



**Rapport de la réunion du Comité de promotion
et de développement des marchés
du 26 septembre 2017**

Point 1: Adoption de l'ordre du jour	2
Point 2: Rapport de la réunion du 15 mars 2017	2
Point 3: Plan d'action quinquennal de l'OIC.....	2
Point 4: Projets de promotion de la consommation.....	2
Point 5: Journée internationale du Café	4
Point 6: Membres et bureau du Comité de promotion et de développement des marchés...	4
Point 7: Questions diverses.....	4
Point 8: Date de la prochaine réunion	4

1. Le Comité de promotion et de développement des marchés, présidé par Mme Vera Espíndola Rafael (Mexique), a tenu sa 14^e réunion à Yamoussoukro (Côte d'Ivoire), le 26 septembre 2017.

Point 1 : Adoption de l'ordre du jour

2. Le Comité a adopté l'ordre du jour provisoire figurant dans le document [PM-53/17 Rev. 1](#).

Point 2 : Rapport de la réunion du 15 mars 2017

3. Le Comité a approuvé le rapport de la réunion du 15 mars 2017 figurant dans le document [PM-52/17](#).

Point 3 : Plan d'action quinquennal de l'OIC

4. Le Directeur exécutif a indiqué qu'au cours de l'année caféière précédente, le Groupe de travail sur l'examen stratégique, présidé par M. Aly Touré (Côte d'Ivoire), s'était réuni plusieurs fois afin de transformer les recommandations de l'examen stratégique en plan d'action quinquennal (document [WP-Council 280/17](#)). Le plan fournit l'orientation pratique des travaux de l'OIC et contient une série d'actions prioritaires visant à stimuler les programmes de promotion au moyen de partenariats public-privé, y compris la promotion efficace de la Journée internationale du Café, renforçant ainsi le statut de l'OIC en tant que principale organisation intergouvernementale du café, l'encouragement des actions liées à la promotion et à la consommation du café, et le renforcement des partenariats avec le secteur privé pour organiser des événements pertinents sur le café. Le Directeur exécutif a remercié tous les membres du Groupe de travail pour leur travail acharné.

Point 4 : Projets de promotion de la consommation

5. La Présidente a rappelé au Comité que l'un de ses objectifs était de promouvoir la consommation de café pour accroître la demande. Elle a déclaré que la consommation avait augmenté principalement sur les marchés traditionnels mais qu'une croissance dans les pays producteurs se faisait également sentir.

6. La déléguée du Mexique a présenté des infographies sur la consommation mexicaine de café soluble et torréfié et les tendances actuelles de la consommation, qui est en augmentation. L'accroissement du nombre des cafés locaux est d'une grande importance puisque 90% du café vendu dans ces magasins est cultivé au Mexique. La présentation a examiné la promotion par le pays des bénéfices du café pour la santé, sur la base d'études scientifiques, pour s'attaquer au mythe selon lequel le café pourrait être nocif. L'objectif de

la campagne est d'éduquer les gens au fait que boire du café avec modération est bénéfique. Les infographies sont disponibles en anglais et en espagnol et seront traduites en français et en portugais.

7. Lors d'une récente visite au Mexique, le Directeur exécutif a été le témoin de la vigueur du marché du café et a félicité le Mexique d'avoir augmenté sa consommation intérieure. Cette évolution positive a été encouragée par l'OIC en tant que facteur clé de la stabilisation du marché du café.

8. En réponse à des questions sur l'impact de cette croissance de la consommation sur les prix payés aux producteurs, la représentante du Mexique a indiqué que son pays était généralement influencé par son voisin, les États-Unis, où les cafés sont devenus très populaires. À Mexico, par exemple, les boutiques Starbucks et Juan Valdez se disputent les endroits stratégiques de la ville. La mode des cafés aide également les cafés indépendants à se développer et une chaîne mexicaine appelée "Cielito Querido Café" a ouvert plusieurs points de vente dans la ville. Les Mexicains sont très fiers de tous leurs produits, y compris le café, et elle a rappelé au Comité que le Mexique n'avait pas d'office du café et que c'était donc l'industrie elle-même qui était à l'origine de la promotion et des événements sur le café. Le Plan national mexicain pour le café a également aidé les producteurs à accroître la valeur ajoutée, en augmentant la consommation intérieure grâce à deux stratégies clés : augmentation des exportations en améliorant la qualité du Robusta et du café soluble ; et le fait que les consommateurs mexicains recherchent du café mexicain de haute qualité. Les prix sont compétitifs et de nombreux producteurs préfèrent vendre leur café sur le marché intérieur car ils peuvent tirer de plus grands bénéfices de la vente directe aux torréfacteurs du pays. Cette stratégie s'est avérée bénéfique pour les petits exploitants, en particulier à l'heure de la crise internationale des prix du café.

9. Le Directeur exécutif a saisi l'occasion pour rappeler aux Membres que depuis de nombreuses années l'OIC insiste sur l'importance de l'accroissement de la consommation intérieure dans les pays producteurs. Un bon exemple en est le Guide séquentiel de promotion de la consommation de café, qui est très complet et toujours valable et qui constitue un excellent point de départ pour toute campagne visant à accroître la consommation intérieure.

10. Il a été rappelé au Comité que les études menées par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) avaient validé les effets positifs du café sur la santé. Il est important d'informer les producteurs que leur culture est un produit très important et que boire du café est bon pour la santé.

Point 5 : Journée internationale du Café

11. Le Directeur exécutif a présenté un rapport sur la Journée internationale du Café qui est une initiative très importante de l'OIC visant à encourager les amateurs de café du monde entier à organiser leurs propres événements pour célébrer le café en utilisant les médias sociaux et le site Web dédié. La troisième édition de la JIC a pour thème "Du café pour vous et moi", en s'appuyant sur la capacité du café à rapprocher les familles et les amis ; ce thème a été choisi pour souligner l'importance du café pour les producteurs et les consommateurs. Il a ensuite présenté la vidéo de la campagne, qui a été bien accueillie par les membres du Comité.

12. Il a également indiqué que des dizaines de promotions dans des cafés et d'autres événements étaient organisés partout dans le monde. À ce jour, des informations sur des événements se déroulant dans plus de 30 pays ont été reçues et publiées sur le site Web de la JIC, ce qui est un signe de reconnaissance du fait que la JIC prend de l'importance. L'édition de cette année comprend également un concours de photos avec des prix en espèces dont les lauréats seront annoncés plus tard dans la semaine, pendant la session du Conseil.

13. Au nom de l'OIC, le Directeur exécutif a remercié l'Association japonaise du café (AJCA) pour son soutien financier et SAGARPA (Ministère de l'agriculture, de l'élevage, du développement rural, de la pêche et de l'alimentation du Mexique) pour son soutien logistique, qui ont rendu possible cet événement.

**Point 6 : Membres et bureau du Comité de promotion
 et de développement des marchés**

14. Les membres ont noté qu'il convenait d'examiner la composition du Comité ainsi que d'élire un nouveau président et vice-président pour l'année caféière 2017/18. Le Directeur exécutif a informé les Membres que le détail des procédures était donné dans le document [WP-Council 285/17](#).

Point 7 : Questions diverses

15. Aucune question n'a été soulevée au titre de ce point de l'ordre du jour.

Point 8 : Date de la prochaine réunion

16. Le Comité a noté que sa prochaine réunion se tiendrait pendant la 121^e session du Conseil qui aura lieu du 9 au 13 avril 2018.