



**Relatório sobre a 16.<sup>a</sup> reunião do Comitê de  
Promoção e Desenvolvimento de Mercado  
realizada em 19 de setembro de 2018**

Item 1:	Ação da ordem do dia.....	2
Item 2:	Relatório sobre a reunião de 11 de abril de 2018.....	2
Item 3:	Promoção do consumo.....	2
Item 3.1:	Dia Internacional do Café.....	2
Item 3.2	Caté colombiano: diferenciação, diferenciação, diferenciação .....	3
Item 3.3	Workshop de Divulgação sobre Café e Saúde: abril de 2018.....	4
Item 4:	Potencializando tecnologia para conectar produtores e torrefadores.....	4
Item 5:	Outros assuntos.....	5
Item 6:	Data da próxima reunião .....	5

1. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado, presidido pelo Sr. Mitsuhiro Takayanagi, realizou sua 16.<sup>a</sup> reunião na sede da Organização Marítima Internacional, em Londres, Reino Unido, em 19 de setembro de 2018.

**Item 1: Adoção da ordem do dia**

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento [PM-57/18 Rev. 1](#).

**Item 2: Relatório sobre a reunião de 11 de abril de 2018**

3. O Comitê aprovou o relatório sobre sua última reunião, realizada em 11 de abril de 2018, que figura no documento [PM-56/18](#).

**Item 3: Promoção do consumo**

**Item 3.1: Dia Internacional do Café**

4. O Chefe de Operações apresentou relatório sobre os preparativos para a campanha do Dia Internacional do Café deste ano, que se concentrava na comemoração das Mulheres em Café. Esse foco temático também fora escolhido para as atividades da OIC neste ano cafeeiro devido à importância crescente das mulheres em toda a cadeia de valor do café. O objetivo era contribuir para o empoderamento das mulheres, visando à igualdade de gênero e ao aumento da produtividade, da oferta e do consumo sustentável. Muitos dos tópicos ligados a esta questão foram explorados em detalhe no Workshop Temático: Mulheres em Café na segunda-feira, 17 de setembro de 2018, e era animador notar que a Organização Marítima Internacional estaria se concentrando no empoderamento das mulheres no setor marítimo como tema do Dia Marítimo Mundial do próximo ano.

5. A Secretaria da OIC produzira diversos materiais de apoio para a campanha, que incluía um vídeo em desenho animado, um concurso de fotos, pôsteres e cartões postais, além de acompanhamento nas redes sociais. Os ganhadores do concurso de fotos seriam anunciados no Conselho ainda durante a semana, e os delegados foram incentivados a votar por sua foto preferida no estande do Dia Internacional do Café, na sala dos delegados.

6. O vídeo da campanha fora bem recebido pelos delegados, e os Membros e observadores foram incentivados a ajudar a apoiar esse dia especial – realizando um evento, usando as hashtags #internationalcoffeeday/#womenincoffee para se comprometer a apoiá-lo nas redes sociais e tomando medidas mais concretas a nível de suas políticas nacionais. Além de um webinar sobre equidade de gênero no setor cafeeiro promovido em colaboração com a Plataforma Global do Café e representantes da Aliança Internacional das Mulheres do Café e da Parceria para a Equidade de Gênero, a OIC também estaria realizando

um evento em conjunção com a Embaixada do Brasil em 1.º de outubro, para reunir governos, o setor privado e os consumidores e lançar formalmente o estudo da OIC "Igualdade de gênero no setor cafeeiro". Finalizando, o Chefe de Operações externou um agradecimento formal à All Japan Coffee Association por seu apoio continuado à OIC e pelos recursos que tornaram possível a campanha do Dia Internacional do Café.

### **Item 3.2                    Café colombiano: diferenciação, diferenciação, diferenciação**

7.        Uma apresentação foi feita ao Comitê pelo Sr. Juan Esteban Orduz, Presidente da Colombian Coffee Federation, Inc., sobre os esforços de seu país para apoiar o crescimento do café colombiano através da diferenciação.

8.        Na Colômbia, o café estava entranhado na cultura e na vida nacional. Ele chegara à Colômbia em 1732 e, no começo, seu cultivo fora incentivado pela Igreja como meio de absolver pecados. Desse início de seu plantio há quase trezentos anos, o café se expandira a 900.000 hectares de terrenos hoje dedicados à cafeicultura. A visão dos cafeicultores se concretizou na formação da Federação Nacional dos Cafeicultores em 1927, para apoiar o fortalecimento e expansão do setor cafeeiro e a disponibilização de serviços de extensão, vigorosos até hoje. A diferenciação sempre fora o foco da Federação – e seus pilares principais são a qualidade e a produtividade – para se distinguir da concorrência.

9.        A Federação estabelecera seu primeiro armazém em 1929 e, para alcançar o grande mercado norte-americano, abriu seu primeiro escritório em Nova Iorque em 1930. Para promover a visibilidade do café colombiano, a Federação patrocinara uma expedição à Antártida com uma marca de café colombiano e, em 1938, fundara o Centro Nacional de Pesquisa Cafeeira (Cenicafé) para fomentar a pesquisa científica e a sustentabilidade do setor cafeeiro. Em busca de meios para tornar o setor financeiramente estável, a Federação criou o Fundo Nacional do Café, que destina uma porcentagem de cada exportação ao apoio da construção/manutenção de estradas, escolas, hospitais, promoção e publicidade.

