

En action

Unis pour construire ensemble un système alimentaire résilient, durable, sûr et sain !

Avril 2022



Avant-propos 2

A la une 3

WUWM a participé à l'atelier régional «Leaving No Place Behind: Renforcer les liens entre zones urbaines et rurales en Afrique», un atelier régional dirigé par ONU-Habitat en Guinée Conakry

— Entretien 5

Grace Githiri, planificatrice urbaine et territoriale à ONU-Habitat, à propos de l'atelier régional

— Entretien 7

Boubacar Sidighi Diallo, représentant de la Guinée Conakry

— Entretien 9

Abdul Hussaini, représentant du Niger

Dans les faits 11

En point de mire: 12

Le Président de l'Union Mondiale et les Directeurs régionaux de la WUWM présentent leur plan d'action pour 2022!

— Entretien 12

Stéphane Layani, président de la WUWM: L'avenir des systèmes alimentaires

— Entretien 15

Fabio Massimo Pallottini, Directeur du groupe régional européen de La WUWM

— Entretien 17

Zengjun Ma, Directeur du groupe régional Asie-Pacifique de la WUWM

— Entretien 19

Arturo Salvador Fernández Martínez, Directeur du groupe régional des Amériques de la WUWM

— Entretien 23

Eva Marone, Directrice du groupe régional africain de la WUWM

Événements 25

Save the date et rejoignez-nous pour le lancement de la campagne «Love Your Local Market» (LYLM) qui aura lieu le 13 et 14 mai à Lisbonne!

Entretien 26

avec Joao-Tiago Carapau, Directeur général du groupe SIMAB (marchés de gros portugais)

Entretien 29

avec Jean-Paul Auguste, Directeur de WUWM Retail Group

Innovation 31

WUWM aux côtés des réfugiés ukrainiens

Dans le monde de WUWM 32



In a foreword

Chers lecteurs et lectrices,

Le Covid-19 a posé les prémises d'une nouvelle ère caractérisée par l'imprévisibilité. Dans ce nouveau monde façonné par la crise et l'imprévisibilité, nous n'avons pas d'autre choix que d'être extrêmement résilients et capables de nous adapter à des perturbations majeures, en développant des stratégies et des solutions à long terme à ces nouveaux défis complexes.

Depuis le début de l'année, les prix des denrées alimentaires sont montés en flèche à l'échelle mondiale en raison des perturbations de la chaîne d'approvisionnement mondiale, des conditions météorologiques défavorables et de la hausse des prix de l'énergie. La FAO vient de publier une étude montrant que les prix alimentaires sont à leur plus haut niveau depuis 2011! Ces augmentations imposent un lourd fardeau aux populations les plus pauvres du monde entier et menacent d'attiser les troubles sociaux.

La vulnérabilité accrue des chaînes d'approvisionnement due au changement climatique, l'impact de la pandémie de COVID-19 et les récents conflits comme la guerre d'Ukraine, appellent au développement de systèmes alimentaires robustes et territoriaux, qui puissent être résilients face à tous ces facteurs de risque.

2

L'importance des marchés de gros pendant la pandémie de COVID-19 a été déterminante pour minimiser les perturbations de la chaîne d'approvisionnement alimentaire et réduire la volatilité des prix. Plusieurs études des Nations Unies ont montré que les pays qui comptaient des marchés de gros ont moins souffert de perturbations de l'approvisionnement ou d'une crise alimentaire pendant la pandémie de Covid-19.

Durant cette période, les pays du monde entier ont pris conscience du rôle essentiel des marchés de gros pour assurer la sécurité alimentaire et la distribution résiliente des produits frais. À une époque où les gouvernements s'inquiètent du risque de pénurie alimentaire majeure et d'une future crise alimentaire, des chaînes d'approvisionnement en produits frais solides et localisées seront essentielles pour atténuer les perturbations. Les marchés de gros sont déjà montrés être des acteurs clés pour commercialiser de grandes quantités de produits frais à l'échelle nationale et régionale. Comme nos infrastructures regroupent un grand nombre de commerçants ayant de multiples fournisseurs, nos chaînes d'approvisionnement sont plus robustes que toutes les autres en cas de perturbation. La WUWM n'a jamais cessé de chercher des actions innovantes pour favoriser la coopération entre les acteurs afin de soutenir les solutions et faciliter la prise de décision rapide pour améliorer la sécurité alimentaire dans le monde.



À la fin du mois dernier, les membres du conseil d'administration de la WUWM se sont réunis à Paris pour la première réunion du premier conseil de l'année, où nous avons adopté le plan annuel 2022 pour notre organisation et ses plans stratégiques régionaux. Au cours de cette réunion, nous avons également ratifié notre engagement à faire de la WUWM une organisation leader pour favoriser la transition vers la durabilité de notre secteur.

Les défis que nous voulons relever exigent que tous les acteurs de la chaîne agroalimentaire travaillent ensemble selon une approche systémique. C'est pourquoi, dans les années à venir, nous nous engageons à renforcer les collaborations et à créer des coalitions afin d'assurer la transition vers des systèmes alimentaires durables, de favoriser la consommation de régimes alimentaires sains et de parvenir à un secteur alimentaire neutre en carbone.

Cette édition de «En Action» sera consacrée à partager avec vous plus en détail nos plans d'action régionaux pour 2022. Avec des objectifs mondiaux en tête, mais des spécificités pour chaque région - Europe, Asie, Afrique et Amériques avec des plans stratégiques locaux adaptés à sa situation géographique, sociale et économique. La WUWM est fière de présenter ces plans régionaux à travers les mots de leurs Directeurs régionaux. En outre, cette édition du bulletin d'information présente également les points forts de la prochaine campagne annuelle de la WUWM «Love Your Local Market» qui se concentrera cette année sur «Eat fresh, eat local». Vous trouverez également des articles sur notre participation à différents événements, tels que l'atelier régional africain d'ONU-Habitat et la foire agroalimentaire du Qatar.

Je suis convaincu que la transition vers des systèmes alimentaires durables doit figurer parmi les principales priorités de notre secteur pour les années à venir, les marchés de gros jouant un rôle clé dans sa réussite !

J'espère que vous êtes aussi enthousiastes que nous le sommes, et je vous remercie pour votre soutien et votre participation continue.

Cordialement,

Stephane Layani,
Président de la WUWM

A la une:

WUWM a participé à l'atelier régional «Leaving No Place Behind: Renforcer les liens entre zones urbaines et rurales en Afrique», un atelier régional dirigé par ONU-Habitat en Guinée Conakry.

L'Afrique est la région du monde qui s'urbanise le plus rapidement, mais le fossé entre les villes et les campagnes se creuse en même temps. En ce sens, il est essentiel de réduire ce fossé et les inégalités qu'il entraîne.

Le président de la WUWM, Stéphane Layani, et la Directrice régionale de la WUWM pour l'Afrique, Eva Marone, ont participé à l'atelier 4th du programme «Leaving No Place behind: Renforcer les liens entre zones urbaines et rurales en Afrique» qui s'est tenu en Guinée Conakry du 14 au 18 mars. L'atelier, qui était dirigé par ONU-Habitat et d'autres organisations telles que la FAO, l'UNCRD, le FIDA et l'UNECA, fait partie d'un projet global visant à développer les liens entre les villes et les campagnes dans quatre pays africains: Cameroun, Guinée Conakry, Nigeria et Tanzanie.

“L'Afrique est la région du monde qui s'urbanise le plus rapidement, mais le fossé entre les villes et les campagnes se creuse en même temps. En ce sens, il est essentiel de réduire ce fossé et les inégalités qu'il entraîne.”

Jusqu'à présent, d'importantes réalisations ont été atteintes, telles que la définition des pays cibles, la fixation des priorités de l'URL, suivie de la collecte et de l'analyse des données, l'établissement de recommandations politiques et l'organisation effective d'activités et d'initiatives de renforcement des capacités dans certains contextes. Plus précisément, le projet a présenté une série d'activités qui incluent le développement et la mise en œuvre d'outils, de méthodologies et d'autres instruments de connaissance utiles qui sont destinés à être partagés entre les participants des différents pays du projet. L'atelier régional a représenté l'activité finale du projet, afin de réunir les décideurs politiques des quatre pays, des pays voisins et des partenaires du projet pour partager leurs expériences depuis 2018 et discuter d'une stratégie efficace pour l'URL au niveau régional. Les ateliers comportent en fait une session de partage spécifique où le gouvernement de la Guinée, ONU-Habitat et d'autres partenaires ont pu présenter leurs initiatives et projets.

La WUWM a pris part à l'atelier grâce à la participation active de son président, Stéphane Layani, et de sa Directrice et chef du groupe régional africain, Eva Marone, qui ont tous deux prononcé des discours à cette occasion. M. Layani a souligné l'importance de structurer et de moderniser la chaîne d'approvisionnement alimentaire en Afrique afin d'assurer la sécurité alimentaire dans les décennies à venir. Il a souligné l'importance du programme URL dans la région africaine, une région qui est particulièrement confrontée à la perte de nourriture. M. Layani a souligné que «dans certains pays d'Afrique, les pertes alimentaires





atteignent presque 40 % de la production totale! C'est inacceptable, surtout quand on sait le nombre de personnes qui meurent de faim dans la région, les difficultés économiques rencontrées par les agriculteurs et la largeur des terres hautement dégradées. Les marchés de gros modernes sont des infrastructures essentielles pour garantir un environnement alimentaire durable. Ils regroupent les denrées alimentaires produites par des agriculteurs de toutes tailles, facilitant notamment l'accès au marché des petits et moyens agriculteurs par rapport aux autres acteurs. Ils peuvent également contribuer à réduire considérablement les pertes de nourriture, à renforcer les liens entre les zones rurales et urbaines, à favoriser les chaînes courtes et à stabiliser les prix, contribuant ainsi à une meilleure qualité de vie pour les agriculteurs et la population urbaine. Les entrepôts frigorifiques peuvent par exemple prolonger la durée de vie de certains produits de 2 à 20 jours».

