



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

PC 51/08

7 octobre 2008
Original : anglais

F

Décisions et Résolutions adoptées par le Comité de promotion à sa 14^e réunion

1. Le Comité de promotion, présidé par M. Mick Wheeler (Papouasie-Nouvelle-Guinée), a tenu sa 14^e réunion dans le cadre de l'Accord de 2001 le 25 septembre 2008.

Point 1 : Adoption de l'ordre du jour

2. Le Comité a adopté l'ordre du jour provisoire figurant dans le document PC-50/08 Rev. 1.

Point 2 : Activités et propositions concernant la promotion

Point 2.1 : Réseau OIC de promotion de la consommation de café

3. Le consultant, M. Carlos Brando (*P&A International Marketing*) a fait un exposé sur la mise en œuvre du réseau de l'OIC CoffeeClub (www.coffeeclubnetwork.com) financé par le Fonds de promotion. Le réseau est opérationnel depuis quatre mois et compte près de 200 membres dans plusieurs pays. Un lien vers le réseau figure maintenant sur la page d'accueil du site web de l'OIC (www.ico.org). M. Brando a relevé que les communautés les plus visitées étaient celles dotées d'un médiateur ; il a décrit le rôle de ces derniers et les bénéfices attachés à cette fonction. Tous les Membres ont été invités à proposer des candidats de leurs pays pour animer les communautés du réseau. Dans l'idéal, il devrait y avoir un médiateur par pays Membre et *P&A International Marketing* aidera les nouveaux médiateurs à se familiariser avec leurs fonctions. Les Membres ont également été invités à afficher un lien vers le réseau CoffeeClub sur les sites web des autres réseaux sociaux, des gouvernements, du secteur privé et autres de leurs pays respectifs dans l'objectif d'accroître l'utilisation du

réseau et d'élargir sa masse critique, facteur important du développement futur du réseau. Le texte de cet exposé a été distribué à la réunion et est affiché dans la section Exposés techniques du site web de l'OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation/0708.htm>).

4. Les Membres ont remercié M. Brando pour cet exposé. Au cours des débats sur ce point, on a fait valoir que des activités créatives et novatrices comme la mise en place de ce réseau peuvent permettre de toucher les jeunes qui sont les consommateurs de l'avenir, et d'augmenter la consommation de café. Le réseau pourrait être une plate-forme où les pays feraient la démonstration des diverses méthodes de promotion du café ; la participation aux diverses communautés de l'industrie du café est un autre moyen pour les entreprises de faire la promotion de leurs produits.

5. Le Comité pris note de ce rapport.

Point 2.2 : Programmes de promotion de la consommation de café

6. Le consultant, M. Carlos Brando (*P&A International Marketing*) a fait un exposé sur la mise en œuvre des programmes de promotion de la consommation de café basés sur le Guide séquentiel de promotion de la consommation de café de l'OIC qui avait été financé par le Fonds de promotion. Le Guide est disponible sur cédérom et peut être téléchargé gratuitement à partir du site web de l'OIC. Les applications du Guide comprennent notamment des ateliers dans six pays et des programmes de promotion en Colombie, à El Salvador, en Inde et au Mexique. Le potentiel d'augmentation de la consommation de café des pays producteurs est vaste. Trois de ces pays (Inde, Indonésie et Mexique), avec une population totale combinée de 1,5 milliard d'habitants, ne consomment que cinq millions de sacs par an. M. Brando a invité les Membres à envisager de mettre en place des programmes nationaux ou régionaux d'augmentation de la consommation et il a relevé que les étapes nécessaires sont les enquêtes auprès des consommateurs ; les ateliers de préparation ; l'analyse des forces, faiblesses, possibilités et menaces (FFPM) ; les ateliers de conception des programmes ; et les ateliers de finalisation, comme la mobilisation des fonds et le recrutement de fournisseurs. Il a souligné l'importance de la structuration des programmes et a décrit les initiatives en cours au Mexique et en Inde, pays qui consacrent respectivement 11 millions et 15 millions de dollars à ces activités, ainsi que l'évolution de la situation en Colombie, à El Salvador, en Indonésie et au Nicaragua. A ce jour, l'investissement initial du Fonds de promotion (287 000 dollars) a attiré des investissements de 25 millions de dollars au bénéfice de programmes de promotion (il a été multiplié par 80) et des ressources supplémentaires sont en cours de mobilisation. Il est essentiel que les projets soient bien conçus pour attirer les investissements et le Guide séquentiel contient toutes les informations nécessaires pour aider les Membres à mettre en place leurs programmes. Le texte de l'exposé de M. Brando a été distribué à la réunion et est affiché dans la section Exposés techniques du site web de l'OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation/0708.htm>).

