



**Relatório do Comitê de
Promoção e Desenvolvimento de Mercado
sobre a reunião realizada em
19 de setembro de 2016**

Item 1:	Adoção da ordem do dia	2
Item 2:	Relatório sobre a reunião de 10 de março de 2016.....	2
Item 3:	Dia Internacional do Café	2
Item 4:	Pesquisa das Tendências Nacionais de Consumo de Café em 2016	3
Item 5:	Eventos do setor cafeeiro.....	4
Item 6:	Análise Estratégica.....	4
Item 7:	Outros assuntos.....	4
Item 8:	Data da próxima reunião.....	5

1. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado, presidido pela Sr.^a Vera Espíndola, do México, realizou sua 12.^a reunião em Londres, Reino Unido, em 19 de setembro de 2016.

Item 1: Adoção da ordem do dia

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento [PM-49/16 Rev. 1](#).

Item 2: Relatório sobre a reunião de 10 de março de 2016

3. O Comitê aprovou o relatório sobre a última reunião, realizada em 10 de março de 2016, que figura no documento [PM-48/16](#).

Item 3: Dia Internacional do Café

4. O Diretor-Executivo apresentou relatório sobre o vindouro Dia Internacional do Café de 2016. A campanha se concentraria no evento como uma celebração verdadeiramente global da jornada do café do cafezal à xícara. “Por amor ao café” seria o slogan da campanha, que proporcionaria uma oportunidade de homenagear os homens e mulheres que cultivam e colhem o café que os consumidores apreciam no mundo todo.

5. O Diretor-Executivo informou ao Comitê que, como meio de revigorar e fortalecer a marca do Dia Internacional do Café, um novo logo havia sido concebido, para uso como emblema em todos os materiais de marketing, mostrando uma xícara e gotas de café, com palavras nos quatro idiomas oficiais da OIC. Para atrair mais atenção dos internautas e usuários das redes sociais, o novo logo é uma animação.

6. Quando o Comitê se reuniu, faltavam duas semanas para o Dia. Notícias de 28 eventos em cerca de 20 países, haviam sido acrescentadas ao site dedicado ao Dia, e outras eram acrescentadas diariamente. Esses eventos, todos eles independentes, seriam promovidos por pessoas, empresas e organizações à volta do mundo. O site do Dia também fora reestruturado para a campanha de 2016, de maneira a adquirir uma aparência mais nova e profissional.

7. Na promoção da campanha, que vinha sendo conduzida em muitas redes sociais, eram usados quatro vídeos curtos, que apelavam diretamente ao setor no sentido de criar e apresentar à OIC os pormenores das respectivas comemorações do Dia de 2016. Os vídeos também se dirigiam aos consumidores de café, incentivando-os a visitar o site e a celebrar a ocasião. O Comitê assistiu ao vídeo mais longo da campanha de 2016 e se congratulou com a Secretaria pelo trabalho que havia investido nos preparativos para o Dia.

8. Em seus comentários sobre o Dia, a Chefe de Operações explicou que o papel da Secretaria e, portanto, o investimento financeiro tomavam a forma de quatro atividades:

- a) O site reestruturado, que doravante se usará ano após ano, para promover o Dia e servir como repositório dos materiais sobre os eventos celebrando o Dia que cheguem do mundo todo.
- b) O novo logo, compatível com a aparência e sensação do site reestruturado.
- c) Cinco novos vídeos – quatro vídeos promocionais curtos e um mais longo.
- d) Publicidade nas redes sociais.

9. Considerando os recursos da Secretaria, o foco deveria ser na campanha on-line, que tinha a possibilidade de alcançar milhares de pessoas, a um custo muito baixo. A Chefe de Operações, porém, mencionou que a Secretaria estaria examinando novos fluxos de receita, a fim de poder aumentar seu orçamento para o Dia. A criação de mais alianças e elos com o setor também poderia contribuir nesse sentido.

10. Ela sugeriu que, no futuro:

- a) O Dia Internacional do Café poderia se tornar o momento em que o setor cafeeiro divulgasse notícias de seu avanço rumo à sustentabilidade.
- b) A partir de 1.º de outubro a OIC se concentrasse em um tema de um ano para o setor.
- c) O Dia fosse usado para promover o consumo interno tanto nos países produtores quanto nos países consumidores.

11. A campanha para o Dia de 2017 levaria adiante as atividades realizadas nos dois anos anteriores e, em particular, procuraria expandir as alianças com o setor, incluindo o comércio varejista de café.