4

Mme Eva Marone a souligné la nécessité d'une coopération solide entre le secteur privé et les politiques gouvernementales pour investir dans un secteur alimentaire frais efficace, moderne et structuré, seule solution possible pour atteindre la sécurité alimentaire et garantir que les populations urbaines croissantes auront accès à des régimes alimentaires sains, abordables, sûrs et diversifiés. Des investissements publics sont nécessaires pour développer toutes les infrastructures essentielles à la création d'environnements alimentaires territoriaux durables: «Les pays africains ont besoin d'un système logistique fiable, de lieux transparents où tout le monde peut commercer, de bonnes installations de stockage et du développement de la chaîne du froid».

Les marchés de gros peuvent jouer un rôle à cet égard, étant les infrastructures qui renforcent le lien entre les zones rurales et les villes: «les marchés de gros sont des plateformes d'échange entre les producteurs ruraux et les consommateurs urbains. En permettant aux petits et moyens agriculteurs d'accéder aux marchés et de vendre leurs produits, les marchés de gros maximisent leurs opportunités et assurent l'inclusion des communautés rurales», a souligné Mme Marone.

La WUWM se réjouit de coopérer avec la région africaine et de partager son expertise sur le secteur de la vente en gros. La WUWM est actuellement présente dans quelques pays africains, tels que l'Afrique du Sud et la Côte d'Ivoire, nous travaillons à accroître sa portée sur le continent et à développer une communauté fructueuse dans le secteur de l'approvisionnement en produits alimentaires frais grâce aux actions de notre groupe régional. Outre les partenariats et la coopération avec des organisations internationales telles que UN-Habitat, Eva Marone et Stéphane Layani ont conclu leurs interventions en invitant tous les acteurs intéressés à la première conférence régionale africaine de la WUWM, prévue en juin 2022.

“Dans certains pays africains, les pertes alimentaires atteignent près de 40% de la production totale! C'est inacceptable, surtout si l'on tient compte du nombre de personnes souffrant de la faim dans la région, des difficultés économiques rencontrées par les agriculteurs et de la largeur des terres fortement dégradées.”

Entretien

avec Grace Githiri, planificatrice urbaine et territoriale à ONU-Habitat, à propos de l'atelier régional.

Cet atelier était la quatrième partie d'un projet plus large appelé «Leaving No Place behind» qui vise à renforcer l'URL dans la région africaine, un programme qui a débuté en 2018. Pourriez-vous présenter brièvement le projet?

Le projet «Leaving No Place behind: Renforcer les liens entre zones urbaines et rurales en Afrique» avait pour objectif de soutenir quatre pays africains, le Cameroun, la Guinée Conakry, le Nigeria (État du Niger) et la Tanzanie (Zanzibar). Il s'agissait de renforcer les liens entre les villes et les campagnes et de combler le fossé entre les villes et les campagnes en améliorant les capacités des décideurs et des acteurs du changement à tous les niveaux, afin de recueillir et d'utiliser des données probantes pour promouvoir des cadres, des stratégies et des plans d'action intersectoriels et multiniveaux pour un développement territorial intégré et inclusif. Le projet a été mis en œuvre sous la direction d'ONU-Habitat avec des contributions coordonnées de la FAO, du CRDI, du FIDA et de la CEA, entre autres, dans les quatre pays.

Les liens entre les villes et les campagnes touchent une grande variété de domaines thématiques, de la planification régionale et territoriale au renforcement des petites villes et des villes intermédiaires, de la facilitation des flux spatiaux de personnes, de produits, de services et d'informations à la promotion des systèmes de sécurité alimentaire, pour n'en citer que quelques-uns. En raison de cette complexité, les stratégies de renforcement des liens entre zones urbaines et rurales doivent être élaborées dans le cadre d'une approche intersectorielle, à différents niveaux de gouvernement - national, régional et local - et avec la participation de nombreuses parties prenantes telles que les différentes agences des Nations Unies, les partenaires de développement internationaux et locaux, la société civile, les entreprises du secteur privé et les universités. L'intégration des aspects liés aux liens entre zones urbaines et rurales dans les cadres nationaux

et régionaux, tels que les politiques urbaines nationales, favoriserait un dialogue entre les gouvernements nationaux, les autorités régionales et/ou locales et les parties prenantes concernées, ainsi qu'entre les pays participants.

Pouvez-vous nous dire quelles sont les réalisations et les progrès accomplis jusqu'à présent?

Quelques-unes des principales réalisations:

- Quatre ateliers régionaux
- Plus de 15 ateliers et réunions de parties prenantes au niveau national
- Plus de 20 matériels/rapports de connaissance réalisés
- Plus de 1500 parties prenantes impliquées dans les activités du projet et amélioration des capacités en matière d'URL.
- Élaboration et publication de deux recueils d'études de cas sur les liens entre zones urbaines et rurales.
- Une boîte à outils sur les liens entre zones urbaines et rurales, utilisée dans le cadre du projet, sera bientôt publiée.
- La partie 1 du cours d'apprentissage électronique de l'URL, développée à partir des succès du projet, sera bientôt disponible au public.

Pourriez-vous nous faire part des principaux obstacles rencontrés par les pays participants et de certains des enseignements tirés au cours de ces années de travail ?

Le Covid-19 a été un obstacle majeur auquel tous les pays du projet ont été confrontés et qui a entravé la mise en œuvre des activités, en particulier les réunions et les activités de collecte de données qui impliquent une interaction physique. Cela a également conduit à un changement de priorités des parties prenantes vers les crises sanitaires et les interventions réelles pour résoudre les problèmes qui en découlent.

L'inadéquation des données désagrégées a également constitué un obstacle majeur dans la mesure où la plupart des pays et la limitation des fonds n'ont pas pu permettre la collecte et la mise à jour de données globales pour les pays respectifs. Des recommandations ont été faites aux bureaux statistiques impliqués dans les futurs recensements et collectes de données afin de désagréger les données par zones urbaines et rurales entre autres paramètres.





Restructuration du gouvernement, par exemple en Guinée, qui a eu lieu en septembre 2021, l'impact a été de courte durée et les activités du projet ont été retardées.

Quels sont les points les plus critiques sur lesquels il faut insister si l'on veut parvenir à «ne laisser aucune place derrière» dans les systèmes alimentaires selon le programme ?

Un point essentiel qui est ressorti du projet et des discussions de l'atelier est la nécessité de relier les producteurs alimentaires aux consommateurs (urbains). Les activités qui se déroulent entre ces deux acteurs extrêmes de l'alimentation sont essentielles et font partie intégrante de la garantie que les espaces et les communautés urbaines et rurales en bénéficient. Ces activités sont facilitées par des infrastructures telles que les routes, les marchés et la technologie qui facilitent les liens entre les producteurs et les consommateurs.

6

Pouvez-vous nous faire part des principaux résultats de ce 4ème atelier ?

Le principal résultat de cette réunion a été le consensus significatif des pays participants au projet sur la nécessité de prendre des mesures urgentes pour intégrer les liens entre zones urbaines et rurales dans la planification et la politique. Ils ont également recommandé aux autorités locales et nationales d'investir dans l'amélioration de la circulation des denrées alimentaires, notamment par le biais d'infrastructures pertinentes reliant les zones urbaines et rurales.

“Les efforts visant à réduire l'écart entre les zones urbaines et rurales en Afrique nécessitent des efforts conjoints de la part des agences et des parties prenantes à tous les niveaux et dans différents secteurs.”

Pour faire écho aux propos de M. Layani et de Mme Marone dans leurs discours de présentation, l'Afrique est la région du monde qui s'urbanise le plus rapidement et dont la population croît le plus vite, avec des chiffres qui devraient augmenter dans les 15 prochaines années. Toutefois, l'écart de développement entre les zones rurales et urbaines devrait également s'accroître. Comment comptez-vous empêcher cela ?

La fracture entre les villes et les campagnes est une réalité à laquelle les gouvernements d'Afrique devront faire face. L'urbanisation rapide, due à la migration rurale-urbaine, exerce une pression énorme sur les villes (principales). Les grandes villes et les zones métropolitaines se développent déjà de manière non planifiée et étendent leurs frontières aux zones périurbaines, aux zones rurales environnantes et à l'arrière-pays. Lorsqu'elles s'étendent de manière aussi anarchique, les villes consomment dans certains cas des terres agricoles précieuses (situées à proximité). Des écosystèmes fragiles sont transformés en zones urbaines, ce qui a un impact sur les ressources écologiques telles que les cours d'eau, les pêcheries et les forêts. Les efforts visant à réduire le fossé entre les villes et les campagnes ne sont pas une tâche qu'une seule agence ou institution pourrait accomplir en un jour. C'est une réalité que l'Afrique exigerait des efforts conjoints de la part d'agences et de parties prenantes à tous les niveaux et de différents secteurs travaillant dans le continuum urbain-rural. Ces efforts vont de la mise en place de cadres politiques, législatifs, de planification et de gouvernance efficaces à l'allocation délibérée de ressources financières et à la mise en œuvre des stratégies.

Selon vous, quel pourrait être le rôle des marchés de gros pour favoriser l'URL ?

Les marchés de gros alimentaires sont le premier endroit où les aliments provenant des producteurs et des distributeurs atterrissent dans la plupart des contextes avant d'atteindre le consommateur. Ils font donc partie intégrante du lien entre les producteurs ruraux et les consommateurs urbains.

Entretien

avec Boubacar Sidighi Diallo, représentant de la Guinée Conakry.

Pourriez-vous présenter brièvement les raisons pour lesquelles votre pays a décidé de participer à ce projet et quels sont les principaux résultats du projet global pour votre pays?

L'objectif de ce projet est d'aider les pays africains à renforcer les capacités des acteurs publics et privés impliqués dans la conduite des politiques, stratégies et plans. L'objectif principal est de mieux comprendre la relation ville-campagne et de trouver les moyens de mieux intégrer cette relation dans la conception, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation des documents de planification.

