



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

PC 45/07

11 outubro 2007  
Original: inglês

P

**Decisões e Resoluções adotadas pelo  
Comitê de Promoção em sua 12<sup>a</sup> reunião**

1. Em 28 de setembro de 2007 o Comitê de Promoção, presidido pelo Dr. Ernesto Illy, reuniu-se pela 12<sup>a</sup> vez durante a vigência do Convênio de 2001.

**Item 1: Adoção da ordem do dia**

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento PC-44/07 Rev. 1.

**Item 2: Atividades e propostas relativas à promoção**

**Item 2.1: Rede da OIC para promoção do consumo de café**

3. O Comitê notou que a proposta relativa à rede da OIC para promoção do consumo de café, que custaria US\$114.500, fora endossada pela Junta Executiva em janeiro de 2007 e iniciada em junho de 2007, após uma exposição ao Comitê em maio de 2007 sobre os marcos e indicadores do projeto (ver documento de trabalho WP-SGP 17/07 e seu adendo). O consultor, Sr. Carlos Brando, da P&A International Marketing, disse que a rede utilizaria os últimos instrumentos disponibilizados pela Internet 2.0. Envolvendo uma comunidade colaborativa baseada na Internet, em que as pessoas poderiam interagir e desenvolver meios de promover o consumo de café, a rede incluiria fóruns de discussão e recursos como vídeos, fotos, artigos, estudos de caso de programas de promoção e links com sites relevantes, além de uma área para pesquisas. Os participantes poderiam receber as últimas notícias, ingressar em fóruns de discussão, fazer o upload de estudos, exposições e fotos, e juntos desenvolver meios de promover o consumo de café. Haveria três comunidades de discussão: países produtores, mercados emergentes e mercados tradicionais. Fizera-se o planejamento estratégico para a operação da rede, e um questionário fora enviado a pessoas com experiência em promover o consumo de café. Houvera um nível elevado de respostas, e o feedback recebido ajudaria a orientar a mediação das três comunidades. Informações sobre o questionário e as respostas

estavam à disposição dos delegados interessados. Um domínio havia sido registrado para a rede como **www.coffeepromotionnetwork.com**, e questões-chave relativas a cada comunidade da rede haviam sido identificadas a partir do resumo das respostas ao questionário.

4. O Sr. Brando notou que uma concentração nos jovens estava implícita, pois a Internet era o meio de comunicação utilizado. A rede seria mediada por mediadores especializados, de cujo aporte seu sucesso dependeria muito de perto. O treinamento de mediadores era uma tarefa crucial. Três entidades (uma universidade, um instituto técnico e uma escola técnica) vinham desenvolvendo um programa de treinamento, e um enfoque virtual seria testado on line. Em conclusão, o planejamento estratégico da rede fora feito, os materiais para treinar mediadores haviam sido preparados, e uma operação restrita seria lançada experimentalmente em outubro ou novembro. Para lançar a rede, seria necessária a participação dos Membros da OIC e de outros conhecedores da promoção do consumo de café. Ele convidou todos os Membros a enviar seus endereços de email a **peamarketing@peamarketing.com.br** e a incentivar outras partes interessadas a fazer o mesmo. O Comitê de Promoção tomou nota desta apresentação, uma cópia da qual fora distribuída aos Membros durante a reunião.

#### **Item 2.2: Consumo interno**

5. O Comitê notou que a proposta do projeto-piloto para desenvolver mercados internos de café na Índia, Indonésia e México (documento de trabalho WP-Board 1031/07) fora apresentada ao Comitê Consultivo do Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB), para exame em julho de 2007, na seqüência de representações do Diretor-Executivo ao FCPB, externando a opinião dos Membros de que era preciso examinar a proposta com a maior urgência possível. O Diretor-Executivo estivera também com o Diretor-Gerente do FCPB, para ressaltar a importância do projeto proposto para o setor cafeeiro. Apesar desses esforços, o Comitê Consultivo, reiterando a posição que assumira em sua 37<sup>a</sup> reunião, rejeitara o projeto, notando que, nos termos da política adotada na revisão de meio percurso de seu Plano de Ação Quinquenal, um projeto só podia ser considerado duas vezes.

6. A Comissão notou que os três países que haviam investido recursos no desenvolvimento da proposta estavam decepcionados e frustrados com a decisão do FCPB. Na discussão deste item, os delegados notaram inter alia que havia possibilidades enormes para desenvolver os mercados dos países produtores e ampliar a cooperação internacional. Era difícil entender a rejeição do projeto, em vista de sua grande importância para o setor cafeeiro. A ausência de cooperação nesta área poderia levar os países produtores a questionar se seria mais apropriado reduzir tarifas, permitindo a entrada de produtos com valor agregado em seus mercados quando houvessem desenvolvido seus próprios mercados e estabelecido condições de competição em pé de igualdade. A OIC era o organismo internacional de produto básico oficialmente designado para representar o café e julgava que o projeto era de máxima prioridade para o setor cafeeiro, mas sua perícia e seus pareceres não haviam sido levados em conta pelo FCPB. A OIC dependia demasiado do FCPB como fonte de

financiamento para projetos cafeeiros, e não era fácil obter financiamento de outras fontes. Quanto a providências adicionais, a opinião geral foi de que esforços ulteriores para conseguir o financiamento da proposta pelo FCPB não seriam produtivos. Os países envolvidos haviam começado a tomar medidas na área do desenvolvimento de mercado, e uma campanha estava em curso no México, que se dispunha a compartilhar sua perícia com a Índia e a Indonésia. No caso da Indonésia, a questão seria discutida no mais alto nível. Sugeriu-se que os Membros considerassem a melhor maneira de desenvolver esta área através de cooperação no âmbito da OIC. Notou-se também que os Membros da OIC poderiam tentar moldar a política do FCPB na qualidade de Membros deste último.