7. Le Comité a remercié M. Brando pour son exposé. Au cours des débats sur ce point, on a fait valoir que la promotion de la consommation dans les pays exportateurs encourageait une plus grande fermeté des prix, augmentait la demande et participait également au développement des industries nationales des pays producteurs, créant ainsi les possibilités d'une augmentation de leur part de la chaîne de valeur. L'augmentation de la consommation des pays producteurs bénéficie au secteur mondial du café.

Point 2.3 : Le café et la santé

8. Le Directeur exécutif a déclaré que le Comité consultatif du secteur privé (CCSP) avait examiné des rapports sur le programme *Positively Coffee* et sur Les professions de la santé – Programme d'éducation au café (HCP-CEP) à sa réunion du 24 septembre 2008. S'agissant du programme *Positively Coffee*, les Membres exportateurs ont décidé en mai 2008 de mettre à disposition une tranche supplémentaire de 50 000 dollars à partir du Fonds de promotion pour l'année caféière 2008/09. Il a informé les Membres que la coordinatrice, Mme Sylvia Robert-Sargeant, cesserait ses fonctions au sein des programmes le 30 septembre 2008.

9. Mme Robert-Sargeant a fait un exposé sur la situation de *Positively Coffee*. En septembre 2000, le CCSP a décidé que sa mission et son objectif essentiels étaient d'augmenter le volume et la valeur du marché mondial du café. L'une des contraintes est le lien qu'une partie de la population établit entre le café et certains problèmes de santé. Le CCSP a relevé qu'il existait des données scientifiques solides sur les bienfaits d'une consommation modérée de café et en janvier 2001 il a décidé de lancer au Royaume-Uni un projet pilote sur les antioxydants financé par l'Institut scientifique d'information sur le café (ISIC) et de nommer un conseiller extérieur. Le nom *Positively Coffee* a servi pendant toute la durée du projet pilote. Ses résultats ont été très positifs, avec une importante couverture médiatique, et les conclusions de l'étude ont été que les données scientifiques existantes pourraient être rassemblées et traduites pour constituer des documents donnant des informations positives destinées à un large public et intéressant les media. L'étape suivante fut de créer le Groupe de travail *Positively Coffee*. Les autres étapes significatives ont été notamment la création du Bulletin, la publication d'un manuel de "Directives à l'intention des utilisateurs" dans les quatre langues qui a été distribué à tous les Membres de l'OIC, le lancement du site web *Positively Coffee* dans les quatre langues et le financement de trois ans assuré par l'ISIC puis par le Fonds de promotion de l'OIC. Le texte de l'exposé de Mme Robert-Sargeant a été distribué à la réunion et est disponible sur demande auprès du Secrétariat.

10. Au cours des débats sur ce point, on a fait valoir que la profession médicale et les législateurs passaient en revue les méthodes de recherche et qu'il était de plus en plus important de faire preuve de rigueur dans les affirmations sur les bienfaits des produits. Il est à espérer que les programmes pourront être poursuivis à l'avenir. Le Comité a pris note de ces renseignements et a remercié Mme Robert-Sargeant pour son dévouement, son remarquable travail de mise en place de deux programmes sur le café et la santé et l'assistance qu'elle a fourni aux Membres pour qu'ils appliquent ces programmes à leurs pays.

Point 3 : Groupe directeur de la promotion

11. Le Directeur exécutif a déclaré que le mandat des membres du Groupe directeur de la promotion créé par le Comité de promotion en 2003 expirait en septembre 2008. Le Groupe s'est réuni pour la dernière fois en janvier 2007 et était composé de quatre Membres exportateurs (Brésil, Colombie, Côte d'Ivoire et Indonésie) et quatre Membres importateurs (CE - France, CE - Italie, CE – Royaume-Uni et Japon).

12. Le Comité a pris note de ces renseignements et a décidé que, des consultations complémentaires sur cette question étant nécessaires, ce point serait examiné par le Conseil.

Point 4 : Questions diverses

22^e Conférence de l'ASIC (Campinas, Brésil, 14 – 19 septembre 2008)

13. Le Directeur exécutif a déclaré qu'en mai 2008, les Membres exportateurs avaient décidé de verser une contribution de US\$10 000 à la 22^e Conférence internationale sur la science du café. L'Association pour la science et l'information sur le café (ASIC) a remercié l'OIC de cette contribution et le logo de l'Organisation figure dans la liste des parrains sur le site web de l'ASIC (www.asic-cafe.org/asic2008). Le Directeur exécutif a assisté à la Conférence où il a fait un exposé rendant hommage à la mémoire de l'ancien président du Comité de promotion, M. Ernesto Illy, et décrivant les activités de l'OIC comme les programmes sur le café et la santé et les projets de mise en valeur du café. Le Comité a pris note de ce rapport.

Point 5 : Date de la prochaine réunion

14. Le Comité a noté que la prochaine réunion du Comité de promotion aurait lieu pendant la 102^e session du Conseil dont la date sera confirmée par le Secrétariat en temps opportun.