7

La Guinée a rejoint ce projet par nécessité car, comme beaucoup d'autres pays, notamment en développement, elle est confrontée à une urbanisation galopante dont on connaît les conséquences (étalement urbain, apparition de quartiers précaires, perte de terres agricoles, etc.) et à la mise en œuvre de politiques socio-économiques loin d'être inclusives et durables (exode rural, destruction des écosystèmes naturels, isolement des zones rurales, etc.)

La Guinée a sans doute aussi saisi une opportunité avec la relance de la planification urbaine grâce à l'appui d'ONU-Habitat, dont ce projet est d'ailleurs l'une des composantes.

En termes de résultats obtenus, nous pouvons noter:

- L'examen des cadres, politiques, stratégies et plans axés sur les relations entre les villes et les campagnes;
- L'organisation de plusieurs ateliers pour sensibiliser et renforcer les capacités des acteurs publics et privés (cadres et agents de l'administration, membres de la société civile, chercheurs, partenaires techniques et financiers, etc.) sur l'importance des relations ville-campagne, mais aussi et surtout sur la collecte et l'interprétation des données.
- La définition partagée des priorités nationales (infrastructures et transports, services sociaux de base, activités économiques, environnement) sur les relations ville-campagne ainsi que des recommandations pour la mise en œuvre des cadres, politiques, stratégies et plans;
- Le partage de cette expérience de la Guinée avec les pays dans lesquels ce projet URL a été mis en œuvre, à savoir le Cameroun, le Nigeria et la Tanzanie. Disons qu'il y a eu un apprentissage partagé des réalités des relations ville-campagne dans ces différents pays et des enjeux de développement qui y sont liés.

Pourriez-vous nous faire part des principaux obstacles auxquels votre pays a été confronté et de certains des enseignements tirés au cours de ces années de travail?

On peut dire que les obstacles majeurs ne sont pas spécifiques à la Guinée, l'avancée du projet ayant été fortement ralentie par la Covid-19, avec son lot d'interdictions. Ces années de travail ont montré qu'il y a un intérêt en Guinée à travailler sur ce thème des relations ville-campagne avec un réel besoin de formation et de renforcement des capacités des personnes en charge de la conduite des cadres, politiques, stratégies et plans.

“La Guinée a rejoint ce projet par nécessité car, comme de nombreux autres pays, elle est confrontée à une urbanisation galopante dont on connaît les conséquences.”





Les enjeux sont importants (cohésion territoriale, transport et transformation des produits agricoles, sécurité alimentaire, promotion de l'accès aux droits pour tous les citoyens urbains et ruraux, etc.) et les défis sont immenses mais pas insurmontables (formation et renforcement des capacités, production de données, etc.), à condition qu'il y ait une réelle volonté politique à tous les niveaux en investissant massivement dans les priorités nationales définies lors de la mise en œuvre de ce projet

Quels sont les points les plus critiques sur lesquels il faut insister dans votre pays si nous voulons parvenir à «ne laisser aucun endroit derrière» dans les systèmes alimentaires selon le programme?

8

En termes d'inclusion dans les systèmes alimentaires, il est déjà important d'investir dans la construction et la réhabilitation des voies de communication (routes, pistes rurales et communautaires, ouvrages de franchissement), dans les aménagements hydro-agricoles pour faciliter la production et le transport des produits agricoles. La transformation de ces produits agricoles est essentielle pour améliorer les revenus ruraux et augmenter la valeur ajoutée. A cela s'ajoute la construction et l'équipement d'espaces (marchés de gros et de détail, etc.) répondant aux normes techniques et sanitaires pour écouler cette production agricole et locale.

“La clé est d'assurer la disponibilité de produits de qualité en quantité suffisante pour les consommateurs finaux à l'échelle du marché national, ce qui nécessite l'optimisation des systèmes de production, de transport, de stockage et de distribution.”

La clé est d'assurer la disponibilité de produits de qualité en quantité suffisante pour les consommateurs finaux à l'échelle du marché national, ce qui nécessite l'optimisation des systèmes de production, de transport, de stockage et de distribution.

Pouvez-vous nous faire part des réalisations et des progrès accomplis à ce jour?

L'atelier régional a permis de partager les expériences des 4 pays cités avec des priorités communes, notamment les infrastructures et les transports, et la nécessité de promouvoir la recherche et le développement sur le continent africain sur les relations ville-campagne. Et c'est bien là tout l'intérêt de la collaboration entre ONU-Habitat et l'Université de Nairobi pour développer la recherche et la formation sur les relations ville-campagne. Pour l'instant, avec l'appui technique d'ONU-Habitat, chaque pays travaille à formuler ses propres perspectives pour donner suite à la phase pilote de ce projet. Ce travail pourrait être partagé ultérieurement.

En ce qui concerne spécifiquement la Guinée, un travail important pourrait être entrepris avec la WUWM, par exemple, sur une étude en collaboration avec UN-Habitat sur l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement de certains produits essentiels à la sécurité alimentaire du pays. Cette étude pourrait déboucher sur un plan de développement à l'échelle nationale des marchés de gros de différents produits pour permettre un approvisionnement régulier en quantité pour tous à l'échelle nationale. A mon avis, il y a beaucoup à explorer ici et votre expérience dans différents pays et continents peut aider à structurer cette réflexion dans une logique d'optimisation des canaux de distribution à l'échelle nationale. En tout cas, il est devenu évident que les marchés sont des tampons entre les villes et les campagnes, de véritables connecteurs entre les zones urbaines et rurales.

Entretien

avec Abdul Hussaini représentant du Niger

Pouvez-vous nous dire brièvement pourquoi votre pays a décidé de se joindre à ce projet et quels sont les principaux résultats du projet mondial pour votre pays?

L'État du Niger a participé au projet de l'UNDA «Leaving No Place behind» dans le cadre de la collaboration en cours entre le gouvernement de l'État du Niger et ONU-Habitat dans la mise en œuvre du Programme de soutien urbain de l'État du Niger (NSUSP). Ce projet fait partie de l'engagement du gouvernement de l'État à créer des villes compactes, connectées, socialement inclusives et autonomes, avec une composante axée sur le renforcement des liens entre les espaces urbains et ruraux en vue de combler les écarts de développement entre les zones urbaines et rurales, de favoriser le continuum urbain-rural, etc.

Suite à une série d'activités et de sessions techniques au cours d'engagements nationaux et régionaux, les résultats enregistrés dans l'État du Niger sont les suivants: sensibilisation accrue à l'importance du continuum urbain-rural ; augmentation de la capacité de collecte de données fiables pour une prise de décision fondée sur des preuves afin de relever les défis urbains et régionaux ; formulation de politiques et de stratégies fondées sur des preuves pour renforcer les liens urbains-ruraux et améliorer les moyens de subsistance des populations urbaines et rurales et renforcer leur développement économique et social.

Pourriez-vous nous faire part des principaux obstacles rencontrés par votre pays et de certains des enseignements tirés au cours de ces années de travail?

Certains des obstacles rencontrés dans la mise en œuvre du projet sont les suivants: des ressources financières inadéquates: pendant la période du projet, l'équipe du projet URL de l'État du Niger a manqué de ressources financières pour faciliter la collecte de données et d'autres activités, ce qui a toutefois retardé les activités du projet.

Un autre obstacle imprévu mais redoutable a été l'apparition de la pandémie de Covid-19 et l'insécurité croissante dans l'État, qui ont limité la fréquence et le niveau des engagements physiques pendant le projet. Bien que la méthode hybride ait été employée pour s'assurer que le projet continue à fonctionner et pour garantir l'inclusion et la transparence pendant le projet.

Quels sont les points les plus critiques sur lesquels il faut insister dans votre pays si l'on veut parvenir à «ne laisser aucune place derrière» dans les systèmes alimentaires selon le programme?

Compte tenu des réalités sur le terrain, les éléments suivants sont essentiels pour parvenir à «ne laisser aucune place de côté»:

- Mise en place d'infrastructures telles que des routes de desserte, des ponts et des traversées de rivières, des télécommunications pour améliorer le flux d'informations et de marchandises et un meilleur accès aux marchés, ainsi que la mise à disposition d'entrepôts pour le stockage des produits agricoles.
- Fourniture d'un soutien aux agriculteurs en termes d'intrants agricoles tels que des semis améliorés, des engrais et des pesticides, des services de vulgarisation agricole, etc.
- Mise en place d'une plateforme pour faciliter la liaison directe entre les agriculteurs ruraux et les marchands/marchés, et pour faciliter la circulation des marchandises de l'exploitation rurale aux consommateurs.





Pouvez-vous nous dire quelles sont les réalisations et les progrès accomplis jusqu'à présent?

Les réalisations du projet dans l'État du Niger sont les suivantes:

- Création d'un groupe de travail sur les URL.
- Examen des politiques pertinentes pour le projet URL de l'État du Niger.
- Organisation d'un atelier de renforcement des capacités sur la collecte de données à l'aide de techniques numériques (formation à l'outil kobo) et préparation du rapport de l'atelier.
- Collecte et analyse de données basées sur les défis prioritaires de l'URL de l'État du Niger.
- Préparation du rapport d'analyse situationnelle de l'URL de l'État du Niger.
- Organisation d'un atelier de validation des résultats du projet URL de l'Etat du Niger.
- Préparer la note de politique URL de l'État du Niger.

Pouvez-vous nous faire part des principaux résultats de ce 4ème atelier?

Les principaux résultats du 4th et de l'atelier de clôture sur l'URL par ONU-Habitat, qui a eu lieu à Conakry, en Guinée, du 15th au 18th mars 2022, sont les suivants:

- Les pays ont échangé leurs connaissances sur le processus de mise en œuvre du projet «Leaving no behind».
- Les pays ont développé et discuté d'une intervention post-projet et d'une structure de gouvernance multi-niveaux pour ne laisser aucun endroit derrière eux.
- Les pays étudient les possibilités de partenariat avec d'autres partenaires de développement des Nations unies

“Les marchés de gros, basés sur les travaux de l'Union mondiale des marchés de gros (WUWM), sont les mieux placés pour favoriser les liens entre les zones urbaines et rurales en mettant en relation les agriculteurs et les consommateurs.”