12. Um Membro comentou que a promoção do Dia nas redes sociais deveria ser feita e a OIC estar presente em feiras e eventos do café durante o ano todo. Além disso, ele também sugeriu a ideia de usar-se o Dia como plataforma para conscientizar o mundo todo das dificuldades que o setor cafeeiro está enfrentando.

Item 4: Pesquisa das Tendências Nacionais de Consumo de Café em 2016

13. O Diretor-Presidente da National Coffee Association of USA (NCA) apresentou os resultados do último estudo nacional sobre o consumo de café, divulgados não só em um relatório impresso, como também em um site exclusivo, de cujos dados os usuários poderiam se valer para gerar seus próprios relatórios, consoante os respectivos interesses. Do estudo, a NCA destilava conclusões como as seguintes: que a tendência geral do consumo fora ao declínio nos 65 últimos anos, mas que o consumo se estabilizara; que havia diferenças

consideráveis entre as gerações no tocante ao consumo; e que saber como o café era produzido era importante para seus consumidores. Uma cópia da apresentação está disponível no [site da OIC](#).

Item 5: Eventos do setor cafeeiro

14. O Comitê ouviu o Diretor-Executivo da Speciality Coffee Association of Europe (SCAE), que explicou a premissa subjacente ao “World of Coffee” e como, durante anos, esse evento cafeeiro se tornara o mais importante da Europa. Ele ressaltou a natureza ampla das atividades que se desenrolam na ocasião, mostrando que não se trata simplesmente de uma feira comercial, pois também abriga diversos outros eventos, tais como o Campeonato de Baristas, seminários educacionais, oportunidades sociais e, este ano — pela primeira vez —, um fórum de sustentabilidade. A apresentação, disponível no [site da OIC](#), contém cifras relativas aos resultados do evento.

15. O Comitê também ouviu o Diretor-Executivo da SCAE e o Diretor-Presidente da Specialty Coffee Association of America (SCAA) sobre a Re:co (abreviatura de "Regarding Coffee"), que substituiu o Simpósio da SCAA em 2015. Ele explicou que o objetivo do evento sempre era formular perguntas provocadoras, que conduzissem a debate entre os participantes, especialmente à margem da conferência principal.

16. A Chefe de Operações falou ao Comitê sobre as duas últimas sessões da série de eventos "Sessões do Café", que a OIC copromove com a SCAE. A primeira sessão fora sobre o gosto, o aroma e o sabor no desempenho sensorial, e a segunda sessão, sobre macro e microvariáveis na torra de café. Mais informações sobre as sessões, incluindo vídeos, podem ser encontradas no [site da OIC](#).

Item 6: Análise Estratégica

17. Os Membros tomaram nota dos resultados da Análise Estratégica enumerados no documento de trabalho [WP-Council 269/16 Rev. 1](#), dando especial atenção às recomendações relativas a promoção e desenvolvimento de mercado.

Item 7: Outros assuntos

18. A Presidente apoiou a sugestão de usar-se o Dia como plataforma para conscientizar acerca das dificuldades que o setor cafeeiro está enfrentando. No entanto, ela também mencionou sua crença de que esse papel cabia ao Comitê. O Comitê deveria ser usado como plataforma para dar voz a problemas dentro do setor cafeeiro e como espaço para compartilhar as questões envolvidas, podendo então ser usado para fazer lobby e defender as causas do setor.

19. Ela também pôs em relevo várias dificuldades que encontrara como Presidente do Comitê. Ela disse que o primeiro problema tinha a ver com os mandatos dos Presidentes. Nas sessões de março, todos eles são eleitos e espera-se que presidam sua primeira reunião sem ter tido tempo de se preparar. Em resultado, os Presidentes só têm as sessões de setembro para oferecer sua experiência ao Conselho. Ela sugeriu, para ajudar a melhorar esta situação, que o mandato dos Presidentes fosse prolongado para dois anos. Outro ponto que ela enfatizou foi a necessidade de os Membros designados para o Comitê participarem e se engajarem plenamente, não só durante as reuniões, como também entre elas. Ela frisou que a contribuição dos Membros do Comitê era vital para o preparo da ordem do dia, para as discussões durante as reuniões e, também, para as atividades que a Secretaria realiza em nome dos Membros.

Item 8: Data da próxima reunião

20. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado notou que sua próxima reunião seria realizada em Londres, Reino Unido, durante a 118.^a sessão do Conselho, no período de 13 a 17 de março de 2017.