de como isso foi feito. Se os dois pontos fossem levados em conta, os Membros exportadores poderiam endossar o projeto.

10. O Diretor-Executivo disse que transmitiria as opiniões do Grupo ao Sr. Brando e lhe solicitaria que incluísse estes pontos e, em maio, voltasse a apresentar relatório aos Membros sobre o tópico. Na reunião em curso (em 26 de janeiro), ele informaria à Junta Executiva que o Grupo Diretor recomendara que a Junta endossasse a proposta. O Grupo tomou nota desta informação.

Item 3.3: Consumo interno

11. O Diretor-Executivo disse que o preparo de uma proposta para um projeto-piloto para expandir e desenvolver o mercado em países produtores selecionados (Índia, Indonésia e México) prosseguia. A proposta seria apresentada oportunamente ao Comitê Virtual de Revisão para análise e depois à Junta e ao Conselho, de acordo com os procedimentos da OIC relativos a projetos. O Centro de Comércio Internacional UNCTAD/OMC (CCI) estava interessado, em princípio, em atuar como AEP no caso deste projeto. O Grupo tomou nota desta informação.

Item 4: Desenvolvimento de mercado na China

12. O Grupo notou que, na reunião do Comitê de Promoção de setembro de 2006, o Diretor-Executivo havia suscitado a necessidade de desenvolver uma estratégia para a China. O Diretor-Executivo disse que visitara Beijing em dezembro de 2006 para, em reunião com representantes do Ministério do Comércio e do setor privado, discutir as atividades da OIC, incluindo promoção. Havia um reconhecimento claro da importância das atividades de promoção da OIC no período de 1998-2001, que haviam funcionado como catalisador para o aumento do consumo na China. Ele avisara os representantes que, embora a OIC não estivesse em condições de financiar atividades de promoção na China no momento, isto continuaria sendo uma prioridade para o futuro. O Grupo tomou nota desta informação.

Item 5: O café e a saúde

13. O Grupo notou que a Junta Consultiva do Setor Privado (JCSP) apreciara relatórios sobre o Programa “Positively Coffee” e o Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde em sua reunião de 25 de janeiro, e que o Presidente da JCSP apresentaria relatório sobre essa reunião à Junta Executiva. O Diretor-Executivo informou ao

Grupo que, após o seminário muito bem-sucedido sobre Café e Saúde em Cartagena em 2003, ele estaria explorando a possibilidade de organizar um evento similar com a Universidade de Harvard e outros interessados. O Grupo tomou nota desta informação, notando, ainda, que o Presidente do Comitê de Promoção apresentaria relatório sobre as atividades do Instituto de Informação Científica sobre o Café (ISIC) na próxima reunião.

Item 6: Outros assuntos

14. O Grupo notou que a Associação dos Países Produtores de Café (APPC) havia encerrado suas atividades. Um montante de cerca de US\$14.000 fora mantido em reserva para o cumprimento de possíveis encargos; no entanto, não fora necessário usar essa importância, e um cheque em valor correspondente ao saldo fora recebido para crédito ao Fundo de Promoção da OIC.

Item 7: Data da próxima reunião

15. O Grupo notou que sua próxima reunião se realizaria na altura da sessão do Conselho, no período de 21 a 25 de maio de 2007.