Pourriez-vous présenter le projet qui a été sélectionné pour votre pays. Quand sera-t-il développé?

Le projet immédiat de renforcement des systèmes alimentaires dans l'État du Niger est la FOURNITURE D'INFRASTRUCTURES ET DE SERVICES RURAUX (route, entrepôt, électricité). La mise en œuvre du projet débutera en 2023 et le projet devrait permettre de ;

- protéger les agriculteurs de l'exploitation (par les intermédiaires)
- éliminer les pertes de nourriture
- augmenter le retour sur investissement, et
- améliorer l'accessibilité du marché

Selon vous, quel pourrait être le rôle des marchés de gros pour favoriser l'URL et de quelle manière pensez-vous que nous pourrions travailler ensemble?

L'un des principaux avantages de la participation de l'État du Niger au projet URL est la compréhension du caractère flou du fossé urbain-rural. Si nous voulons atteindre l'objectif de ne laisser personne derrière et aucun espace derrière, le concept URL est le plus approprié. Le scénario actuel, commun à la plupart de nos communautés, entre les agriculteurs et les consommateurs ou le marché va à l'encontre des intérêts de l'agriculteur rural. Les marchés de gros, basés sur le travail de l'Union mondiale des marchés de gros (WUWM), sont les mieux placés pour favoriser les liens entre les zones urbaines et rurales en reliant les agriculteurs (principalement dans les zones rurales) et les consommateurs (habitants des villes), réduisant ainsi la distance entre les deux extrémités et améliorant leurs revenus. La WUWM peut servir de catalyseur pour améliorer le niveau de vie de nos agriculteurs dans les villages et garantir que les citadins ont accès à des produits frais provenant de la source dans les villages. La WUWM peut aider à éduquer les agriculteurs sur les avantages des techniques agricoles modernes à haute valeur ajoutée, comme l'agriculture biologique, en particulier dans les pays en développement de l'Afrique subsaharienne.

Dans les faits:

- Les perturbations de la chaîne d'approvisionnement dues au COVID-19 avaient déjà exacerbé l'insécurité alimentaire pour 821 millions de personnes affamées dans les pays à faible revenu.
- En 2022, les prix des denrées alimentaires ont grimpé à leur plus haut niveau depuis 2011, selon un indice alimentaire mondial de la FAO.
- Selon une étude que la FAO vient de publier, les prix des denrées alimentaires ont augmenté de 20,7 % par rapport à l'année dernière.
- Le FMI prévoit que les prix alimentaires mondiaux augmenteront de 4,5 % en 2022 et diminueront légèrement en 2023.
- L'augmentation des prix des denrées alimentaires a contribué à une hausse générale de l'inflation alors que les économies se remettent de la crise du coronavirus. La FAO a mis en garde contre la hausse des coûts qui met en danger les populations les plus pauvres dans les pays dépendant des importations.
- L'Ukraine et la Russie représentent environ 80 % des exportations mondiales d'huile de tournesol, l'une des principales huiles végétales, et 29 % de toutes les exportations de blé.
- Cette augmentation des prix des denrées alimentaires sera ressentie plus fortement dans les pays les plus pauvres, où l'alimentation représente jusqu'à la moitié du budget des ménages, contre moins de 15 % dans les pays développés.
- Les chocs sur l'énergie, les denrées alimentaires et les autres produits de base font grimper l'inflation de la zone euro à plus de 4 % en 2022, contre 2,5 à 3 % en 2021.

“En 2022, les prix des denrées alimentaires ont grimpé à leur plus haut niveau depuis 2011, selon un indice alimentaire mondial de la FAO.”

En point de mire:

Le président de l'Union Mondiale et les Directeurs régionaux de la WUWM présentent leur plan d'action pour 2022!

12

Lors de la dernière réunion du conseil d'administration de la WUWM, qui a eu lieu le 24 février, le président et les Directeurs régionaux ont présenté leur plan de travail pour 2022, qui a été approuvé par tous les membres du conseil. Nous les avons interviewés afin de partager avec vous les principaux points du plan de travail de la WUWM pour 2022!

Stéphane Layani, président de la WUWM: L'avenir des systèmes alimentaires

La pandémie de Covid-19 a changé le visage des systèmes alimentaires et des économies. Quel est le message que la WUWM veut partager avec le monde?

Ces dernières années, la pandémie a fait apparaître de nombreux défis pour le monde entier et a affecté tous les aspects de la vie humaine: les inégalités se sont accrues et les vulnérabilités de divers aspects de notre système ont été mises en évidence. Le secteur alimentaire a également été déstabilisé par la pandémie, ce qui a mis en évidence l'urgente nécessité de favoriser des systèmes alimentaires plus résilients et durables, abordables et équitables. Il ne



fait aucun doute que depuis la pandémie, la sécurité alimentaire est devenue un sujet majeur dans les agendas politiques du monde entier. Ce regain d'intérêt pour le sujet représente une opportunité pour notre secteur de subir toute la restructuration nécessaire afin de renforcer la résilience des systèmes alimentaires tout en devenant également irréprochable en termes de durabilité.

La WUWM a toujours œuvré pour promouvoir la transition vers des systèmes alimentaires durables, ainsi que la disponibilité et l'accessibilité financière de régimes alimentaires sains basés sur des aliments frais pour toutes les communautés du monde. Depuis l'année dernière, notre organisation a pris l'initiative d'adopter également parmi nos priorités de soutenir la transition vers un secteur alimentaire neutre en carbone. Cette année, notre objectif est de travailler à deux niveaux différents: d'une part, encourager l'action régionale et, d'autre part, faire partie des acteurs qui favorisent une approche systémique dans notre secteur, c'est-à-dire agir comme un fédérateur de la grande diversité des acteurs du secteur des aliments frais. De manière concrète, nous le faisons déjà dans nos marchés de gros. Souvent des infrastructures publiques, ou avec une grande majorité de services publics parmi nos parties prenantes, nos marchés ont une mission sociale: assurer la disponibilité des aliments frais et la sécurité alimentaire. Au niveau national, nos infrastructures réunissent la plupart des acteurs de l'écosystème des aliments frais (agriculteurs, négociants, logisticiens, start-ups, municipalités, gouvernements, syndicats, etc.)

Si l'année dernière, toutes les tendances montraient que la consommation d'aliments frais allait fortement augmenter dans les années à venir dans le monde entier, cette année, les organisations internationales, les banques de développement internationales et les gouvernements du monde entier ont souligné la nécessité de faire évoluer les systèmes alimentaires vers la durabilité, ce qui signifie notamment favoriser la disponibilité et la consommation de produits frais. Parallèlement à la vulnérabilité croissante des chaînes d'approvisionnement due au changement climatique, à l'impact de la pandémie de COVID-19 et à l'effet des conflits, des systèmes alimentaires territoriaux forts seront essentiels pour réduire les chocs externes. Le rôle des marchés de gros modernes en tant qu'infrastructures essentielles pour assurer la sécurité alimentaire, réduire l'empreinte écologique du secteur alimentaire et promouvoir des régimes alimentaires meilleurs et plus sains est sans aucun doute central dans ce contexte.

Pourriez-vous partager avec nos lecteurs votre vision de l'Union mondiale des marchés de gros? Comment voyez-vous l'avenir de l'alimentation et quel rôle les marchés de gros joueront-ils dans cet avenir?

13

Je pense que la transition vers des systèmes alimentaires durables devrait figurer parmi les principales priorités de notre secteur pour les années à venir, et je crois que les marchés de gros peuvent jouer un rôle clé dans la réussite de cette transition en rassemblant les acteurs les plus importants de la chaîne de valeur des aliments frais dans le monde. Ensemble, nos marchés distribuent environ 50% des aliments frais distribués dans le monde! En ce sens, notre organisation est une plateforme unique qui rassemble 220 acteurs du secteur des produits frais, principalement les marchés de gros, mais aussi les marchés de détail et les parties prenantes du secteur des produits frais dans le monde entier, sa portée et son potentiel sont énormes! C'est pourquoi je souhaite que notre organisation devienne l'épine dorsale de notre secteur pour mener la transition du secteur des aliments frais vers la durabilité et vers des systèmes alimentaires plus sains et plus résilients dans le monde entier. Les défis que nous voulons relever exigent que tous les acteurs de la chaîne agroalimentaire travaillent ensemble. C'est pourquoi je me réjouis dans les années à venir de renforcer les collaborations et de construire des coalitions avec tous les acteurs qui souhaitent être des acteurs clés de cette transition et qui partagent nos valeurs.

Je crois que pour réussir la transition des systèmes alimentaires, nous devons adopter une nouvelle

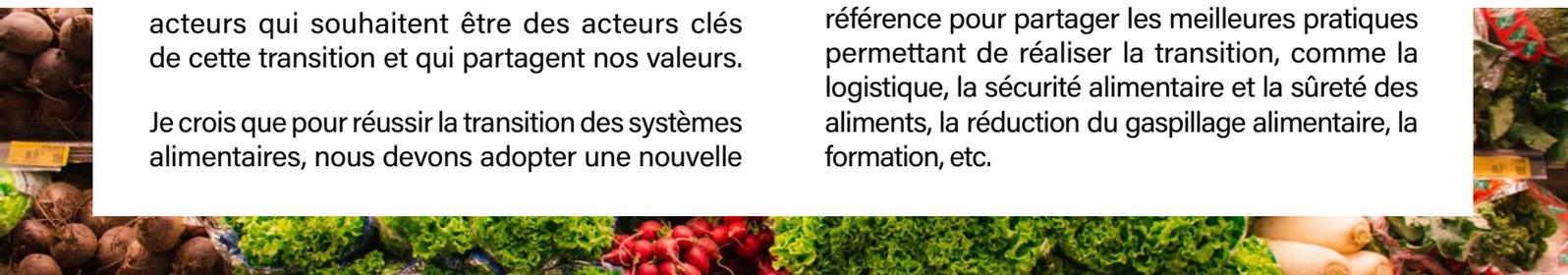
façon de faire les choses et développer une approche systémique et inclusive qui engage tous les acteurs de la «ferme à la fourchette». Concrètement, cela signifie que nous nous réjouissons d'inclure davantage de membres dans notre réseau: agriculteurs, producteurs, grossistes, logisticiens, gouvernements locaux et nationaux, marchés de rue et détaillants. Cela se fera par le biais du développement de comités d'experts thématiques (innovation, logistique verte, économie circulaire, promotion d'environnements alimentaires durables, etc.) Dans un contexte de crise réitérée, nous devons créer de nouvelles plateformes capables de fédérer les décideurs et les acteurs clés afin de nous adapter plus rapidement et de prévenir les ruptures alimentaires. Par exemple, la FAO a publié début mars une étude montrant que les prix alimentaires ont grimpé à leur plus haut niveau depuis 2011. Les prix des aliments ont grimpé en flèche à l'échelle mondiale en raison des perturbations de la chaîne d'approvisionnement mondiale, des conditions météorologiques défavorables et de la hausse des prix de l'énergie. Cette étude a été réalisée avant la guerre ukrainienne qui affecte déjà les prix et les itinéraires des denrées alimentaires.