7. O Presidente do Comitê de Promoção notou que o aumento do consumo interno poderia ajudar os países produtores a evitar a volatilidade do mercado, reduzir sua dependência das exportações e desenvolver infra-estrutura. Ele transmitiria as opiniões dos Membros ao Conselho e examinaria a questão de como ir adiante.

8. O Comitê tomou nota desta informação e, notando que o Vietnã, que tinha uma população de 85 milhões, só consumia 1 milhão de sacas por ano, solicitou maior cooperação com a OIC na área da promoção e do aumento do consumo interno. Um Festival do Café seria organizado no Vietnã no final de outubro, e todos os Membros estavam convidados a participar.

### **Item 2.3: O café e a saúde**

9. A Sr<sup>a</sup> Sylvia Robert-Sargeant apresentou relatório sobre o Programa “Positively Coffee” e disse que três novos tópicos estavam disponíveis: café e hidratação, café e seus componentes, e café e a pressão arterial. O Programa também ajudava setores cafeeiros mediante fornecimento de seus materiais, participação em seminários e exposições, publicação de newsletters, disponibilização de painéis, apoio através do site e projetos individualizados. A última newsletter estava disponível nos quatro idiomas oficiais no site do Programa “Positively Coffee”, e os artigos sobre café e saúde haviam sido reproduzidos em publicações como a *Tea and Coffee Trade Journal* e o boletim da *Speciality Coffee Association of Europe (SCAE)*. O site incluía um podcast com uma entrevista da Dr<sup>a</sup> Astrid Nehlig sobre café e desempenho mental, e o trabalho artístico do painel podia ser baixado do site e reproduzido, conforme necessário. O Programa de Educação sobre o Café para Profissionais da Saúde, por sua vez, se estenderia a três novos países (Alemanha, Espanha e Portugal). O CD-Rom distribuído aos Membros na reunião em curso (“Comunicando o atual consenso”) continha um relatório abrangente sobre o Programa de Educação sobre o Café, indicando o âmbito do programa e apresentando estudos de caso detalhados de cada país, assim como informações para contatos úteis. Um resumo do relatório do projeto figura no documento PSCB-104/07.

10. O Comitê de Promoção tomou nota desta informação, notando, ainda, que o Professor Darcy Lima, da Universidade Federal do Rio de Janeiro completara um novo livro sobre café e saúde, cobrindo pesquisa dos últimos 25 anos. O livro seria publicado pela Random House, sendo de interesse para o público geral e a classe médica. Além disso, uma análise de mais de 1.000 artigos sobre café e saúde realizada na Colômbia incluía constatações sobre a contribuição positiva do café para o desenvolvimento educacional de crianças na faixa etária de cerca de 9 a 11 anos. Os resultados dessa análise bibliográfica seriam disponibilizados ao Programa “Positively Coffee”.

11. O Sr. Nathan Herszkowicz, Diretor-Executivo da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), e o Sr. Lucas Tadeu Ferreira, Diretor do Departamento do Café do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil, fizeram uma apresentação sobre atividades na área do café e saúde no Brasil. Nela eles mostraram um DVD incluindo um curta-metragem (um de cinco produzidos para fins de marketing) sobre os benefícios do café para a saúde, e discorreram sobre a campanha promocional realizada durante os Jogos Pan-Americanos no Rio de Janeiro para divulgar uma mensagem positiva sobre café e saúde. Falaram, também, sobre uma nova iniciativa ligada ao café e à saúde nas escolas, que fora desenvolvida como programa-piloto e oferecia café com leite gratuitamente aos escolares. Os resultados haviam sido positivos e podiam levar a um programa mais extenso. O Comitê tomou nota desta informação, notando, ainda, que um conjunto de cartões postais havia sido desenvolvido no contexto da campanha dos Jogos Pan-Americanos. Com imagens de atletas e mensagens sobre os benefícios do café para a saúde, esses cartões constituíam uma iniciativa que poderia ser usada pelo setor cafeeiro global.

12. O Presidente do Instituto de Informação Científica sobre o Café (ISIC) disse que continuavam a ser pesquisados o papel do café na prevenção do diabetes (uma doença associada com a obesidade e a idade) e a questão do café e da memória.

13. O Comitê de Promoção tomou nota dos relatórios deste item e externou seus agradecimentos pelas apresentações feitas.

**Item 3:                   Outros assuntos**

14. Não havia outros assuntos a relatar.

**Item 4:                   Data próxima reunião**

15. O Comitê notou que sua próxima reunião se realizaria durante a centésima sessão do Conselho, que transcorreria na sede da OIC, em Londres, no período de 19 a 23 de maio de 2008.