"CAFÉS DO BRASIL": AJUDANDO A CONSTRUIR A BOA IMAGEM DO PAÍS

MARCOS MATOS
Diretor-geral do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFÉ)

A PESQUISA "Percepção do Agro Brasileiro na Europa: Alemanha, França, Reino Unido e República Tcheca", realizada pela OnStrategy – com coordenação da Biomarketing, patrocínio da Serasa Experian e apoio da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) –, identificou as percepções de cidadãos, jornalistas e distribuidores sobre o tema.

De 590 mil fontes entrevistadas, cerca de 57% dos europeus desconhecem o agronegócio brasileiro e apenas 11,2% o conhecem bem. A pesquisa revela que, embora o Brasil seja reconhecido como um importante fornecedor de alimentos, a sua imagem é afetada por questões ambientais e sociais, pois falta clareza sobre sustentabilidade.

A despeito desse cenário, o café brasileiro é o maior destaque na percepção europeia. De acordo com a pesquisa, com índices superiores a 75% de reputação positiva, o café puxa os indicadores do agro nacional para cima, com a Alemanha sendo o país que melhor o avaliou.

Nesse sentido, a marca Cafés do Brasil traz visibilidade positiva ao País, auxiliando o agro brasileiro a "ser conhecido e reconhecido" pela Europa. Conforme o estudo, trata-se de uma das soluções para o melhor diálogo com o consumidor e a efetividade da cooperação com agentes públicos e privados europeus.

Tal resultado é fruto de um trabalho de comunicação de longo prazo, desde as campanhas Cafés do Brasil nas décadas passadas até as iniciativas e as promoções de sustentabilidade realizadas recentemente.

Conforme observado por importantes organizações globais, como a Comissão Europeia, as ações do CECAFÉ são referências de *benchmark* para todas as cadeias produtivas do agronegócio nacional.

O Brasil é líder no fornecimento global de cafés sustentáveis, provendo um terço das compras de esquemas de sustentabilidade reconhecidos pela Plataforma Global do Café (GCP, na sigla em inglês), de acordo com o GCP Snapshot 2022. Entre 34 países de origem das compras de cafés de esquemas de sustentabilidade, o Brasil vendeu 533.295 toneladas, ou 33% do total de 1.606.909 toneladas declaradas.

Esse *case* é estruturado nas ações de promoção da imagem e da sustentabilidade realizadas em diversos fóruns globais, em que transmitimos a clara mensagem de que a cafeicultura brasileira está na vanguarda da sustentabilidade em tempos de práticas ESG (sigla em inglês para ambiental, social e governança corporativa) e que ela é um vetor de desenvolvimento e de progresso humano e ambiental nas regiões produtoras. ■

"...transmitimos a clara mensagem de que a cafeicultura brasileira está na vanguarda da sustentabilidade em tempos de práticas ESG (...) e que ela é um vetor de desenvolvimento e de progresso humano e ambiental nas regiões produtoras."

PLATAFORMA DE RASTREABILIDADE "CAFÉS DO BRASIL"

Também para ajudar a melhorar a percepção do agro brasileiro na Europa, trabalhamos a comunicação mais transparente e proativa sobre a origem controlada dos cafés do Brasil. O CECAFÉ lançou a Plataforma de Rastreabilidade "Cafés do Brasil" – desenvolvida pela Serasa Experian e conduzida pela entidade –, que conta com empresas nacionais, globais e cooperativas com representação majoritária das exportações para a União Europeia, bem como o apoio de importantes parceiros internacionais.

A ferramenta engloba inúmeros bancos de dados públicos que avaliam e monitoram questões socioambientais. A partir da geolocalização dos cafeicultores brasileiros, as avaliações são feitas com uma tecnologia de sensoriamento remoto, por meio de satélites, que revela índices de preservação florestal, culturas agrícolas no campo e análise de desmatamento, com avaliação imediata nas regiões produtoras.

Da plataforma, desponta a oportunidade do desdobramento de um Protocolo de Sustentabilidade "Cafés do Brasil", importante discussão para o segmento exportador, visto que a agenda de inovação e transformação digital é indissociável das estratégias de ganho de competitividade e reconhecimento dos avanços da sustentabilidade.

Fortalecer a marca do agro brasileiro como um todo, atuando proativamente na promoção da imagem e demonstrando a realidade por meio da rastreabilidade dos cafés brasileiros, é fundamental para comprovar a sustentabilidade e o compromisso dos exportadores de café do Brasil com os debates socioambientais globais, sendo o setor pautado por organização, união e eficiência.