La guerre en Ukraine a déjà un impact sur la disponibilité et les prix des denrées alimentaires, qui devrait s'accroître dans les mois à venir et dont il faudra tenir compte.

Tous ces événements pourraient faire peser une charge importante sur les populations les plus pauvres du monde et nécessitent une action commune pour les soutenir. Nous avons travaillé sans relâche ces dernières années pour renforcer les collaborations et construire des coalitions avec les acteurs privés, les marchés et les parties prenantes et organisations internationales du secteur agroalimentaire, mais nous devons encore renforcer ces articulations.

C'est pourquoi nous pensons qu'il est temps de créer les conditions permettant de rassembler tous ces acteurs dans des plateformes communes au niveau international afin d'exploiter ensemble les connaissances, les apprentissages et les innovations.

Je suis convaincu que l'avenir de la chaîne d'approvisionnement en produits alimentaires frais sera façonné par les marchés de gros, et la WUWM s'engage à tout mettre en œuvre pour faire de l'organisation la colonne vertébrale et le point de référence pour partager les meilleures pratiques permettant de réaliser la transition, comme la logistique, la sécurité alimentaire et la sûreté des aliments, la réduction du gaspillage alimentaire, la formation, etc.





Comment les marchés de gros peuvent-ils façonner l'avenir de l'alimentation, notamment en termes de durabilité?

L'ONU prévoit que 75 % de la population vivra dans des villes d'ici 2050. L'urbanisation du monde s'accompagne de grands défis en termes d'élaboration de politiques. Nous devons en effet veiller à ce que les nouvelles populations urbaines aient accès à une alimentation saine, économiquement accessible à tous et en bonne quantité.

Pour assurer la sécurité alimentaire, les pays auront besoin d'un secteur des aliments frais structuré, efficace, moderne et robuste, capable de garantir un environnement alimentaire territorial durable. Pour cela, les politiques publiques et les investissements visant à développer des infrastructures modernes, comme les marchés de gros, pour assurer les flux d'approvisionnement seront indispensables. Aujourd'hui, dans certains pays, les pertes alimentaires atteignent presque 40 % de la production! C'est inacceptable quand on sait le nombre de personnes qui meurent de faim dans la région, toutes les difficultés économiques des agriculteurs et la grande quantité de terres hautement dégradées. Sans un système logistique adéquat et fiable, un lieu où chacun peut commercer, de bonnes installations de stockage et le développement de la chaîne du froid, la situation ne changera malheureusement pas.

Les marchés de gros modernes se sont révélés être des infrastructures essentielles pour garantir des environnements alimentaires durables. Les marchés de gros regroupent les produits alimentaires produits par de nombreux agriculteurs de toutes tailles. Ils facilitent l'accès au marché des petits et moyens agriculteurs par rapport aux autres acteurs. Ils peuvent contribuer à réduire considérablement les pertes de nourriture, à renforcer les liens entre les zones rurales et urbaines et à favoriser les chaînes courtes, à stabiliser les prix et donc à améliorer la qualité de vie des agriculteurs et de la population urbaine. Les installations d'entreposage frigorifique peuvent par exemple prolonger la durée de vie de certains produits de 2 à 20 jours.

En termes de résilience de la chaîne d'approvisionnement en denrées alimentaires fraîches, les études de la FAO ont montré que, pendant la crise du covid-19, les pays qui comptaient

des marchés de gros ont moins souffert de la volatilité des prix des produits frais et des perturbations de l'approvisionnement. En ce sens, les marchés de gros modernes sont des alliés essentiels pour restructurer les systèmes alimentaires de manière résiliente et durable. Ils se sont avérés être la meilleure infrastructure pour commercialiser de grandes quantités de produits frais au niveau national et régional. De plus, comme nos infrastructures regroupent un grand nombre de négociants avec de multiples fournisseurs, la chaîne d'approvisionnement est beaucoup plus robuste. Enfin, les marchés de gros modernes sont des alliés essentiels pour réduire le gaspillage et les pertes alimentaires, pour avoir des chaînes d'approvisionnement plus écologiques, ils peuvent contribuer à réduire l'utilisation des ressources et les impacts environnementaux des opérations logistiques.

Pouvez-vous partager avec nous les principaux objectifs de la WUWM en 2022?

La reconnaissance internationale croissante de la WUWM combinée à un intérêt renouvelé au niveau international et national pour les systèmes alimentaires donne à notre Union le coup de pouce nécessaire pour espérer une année 2022 remplie d'initiatives concrètes, de partenariats internationaux et de réalisations pour atteindre l'objectif d'un système alimentaire durable en transition. En effet, la WUWM prévoit de renforcer ses partenariats avec les principaux acteurs internationaux et de collaborer à des initiatives importantes au niveau mondial. Les défis que nous voulons relever exigent un effort combiné de tous les acteurs de la chaîne agroalimentaire, qui doivent travailler ensemble dans une approche systémique. Du côté de l'Union mondiale des marchés de gros, en gardant à l'esprit cet objectif général, notre plan pour 2022 est de nous engager concrètement au niveau régional à travers nos groupes régionaux (Europe, Asie-Pacifique, Amériques et Afrique) afin de développer des programmes et des stratégies qui peuvent répondre efficacement aux besoins et aux spécificités de chaque région. Chaque Directeur régional a préparé un plan stratégique pour 2022 et je sais qu'ils seront présentés dans cette édition de «En Action».

La coopération sera stimulée par un nombre croissant de campagnes de promotion, d'ateliers et de séminaires permettant de partager et d'échanger des informations utiles et des mises à jour. Je suis fier du chemin parcouru jusqu'à présent et confiant quant à ce que l'avenir réserve à la WUWM et au secteur des aliments frais.

Fabio Massimo Pallottini,

Directeur du groupe régional européen de La WUWM



Quelle est la principale contribution que la WUWM apporte - et pourrait apporter - aux marchés européens?

La WUWM est une organisation mondiale très importante qui comprend environ 96 marchés européens en tant que membres du groupe européen! Cette forte concentration incite ces partenaires à promouvoir et à partager avec l'Union des stratégies et des politiques communes, ainsi que les meilleures expériences et pratiques. En outre, ils contribuent à représenter auprès des principales institutions européennes la réalité, le poids et la dimension du système de marché européen.

15

Quels sont les principaux défis en matière d'approvisionnement en produits alimentaires frais auxquels la région européenne doit faire face? Comment pourraient-ils être surmontés et améliorés grâce au travail de la WUWM?

L'Europe représente un continent riche en histoire, où il existe un consommateur évolué, qui a mûri au fil du temps une attention et une sensibilité particulières pour une alimentation saine et authentique. La considération du consommateur représente un excellent point de départ, une opportunité pour notre secteur, étant donné que nos entreprises opèrent dans le segment de la distribution de produits frais et très frais. Les marchés sont en effet des moteurs très importants pour la diffusion et l'information sur les produits frais, ainsi que des promoteurs d'une alimentation correcte.

Je tiens à rappeler que la WUWM est à l'avant-garde sur cette question: l'Union peut jouer un rôle d'agrégateur et de facilitateur des marchés, en encourageant un dialogue plus étroit et plus collaboratif entre les segments de la vente en gros et de la vente au détail, tout en favorisant le développement d'une distribution plus

directe. La pandémie de Covid-19 a montré combien il est important de promouvoir une distribution équitable des denrées alimentaires, non seulement dans les grands centres de population, mais aussi dans les petits centres et les centres périphériques.

C'est la première fois que chaque membre régional doit soumettre un plan annuel au Conseil: pouvez-vous résumer les points forts du plan annuel européen 2022?

Il s'agit précisément d'une nouveauté importante: le Conseil a décidé d'organiser et de concrétiser le travail des groupes régionaux en donnant vie aux plans de développement présentés. Le groupe européen est le plus nombreux et c'est aussi la branche avec la présence de marchés de plus longue tradition et une consolidation plus profonde de la société européenne. Le plan présenté prévoit, tout d'abord, des rencontres récurrentes entre les différents marchés - au moins 3 par an - où les principaux objectifs seront partagés, créant ainsi des stratégies de développement communes: c'est l'occasion de présenter une offre intégrée et partagée.

En plus de cet important travail, il est nécessaire de s'engager davantage dans la communication, en diffusant le logo du groupe européen et de la WUWM elle-même dans toutes les occasions possibles, comme, par exemple, les initiatives des différents marchés, les foires, les événements, les ateliers, les séminaires, etc. Il est important de mettre en évidence le rôle de notre organisation. De la même manière, il est également intéressant d'organiser des formations et des réunions





Pourriez-vous nous faire part des principaux événements, webinaires - ou autres types d'initiatives - à venir dans votre zone géographique qui pourraient intéresser les membres de la WUWM de votre région?

d'échange d'idées entre les membres européens à l'aide de webinaires. Par exemple, suite à la situation de la pandémie de Covid-19, ces grands projets et programmes pour revitaliser l'économie européenne sont en cours. La guerre actuelle en Ukraine et les difficultés logistiques et économiques que l'on rencontre dans la distribution des produits alimentaires et non alimentaires nous amèneront à mener des réflexions importantes pour nos marchés.