10.      Para enfrentar o desafio dos preços baixos do café nos anos 50 e, novamente, apoiar a diferenciação do café colombiano, a marca "Juan Valdez" foi introduzida em 1960 como marca de qualidade para os consumidores e, ao mesmo tempo, garantir os preços pagos aos cafeicultores que produzissem café sob o nome de "Juan Valdez". O âmbito da marca foi ampliado para incluir o logo do "café 100% colombiano". Após a abolição do sistema de quotas e outra queda dos preços do café, a Federação outra vez recorreu à diferenciação e, desta vez, reconheceu a necessidade de criar valor agregado, através inclusive de cafés especiais, lançando casas de café "Juan Valdez" e promovendo café regionais. O Sistema de

Informação Cafeeira (SICA) fornecia à Federação informações acerca de todos os tipos de propriedades em que se produz café no país, para saber quem as possuía, quanto café produzir e como investir em cada região específica.

11. Quanto a medidas para o futuro, os consumidores cada vez mais se imbuíam de valores, e a Federação respondia a suas exigências em termos de investimentos e sustentabilidade. Só em 2018, os esforços da Federação nesse sentido lhe trouxeram um Prêmio de Definidor de Padrões da Aliança das Florestas Tropicais, a Medalha de Mérito em Liderança do Instituto da Qualidade do Café e o Prêmio de Sustentabilidade dos Cafés Especiais. O próximo passo ambicioso era alcançar a posição de primeira origem de café 100% sustentável do mundo. Por falta de tempo, o Sr. Orduz não pôde mostrar um vídeo aos Membros, mas tanto sua apresentação quanto o vídeo seriam postados no site da OIC.

### **Item 3.3 Workshop de Divulgação sobre Café e Saúde: abril de 2018, México**

12. O Comitê notou o relatório acerca do Seminário de Divulgação sobre Café e Saúde realizado na Cidade do México, durante a 121.<sup>a</sup> sessão do Conselho Internacional do Café, com o objetivo de compartilhar com os Membros as últimas novidades referentes ao consumo de café no contexto da saúde. Os integrantes do painel haviam incluído os seguintes: Dr.<sup>a</sup> Astrid Nehlig, Diretora de Pesquisa do Instituto Nacional de Pesquisa Médica, França; Sr. Bill Murray, Presidente e Principal Executivo da National Coffee Association, Estados Unidos; e Professor Rui Daniel S. Prediger, Laboratório Experimental de Doenças Neurodegenerativas, Departamento de Farmacologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

13. Os tópicos cobertos incluíam os efeitos benéficos do café para a saúde; quais as melhores maneiras de transmitir mensagens sobre a saúde em relação ao café; e o impacto do café sobre a saúde mental. No documento [PM-58/18](#) figura um resumo das apresentações e discussões do workshop. Os Membros foram convidados a apreciar o relatório e a considerar que medidas práticas o Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado poderia tomar para ajudar os países Membros da OIC a comunicar mensagens positivas referentes ao café e, com isso, expandir o consumo.

### **Item 4: Potencializando tecnologia para conectar produtores e torrefadores**

14. O Comitê também assistiu a uma apresentação do Dr. Raphael Studer, cofundador da Algrano – uma plataforma on-line estruturada com o propósito de facilitar a torrefadores e cafeicultores possibilidades de se conhecer, interagir e comprar/vender café verde. Hoje a rastreabilidade era importante para todos lados: os torrefadores queriam saber de onde vinha seu café, mas os cafeicultores também queriam saber para onde ia seu produto.

15. O Dr. Studer explicou que com uma equipe inicial de três pessoas em seu início, a Algrano agora tinha 15 funcionários, tendo decolado como organização no Brasil e no Chile. Inicialmente a Algrano recebera um prêmio de inovação técnica da SCAE, e agora estava trabalhando em parceria com a Fairtrade, que a promovia como sua plataforma predileta de vendas, já com mais de dois mil compradores em 13 países. Recentemente a Algrano formara uma parceria com o Conselho Salvadorenho do Café.

16. O Dr. Studer explicou que a Internet proporcionava uma tremenda oportunidade de ajudar os produtores a promover suas marcas. A plataforma oferecia uma transferência de conhecimentos eficiente e racionalizada dos mercados compradores e total transparência sobre preços nas duas direções para que torrefadores e produtores entendessem os custos na cadeia de valor. A plataforma também proporcionava a produtores e torrefadores um veículo para a comercialização da estória de seus cafés. A diferenciação agregadora de valor era importante para criar maior disposição de pagar um prêmio pelos cafés em questão, não só entre torrefadores mas também entre consumidores.

**Item 5: Outros assuntos**

17. Não havia outros assuntos de que tratar.

18. O Presidente agradeceu a todos os intervenientes e Membros do Comitê por suas contribuições.

**Item 6: Data da próxima reunião**

19. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado notou que sua próxima reunião se realizará em Nairóbi, Quênia, durante a 124.<sup>a</sup> sessão do Conselho.