



**Relatório sobre a 17.^a reunião do Comitê de
Promoção e Desenvolvimento de Mercado,
realizada em 27 de março de 2019**

Item 1:	Adoção da ordem do dia	2
Item 2:	Relatório sobre a reunião de 19 de setembro de 2018	2
Item 3:	Dia Internacional do Café.....	2
Item 4:	Promoção do consumo e desenvolvimento do mercado	3
Item 5:	Recomendação à 124. ^a sessão do Conselho Internacional do Café.....	5
Item 6:	Outros assuntos.....	5
Item 7:	Data da próxima reunião	5

1. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado, presidido por S. Ex.^a o Sr. Durga Bahadur Subedi, realizou sua 17.^a reunião no Kenyatta International Convention Centre, em Nairóbi, Quênia, em 27 de março de 2019.

Item 1: Adoção da ordem do dia

2. O Comitê adotou o projeto de ordem do dia que figura no documento [PM-60/19 Rev. 1](#).

Item 2: Relatório sobre a reunião de 19 de setembro de 2018

3. O Comitê aprovou o relatório sobre sua última reunião, realizada em 19 de setembro de 2018, que figura no documento [PM-59/18](#).

Item 3 Dia Internacional do Café

4. O Chefe de Operações apresentou relatório sobre os preparativos para a campanha do Dia Internacional do Café (DIC) deste ano, cujo foco mudara, para refletir a Resolução 465 sobre Níveis de Preços do Café, ou seja, para mostrar a realidade econômica do setor cafeeiro – do produtor ao consumidor final. A campanha seria parte de um plano de comunicação global mais amplo, ao qual a Resolução também aludia.

5. Em nome da Organização, o Chefe de Operações externou sinceros agradecimentos à All Japan Coffee Association por seu apoio financeiro continuado ao Dia Internacional do Café, mas disse que mais parceiros em desenvolvimento estavam sendo procurados. Até o momento, a Secretaria, conseguira se unir à illycaffè e à delegação da UE em Ruanda em apoio do preparo do vídeo que acompanharia a campanha e do lançamento de uma excitante nova iniciativa, envolvendo uma "sinfonia do café". Essa sinfonia, a ser executada em concertos e festivais em muitos países, incluiria árias compostas a partir dos sons do café, da produção ao consumo, transformadas em música através de amostragem eletrônica. Os sons seriam gravados em uma fazenda em Ruanda, e o primeiro concerto seria dado na mesma fazenda.

6. Os Membros, reconhecendo os esforços da Secretaria da OIC para implementar a Resolução 465, externaram seu apoio a esta proposta.

Item 4 Promoção do consumo e desenvolvimento do mercado

Item 4.1 Inovação e marketing integrativo, o motor do crescimento do mercado para o café sustentável. O caso do Colombia Toma Café

7. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado assistiu a uma apresentação da Sr.^a Ana Sierra – proprietária e chefe da Integrative Marketing – sobre a experiência e as lições do Colombia Toma Café, o Programa de Promoção do Consumo de Café da Colômbia.

8. A esse respeito, uma coalizão fundada pela Federação Nacional dos Cafeicultores da Colômbia, juntamente com a Nestlé, a Colcafé, a Casa Luker, o Café OMA, o Café Diamante e outros 25 torrefadores de diferentes estaturas, havia impulsionado o desenvolvimento do mercado de café na Colômbia, que crescera 36,1% em volume entre 2009 e 2015. A razão, segundo a Sr.^a Sierra, era o "marketing integrativo" feito ao longo de toda a cadeia de valor. Tratava-se de um processo de marketing e design em regime de colaboração, que, envolvendo uma rede de aliados, maximizava recursos e alcance em apoio de um crescimento sustentável. O processo de marketing integrativo incluía:

- Uma campanha promocional bem-sucedida, que, com um orçamento de US\$200.000, criara um retorno equivalente a US\$10 milhões em publicações editoriais.
- Uma novela radiofônica educacional, para promover vendas de café e boas práticas, transmitida a 150.000 pequenos cafés em toda a Colômbia.
- Um manual dirigido a proprietários de pequenos cafés, para melhorar a qualidade e aumentar as vendas do café preparado.
- Uma campanha pelos meios de comunicação de massa, com a participação de uma rede de 800 jornalistas da televisão, rádio e imprensa.
- Campanhas educacionais através de redes sociais, dirigidas aos jovens, para promover a cultura do café e seu consumo.
- Um serviço de comunicações denominado "Café Ciencia", para educar 24.000 profissionais da saúde e 120 jornalistas acerca de pesquisa em café, ajudando a dissipar mitos e promover os benefícios de tomar café para a saúde.
- Um programa educacional conduzido com o Serviço Nacional de Aprendizagem e a Câmara de Comércio, para treinar 20.000 jovens como baristas e modelos positivos, contribuindo para promover a demanda. Hoje o Serviço Nacional de Aprendizagem está treinando 2.500 baristas por ano na Colômbia, e 120 horas de treinamento como barista são parte do currículo seguido por 16.000 gestores de alimentação e de bares que se formam todos os anos.

9. Concluindo, a Sr.^a Sierra enfatizou a importância de promover o consumo de café, particularmente quando há crise, como na atual situação dos preços baixos do café, que na verdade poderia ser usada para alavancar o crescimento sustentável. Havia enorme potencial, sobretudo nos mercados emergentes como os da África, o continente mais jovem do mundo.

10. O Comitê tomou nota da apresentação sobre o Programa de Promoção do Consumo de Café da Colômbia, o Colombia Toma Café.

Item 4.2 O Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café nos Países Produtores da OIC na prática: lições e recomendações

11. Os Membros também assistiram a uma apresentação feita pelo Sr. Carlos Brando, na qualidade de Director da P & A Marketing, sobre sua experiência no desenvolvimento e uso do *Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café nos Países Produtores* da OIC.

12. Inicialmente lançado em 2004, o Guia se baseava em estudos de caso da promoção do consumo em diferentes países, retratando experiências tanto positivas quanto negativas. Desde então o Guia inspirara e fornecera metodologias para programas desenvolvidos em diversos países, entre os quais a Índia (2006), o México (2006), a Indonésia (2006), El Salvador (2007), a Costa Rica (2008/09) e a Colômbia (2010/16).

13. O Sr. Brando recomendava a atualização do Guia Detalhado, para incorporar as experiências tanto positivas quanto negativas dos programas acima, como também o fato de que o mundo e o setor cafeeiro haviam mudado significativamente. O mundo agora era digital, e o mercado cafeeiro, os métodos de preparo do café e a demografia haviam-se transformado, em termos de população, renda e idade. Outras tendências e oportunidades também existiam, como se constatava nos países onde o consumo vinha crescendo mesmo sem programas de promoção do consumo (por exemplo, China, Europa oriental, Indonésia, Federação Russa, Estados Unidos e Vietnã); e os consumidores estavam melhor informados, exigindo qualidade e atribuindo importância às origens e à sustentabilidade. Todos esses fatores precisavam ser analisados para que um novo Guia os levasse em conta, no qual, ao mesmo tempo, se deveria reconhecer que as mudanças vinham acontecendo de formas diferentes em países diferentes.

14. A importância do café para a saúde e o bem-estar também era um importante indutor da promoção do consumo, e os avanços da pesquisa precisariam ser parte de qualquer novo Guia. O Sr. Brando também propunha que a sustentabilidade fosse usada de modo positivo para conseguir o aumento do consumo. Não só em termos de seu conteúdo como de seu formato, o Guia precisaria ser mais moderno e acessível e valorizar a interatividade, mantendo-se atento ao consumidor final.

15. O Comitê tomou nota da experiência do Sr. Brando no desenvolvimento e uso do *Guia Detalhado para Promoção do Café nos Países Produtores*.

Item 5: Recomendação à 124.ª sessão do Conselho Internacional do Café

16. O Comitê concordou em realizar uma reunião intersessional entre abril de junho de 2019 para apreciar as ações necessárias para atualizar o Guia Detalhado da OIC e explorar outras ações pertinentes em matéria de promoção e desenvolvimento de mercado.

Item 6: Outros assuntos

17. Não havia outros assuntos na pauta.

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

Item 7: Data da próxima reunião

19. O Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado notou que sua próxima reunião se realizaria em Londres, Reino Unido, durante a semana da 125.ª sessão do Conselho Internacional do Café, em setembro de 2019.