Il est important d'accroître la visibilité et la popularité de la WUWM dans votre région. Comment comptez-vous y parvenir en termes de promotion médiatique et d'autres outils de communication? Comment comptez-vous attirer davantage de partenaires européens?

Je voudrais souligner l'importance de multiplier les occasions de communication au niveau européen. En ce mois d'avril, nous avons - pour la première fois dans une exposition - Fruit Logistica 2022, le logo de la WUWM et du Groupe Européen clairement visible. Nous avons l'intention d'attirer davantage de partenaires au niveau européen, notamment dans les pays où la tradition des marchés est moins établie. Dans tout le bassin méditerranéen, en Espagne, en France, au Portugal, en Allemagne et en Grèce, il y a un grand nombre de marchés qui sont déjà membres de la WUWM, mais on peut les rechercher et les encourager en mettant en évidence les possibilités offertes par l'adhésion à ce réseau. En outre, il y aura une plus grande demande d'adhésion une fois que le rôle et les fonctions des marchés de gros dans la chaîne alimentaire européenne seront promus auprès des institutions européennes. Il est important de signer un nouveau document de position.

“La guerre actuelle en Ukraine et les difficultés logistiques et économiques rencontrées dans la distribution des produits alimentaires et non alimentaires nous amèneront à mener des réflexions importantes pour nos marchés.”

Pour ce qui concerne les webinaires, je voudrais mentionner le premier rendez-vous entre le partenariat WUWM, le Groupe européen et Eurocities (un réseau de villes européennes), qui travaillera sur le thème de la distribution alimentaire urbaine et de la politique alimentaire dans les villes et le rôle que les marchés agroalimentaires peuvent jouer dans ce contexte. Une autre opportunité qui contribuera à mettre en évidence le rôle des marchés de gros - et donc à encourager l'entrée dans cette organisation mondiale - est l'événement organisé par Italmercati et The European House Ambrosetti en mai 2022: «L'Italie à l'épreuve du changement: la réponse des marchés agroalimentaires dans l'entrepôt».

Vous avez souligné l'importance des réunions régionales et de la participation aux foires et expositions agroalimentaires. Pourriez-vous donner quelques exemples de 2022 événements auxquels, selon vous, les membres européens de la WUWM et l'Union mondiale des marchés de gros elle-même devraient participer?

Dans le cadre du plan régional, un calendrier des principaux événements européens en Espagne, France, Allemagne et Italie concernant le secteur agroalimentaire en général et les fruits, légumes et poissons en particulier a été présenté. Le dépassement de la phase pandémique du Covid-19 a généré un stimulus collectif, un désir de reprise de l'activité de la foire, lieu fondamental pour le partage de stratégies et la création importante de collaborations.

Les marchés européens doivent vivre ces occasions d'une manière nouvelle, en mettant en évidence non seulement le marché unique ou les marchés de cette nation, mais aussi le rôle et la fonction du système européen.

N'oublions pas que les marchés européens disposent d'institutions qui sont des points de référence essentiels. Notre tâche est de dialoguer avec ces institutions et de partager les stratégies futures au niveau européen. Un exemple est la reconnaissance du rôle et des fonctions que les marchés peuvent jouer dans le cadre de la PAC actuelle et des stratégies «de la ferme à la table».



Zengjun Ma, Directeur du groupe régional Asie-Pacifique de la WUWM

17

Quelle est la principale contribution que la WUWM apporte - et pourrait apporter - aux marchés asiatiques?

La WUWM offre aux membres de la région Asie-Pacifique la possibilité de communiquer avec leurs homologues internationaux, notamment en Europe, aux États-Unis, en Afrique du Sud, en Amérique latine et sur d'autres continents. Il s'agit d'une fenêtre importante pour la communication internationale entre les praticiens des marchés de gros de la région Asie-Pacifique. Grâce à la WUWM, les marchés de gros d'Asie au stade de pays en développement peuvent s'informer sur les défis et les solutions des industries de circulation des produits agricoles dans les pays à différents niveaux de développement, afin de résoudre leurs propres problèmes par la communication avec leurs homologues internationaux.

En outre, la WUWM peut fournir une plateforme et une opportunité pour les marchés de gros d'Asie-Pacifique qui souhaitent se faire connaître auprès de la communauté internationale, afin de faire connaître aux homologues de tous les pays du monde la situation actuelle du développement des marchés de gros et de l'industrie de la circulation des produits agricoles en Chine et dans les autres pays de la région Asie-Pacifique, et de promouvoir la communication internationale et le commerce international avec l'aide de la WUWM.

Quels sont les principaux défis en matière d'approvisionnement en aliments frais dans la région Asie-Pacifique? Comment pourraient-ils être surmontés et améliorés grâce au travail de la WUWM en termes de coopération et de communication, par exemple?

Je pense que le premier défi est la traçabilité des aliments frais. Dans le même temps, les problèmes de chaîne du froid et de logistique dans certains pays moins développés de la région Asie-Pacifique méritent également notre attention.

Sur les deux aspects ci-dessus, la WUWM peut aider à la construction d'un système logistique de la chaîne du froid dans les marchés de gros des pays d'Asie-Pacifique, et fournir les meilleures pratiques de stockage et de transport de la chaîne du froid pour les pays d'Asie-Pacifique.

C'est la première fois que chaque membre régional doit présenter un plan annuel au Conseil. Pourriez-vous résumer les points forts du plan annuel de la région Asie-Pacifique pour 2022?

Nous avons placé les «objectifs de travail» en tête du plan de travail du groupe de travail régional Asie-Pacifique (APRG) en 2022, comprenant principalement:

- Établir un contact direct avec tous les membres de l'APRG, en invitant tous les membres et les responsables gouvernementaux de cette région à participer aux foires commerciales et aux conférences internationales organisées par la WUWM ou la CAWA (China Agriculture Wholesale Association) ;
- Recueillir 6 présentations et informations sur les marchés des membres de l'APRG ; contacter 3 nouveaux marchés de gros dans la région Asie-Pacifique ;
- Lancement du nouveau site web du GOPA: mettez toutes les informations promotionnelles du GOPA sur le nouveau site web de l'APAO et profitez de la nouvelle plateforme comme fenêtre pour la communication internationale du GOPA.

Afin d'atteindre les objectifs susmentionnés de communication internationale et d'accumulation des connaissances de l'industrie, nous combinons le travail de l'AAVC avec celui du GOPA, et nous promovons activement le travail du GOPA sur une base axée sur les résultats.

Cette année, nous allons redoubler d'efforts pour accroître la visibilité de la WUWM dans la région Asie-Pacifique grâce aux activités et à l'influence de l'ACAF. Dans le même temps, nous renforcerons les liens avec les marchés de





gros des autres pays de la région Asie-Pacifique, nous utiliserons conjointement de multiples défis nationaux et internationaux et nous offrirons à nos membres davantage de services pratiques et de possibilités d'échange.

Il est important d'améliorer la visibilité et la popularité de la WUWM dans votre région, comment avez-vous prévu de le faire en termes de promotion médiatique et d'autres outils de communication?

La communication et la coopération avec la WUWM est une partie importante des activités internationales de l'ACAF. Nous attachons toujours une grande importance à la publicité de la WUWM en Chine et dans la région Asie-Pacifique, et transmettons régulièrement les informations et les tendances de la WUWM aux membres par le biais du site Web de l'ACAF, des comptes officiels WeChat, ainsi que de la publication mensuelle intitulée «MARKET EXPRESS Asia-Pacific Region».

Cette année, nous améliorons le site Web de l'ATAO et nous accordons plus d'attention au travail de publicité dans les médias. Nous placerons le travail du GOPA dans le cadre des activités internationales de l'AACA sur le site Web, et nous augmentons la publicité et l'introduction du travail de la WUWM ; l'AACA a un compte officiel WeChat avec plus de 10 000 adeptes, y compris les chambres de commerce du gouvernement chinois, les praticiens de l'industrie d'approbation agricole, les concessionnaires et les fournisseurs de services. Grâce à cette plateforme, nous augmenterons de temps à autre la popularité de WUWM et de l'APRG en Chine; "MARKET EXPRESS Asia-Pacific Region" est publié depuis plus de 2 ans qui a été largement salué par de nombreux lecteurs. Et comme vous avez pu le constater, elle a été continuellement améliorée grâce aux suggestions des membres. En 2022, cette publication bilingue continuera à améliorer la compréhension et la communication entre la Chine, l'Asie-Pacifique et même les homologues mondiaux.

Comment comptez-vous attirer davantage de partenaires asiatiques?

En 2022, le CAWA mettra en place un comité professionnel du numérique pour intégrer des partenaires dans le domaine du numérique et organiser les entreprises et les institutions qui sont vraiment adaptées à l'industrie.

Le CAWA prévoit de créer un institut de recherche sur l'industrie afin de réunir des experts de l'industrie et de résoudre les problèmes pratiques de l'industrie sur la base de la recherche. Il y a

trois directions principales de recherche: La première consiste à étudier les politiques dont le secteur a besoin, telles que la définition du marché de bien-être public et la relocalisation du marché. La deuxième est d'étudier la loi de développement du marché lui-même - quelle position occupe le marché des agriculteurs et quelle est la loi de développement. La troisième consiste à étudier la trajectoire réelle et la loi de développement de l'industrie.

Les moyens numériques offrent de nouvelles possibilités pour le développement des chaînes d'approvisionnement agricoles. Comment conserver l'avantage commercial des produits agricoles grâce à la transformation numérique est un problème auquel nous devons prêter attention. Dans le même temps, il est également crucial d'organiser les prestataires de services dans le domaine de la numérisation, de la protection de l'environnement, de la chaîne du froid et autres pour innover, optimiser et incuber la chaîne d'approvisionnement, puis établir une plateforme de chaîne d'approvisionnement, de manière à cultiver une chaîne d'approvisionnement adaptée aux besoins des costumiers.

Pourriez-vous nous faire part des principaux événements, séminaires en ligne et initiatives à venir dans votre zone géographique de compétence, susceptibles d'intéresser les membres de la WUWM de votre région?

L'ACAF et le GOPA accueilleront la Conférence internationale 2022 de l'industrie de la distribution des produits agricoles à Xi'an, dans la province de Shaanxi, en Chine, du 23 au 25 juin 2022, qui est l'événement international le plus important pour nous en Chine cette année. Nous prévoyons d'inviter le président, les Directeurs, les partenaires de la WUWM et d'autres experts internationaux à participer et à prononcer un discours, et les invités internationaux peuvent participer en ligne. Au cours de la même période, la 10e Foire internationale du commerce des produits agricoles de Chine se tiendra du 21 au 25 juin, attirant des entreprises chinoises et étrangères exceptionnelles pour participer en tant qu'exposants et mener des négociations commerciales sur place. Si des membres de la WUWM souhaitent explorer le marché chinois ou étendre leur influence en Asie, notamment en Chine, par le biais d'activités d'exposition ou de parrainage. Cet événement renforcera considérablement la popularité de la WUWM dans l'industrie du sud-ouest de la Chine, de la Chine et même de la région Asie-Pacifique, et fournira une plate-forme et une opportunité pour les pairs internationaux de se promouvoir en Chine.



Arturo Salvador Fernández Martínez, Directeur du groupe régional des Amériques de la WUWM

19

Quelle est la principale contribution que la WUWM apporte - et pourrait apporter - aux marchés d'Amérique latine?

En Amérique latine, les marchés font partie des principales pratiques culturelles, liées au développement des différentes civilisations originelles où l'importance du lien entre les êtres humains et la campagne, la nature et la «Terre Mère» font partie intrinsèque de leur raison d'être en harmonie avec la nature.

Aujourd'hui, la WUWM propose d'œuvrer à une transition de nos systèmes alimentaires vers un changement d'approche dans lequel le concept d'environnements alimentaires durables et résilients qui favorisent et facilitent la consommation de régimes alimentaires sains» peut être encouragé, et c'est dans ce domaine que les coïncidences avec cette approche trouvent leur principale zone d'opportunité pour les marchés d'Amérique latine.

Pour les marchés latino-américains, la crise économique, d'une part, et la crise sanitaire, d'autre part, ont confirmé à nouveau l'importance de l'alimentation pour parvenir à un développement complet et harmonieux de la population de nos pays. Actuellement, environ 70 % des aliments qui arrivent sur les tables des familles latino-américaines passent par notre réseau de marchés traditionnels, de grossistes, de détaillants et toute la chaîne de distribution qui atteint des millions de localités, indépendamment des difficultés d'accès que beaucoup d'entre elles rencontrent.

D'autre part, nous sommes convaincus qu'une autre contribution très concrète et objective de la WUWM se trouve dans sa proposition de «transformer la façon de concevoir les politiques alimentaires publiques», puisque cette question est fondamentale dans les stratégies que nous devons soutenir dans les décennies à venir. Actuellement, nos gouvernements ont donné la priorité aux schémas de promotion des grandes entreprises agroalimentaires transnationales et de toute leur chaîne d'approvisionnement, leur approche de production extensive, basée sur les produits agrochimiques et les engrais toxiques, ont endommagé la planète, et ont développé un système alimentaire basé sur des produits qui ont considérablement affecté l'homme et la nature.

Comme nous le savons tous, la pauvreté alimentaire en Amérique Latine a augmenté de manière significative au cours des dernières années et, bien sûr, nous apprécions que la WUWM ait une position commune sur la façon de relever ce grand défi.

Je ne veux pas manquer l'occasion de mentionner un troisième domaine de contribution que la WUWM offre aux marchés latino-américains, à savoir les efforts importants qu'elle déploie pour tisser des réseaux de collaboration et d'échange entre les organisations et les institutions mondiales, où les expériences et les propositions de programmes d'action qui ont été élaborées dans différents continents et pays sont un exemple de ce que nous pouvons promouvoir sur les marchés latino-américains, sans perdre de vue l'importance d'avancer dans la modernisation et la professionnalisation de nos systèmes de gestion, des bonnes pratiques et de l'administration de nos marchés.

En principe, ces trois aspects sont ce que nous considérons comme les plus grandes contributions que la WUWM offre à notre chaîne de production alimentaire.





Quels sont les principaux défis en matière d'approvisionnement en aliments frais dans la région du Latam? Comment pourraient-ils être surmontés et améliorés grâce au travail de la WUWM en termes de coopération et de communication?

La région du LATAM de l'OMMS a suivi de près les différents événements qui se sont produits dans le monde autour du thème de l'alimentation, les difficultés mentionnées ci-dessus, sur les effets de la crise économique mondiale et les résultats de la crise de la santé, reflétés dans l'augmentation de la pauvreté alimentaire, les pénuries de produits et leur rareté, il semble qu'ils ont approfondi radicalement par les effets de la guerre en Europe.

Aujourd'hui, nous constatons avec étonnement que nos projections sur l'importance croissante des systèmes alimentaires mondiaux, qui vont s'accroître dans les prochaines décennies, montrent déjà l'impact élevé que ces variables auront sur notre secteur.

Les nouvelles qui ont été présentées ces dernières semaines et ces derniers jours sur l'effondrement du système alimentaire espagnol sont très inquiétantes. Aujourd'hui, ce pays est au bord d'une crise sociale due au chômage qui touche les activités agricoles et agro-industrielles, à l'impact de l'augmentation du prix de l'énergie et des intrants utilisés dans l'activité, à la crise de la chaîne d'approvisionnement et à l'impossibilité croissante de poursuivre l'activité de production d'aliments frais et sains.

Dans ce même sens, nous constatons que ces effets commencent à se produire sous d'autres latitudes et dans d'autres nations, comme c'est le cas de la Chine, qui reconnaît aujourd'hui qu'elle traverse une situation qui peut être tout aussi délicate que celle de l'Espagne.

Dans notre région, nous ne faisons pas exception, bien que nous ayons d'importants pays producteurs d'énergie, ce n'est pas une garantie de contrôle de ces variables, en raison des conditions mêmes de dépendance et du retard de son infrastructure productive et technologique, ainsi que des conditions socio-économiques qui prévalait il y a des années, si nous ajoutons à cela que nous sommes l'un des continents avec de plus grands effets sur l'alimentation, ce qui se manifeste dans l'augmentation de la pauvreté alimentaire, nous nous rendons compte que la réponse que nous pouvons donner à ce problème ne peut pas attendre.

L'appel lancé par la WUWM pour promouvoir le concept d'environnements alimentaires durables et résilients qui favorisent et facilitent la consommation de régimes alimentaires sains», d'une part, la proposition de transformer la façon de concevoir les politiques alimentaires publiques, d'autre part, et les efforts déployés pour tisser des réseaux de collaboration et d'échange entre les organisations et institutions mondiales, sont les trois aspects dans lesquels nous trouvons des coïncidences avec notre réalité en Amérique latine et sont trois initiatives qui ont orienté le «Programme de travail LATAM pour 2022» ; Aujourd'hui, nous avons conçu un programme d'activités qui, par le biais de forums, de réunions et d'échanges entre nos pays, nous pensons qu'il contribuera, en coordination avec la WUWM, à avoir un impact positif sur ces questions. La volonté de nos marchés de se joindre à ces efforts est engagée et consciente du grand défi auquel nous sommes tous confrontés.

La WUWM se développe rapidement sur le continent américain grâce à une série d'activités et d'initiatives. Quels sont les nouveaux développements que vous attendez cette année?

Chaque jour, l'importance de la WUWM pour nos marchés en LATAM est réaffirmée, l'un des espaces les plus significatifs est donné par les efforts importants pour mettre sur la table de discussion des initiatives et des questions d'intérêt général.

Pour nous, les initiatives proposées par l'Union mondiale pour relever le défi du gaspillage et des pertes alimentaires sont fondamentales. En Amérique Latine, le pourcentage de pertes et de gaspillages alimentaires représente environ 30 % du total des aliments consommés, ce qui est inacceptable pour une région du monde où le taux de population ayant des difficultés à couvrir ses besoins de base est élevé. Nous pensons donc que ce champ d'action bénéficiera d'un grand soutien et sera accepté par nos marchés alimentaires.

Sans aucun doute, une autre question promue par la WUWM est et sera d'un grand impact pour la région du LATAM, c'est celle qui a trait à la promotion des « environnements alimentaires qui soutiennent la génération de plus grands liens entre les villes et les campagnes », dans le cadre de la collaboration avec UN-HABITAT, promouvant ainsi le concept de « villes vivables

« et dont le soutien est basé sur ses stratégies pour faciliter « l'accès de tous à l'alimentation, au transport et aux espaces publics. »

Sans aucun doute, l'initiative de la WUWM de travailler conjointement avec GAIN (Global Alliance for Improved Nutrition), nous croyons qu'en Amérique Latine trouvera de nouveaux et plus grands espaces d'expansion, dans ce domaine, nous croyons que cette initiative aura de bons résultats dans les pays avec le plus grand retard comme nos frères en Amérique centrale qui ont été touchés de manière spatiale par la crise mondiale actuelle.

Pour le LATAM, ces initiatives institutionnelles représenteront des incitations importantes pour progresser sur ces questions. Notre programme d'événements continentaux pour 2022 est basé sur ces idées et les forums et réunions proposés approfondiront ces alternatives.

“Le Chapitre Amérique latine travaille à la construction de son plan Directeur 2030 en harmonie avec l'initiative de la WUWM. Il est composé de huit axes thématiques.”

C'est la première fois que chaque membre régional doit présenter un plan annuel au conseil d'administration. Pouvez-vous résumer les points saillants du plan annuel du Latam pour 2022? Quels sont vos 3 principaux objectifs pour cette année?

Sans aucun doute, avoir un plan annuel régional représente l'une des initiatives les plus pertinentes pour faire avancer notre organisation. Nous reconnaissons l'effort de Stéphane Layani pour promouvoir cette idée. Aujourd'hui, disposer d'un document aligné sur la réalité actuelle et axé sur l'obtention de résultats dans des domaines à fort impact génère de la confiance et légitime notre travail.

Le Chapitre Amérique latine travaille à la construction de son plan Directeur 2030 en harmonie avec l'initiative de la WUWM. Il est composé de huit axes thématiques.

Chacun de ces axes est aligné sur les préceptes et les initiatives de la WUWM. Sa vision est de nature inclusive avec une approche collaborative entre les différents acteurs de la chaîne agroalimentaire. Elle s'enrichit d'un diagnostic de l'état de nos marchés sur le continent latino-américain.

Ce modèle guide et donne un sens au travail institutionnel à travers ses plans de travail annuels. Ses trois principaux objectifs pour 2022 sont les suivants:

- Promouvoir la réalisation d'événements pour capter, développer et/ou promouvoir les échanges d'informations qui nourrissent la construction de plans, de programmes et d'actions qui ont un impact sur les domaines et/ou champs d'action de la WUWM-LATAM, en général, et des marchés de gros de la région, en particulier.
- Contribuer à des propositions qui offrent des alternatives innovantes aux défis et aux problèmes rencontrés par la région en coordination avec les domaines d'intérêt et d'impact de la WUWM. Développer et gérer un programme spécifique pour répondre à un problème spécifique détecté dans chaque marché de la région.
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie pour l'inclusion de nouveaux membres dans la région et, parallèlement, concevoir et mettre en œuvre une stratégie régionale pour attirer de nouveaux sponsors qui permettent et facilitent la réalisation de la mission institutionnelle de l'Union mondiale.

Il est important d'accroître la visibilité et la popularité de la WUWM dans votre région, comment comptez-vous y parvenir en termes de promotion médiatique et d'autres outils de communication?

Actuellement, nous pouvons voir l'importance que les médias électroniques et virtuels ont eu pour le développement de notre mission d'être les fournisseurs d'aliments des familles latino-américaines, les réseaux sociaux, les canaux interactifs, les magasins et les boutiques virtuelles, sont une stratégie qui prend effet dans tout le continent comme l'une des implications de la fermeture économique et productive que nous avons eu en raison de la pandémie de COVID-19 et nous croyons que ce type d'initiatives entrepreneuriales qui existent aujourd'hui dans tout notre continent doit être sauvé.





Bien sûr, nous reconnaissons que ces technologies ne sont pas encore à la portée de tous nos amis dans les centres de vente en gros de produits alimentaires du LATAM et c'est pourquoi nos réunions programmées abordent cette question.

Dans notre plan d'action 2022, nous avons inclus l'initiative de mise en œuvre de la «Première newsletter bimestrielle pour les ADEC en Amérique latine». Les sections spécialisées sont les suivantes: environnement et économie circulaire, alimentation et consommation responsable, compétitivité collaborative pour tous, notes et actualités et une newsletter virtuelle. Ce projet est l'un des plus populaires parmi nos collègues des marchés d'Amérique Latine.

Comment comptez-vous attirer davantage de marchés et de partenaires du LATAM?

La base de notre stratégie d'attraction est, dans un premier temps, de diffuser et de faire connaître à chacun des marchés régionaux les trois principales contributions de la WUWM que nous avons mentionnées dans la première question de cette interview.

1. Des environnements alimentaires durables et résilients qui encouragent et facilitent la consommation de régimes alimentaires sains ;
2. Plaidoyer pour transformer la manière dont les politiques alimentaires publiques sont conçues ;
3. Tisser des réseaux de collaboration et d'échange entre les organisations et institutions mondiales.

En plus des stratégies décrites dans la question précédente, dans ce cas, pour attirer plus de marchés et de partenaires, nous préparons un agenda de visites personnalisées pour chacun des dix pays que nous nous sommes fixés comme objectif de réaliser l'affiliation d'ici 2022. À ce jour, l'enthousiasme manifesté par nos partenaires pour cette initiative nous rend optimistes quant à ce défi.

Pourriez-vous nous faire part des principaux événements, séminaires en ligne et initiatives à venir dans votre zone géographique de compétence, susceptibles d'intéresser les membres de la WUWM de votre région?

Les événements prévus sont basés sur les principes et les objectifs qui soutiennent notre «Plan de travail WUWM-LATAM pour 2022». Nous pensons que leur contenu est d'un grand intérêt pour nos communautés agroalimentaires et c'est dans cette optique qu'ils sont préparés.

Nous avons prévu d'organiser trois réunions régionales au cours de l'année 2022 pour mettre en œuvre des ateliers de planification participatifs sur les «Principaux défis pour la modernisation des marchés agroalimentaires d'Amérique latine». La première réunion-atelier aura lieu au Costa Rica en avril, la seconde en Colombie en juillet, tandis que la dernière sera accueillie par le Mexique en octobre.

Dans le cadre de ces rencontres, trois séminaires seront organisés:

- Séminaire 1. Présentation du "Premier système d'administration et de gestion d'un centre agroalimentaire". Présenté par les CEDA's du Mexique. Costa Rica. Avril 2022.
- Séminaire 2. «Manuel d'économie circulaire pour les grossistes en alimentation». Présenté par l'équipe technique de WUWM Amérique Latine. Colombie. Juillet 2022.
- Séminaire 3. «Séminaire sur l'échange démonstratif de bonnes pratiques de gestion des DSM sur les marchés d'Amérique latine». Présenté par l'Uruguay, le Pérou et Cuba. Mexique. Octobre 2022.

Ces événements se dérouleront sur place ou en format virtuel, en fonction des conditions sanitaires du moment.

Vous avez souligné l'importance des réunions régionales et de la participation à des événements et des expositions, pourriez-vous donner quelques exemples d'événements en 2022 auxquels, selon vous, les membres de la WUWM LATAM et la WUWM elle-même devraient participer?

De notre côté, nous croyons que la WUWM LATAM et la WUWM elle-même sont une partie intrinsèque de cet effort, la présence institutionnelle, bien sûr, est un encouragement pour tout le monde, il sera donc très important d'avoir la présence de notre président mondial Stéphane Layani, et Eugenia Carrara, notre secrétaire général. Nous ne doutons pas que la WUWM LATAM, compte sur cette initiative, pour développer pour la première fois un programme de travail institutionnel, avec un outil qui contribuera à notre mission.



Eva Marone, Directrice du groupe régional africain de la WUWM

23

Quelle est la principale contribution que l'UIMM apporte - et pourrait apporter - aux marchés africains?

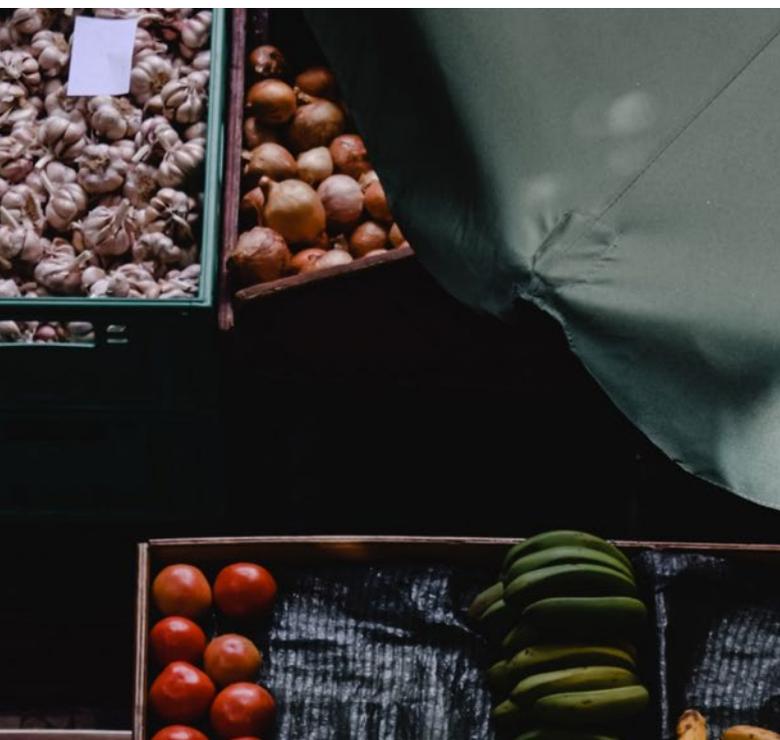
Je pense que la principale contribution de la WUWM aux marchés africains est le partage d'expérience, de connaissances et de soutien technique.

Quels sont les principaux défis de l'approvisionnement en aliments frais en Afrique? Comment pourraient-ils être surmontés/améliorés grâce au travail de la WUWM (coopération, communication, etc....)?

- Le déficit en matière d'infrastructures routières, de circuits de distribution, d'équipements de la chaîne du froid, de matériel de transport adapté et d'emballages adaptés entraîne d'énormes pertes de production.
- L'atomisation des parcelles agricoles qui rend difficile l'optimisation de la collecte et du transport de la production.
- Le manque de formation des agriculteurs sur les types d'emballage
- L'absence de programmes agricoles nationaux et de soutien au développement des PME de transformation, qui sont quasiment inexistantes dans de nombreux pays africains.
- L'absence de réglementation dans le secteur agricole, qui reste très informel et dominé par des femmes analphabètes.

C'est la première fois que chaque membre régional doit présenter un plan annuel au Conseil d'administration. Pourriez-vous résumer les points saillants du plan annuel de l'Afrique pour 2022? Quels sont vos objectifs pour cette année 2022 pour la région Afrique?

En tant que premier membre du conseil d'administration représentant un pays africain, mon objectif est de développer la présence de la WUWM sur le continent, d'atteindre autant de pays que possible afin de favoriser la coopération nord-sud et d'aider les pays africains à construire un système d'approvisionnement alimentaire solide, résilient et optimal en les aidant à améliorer la couverture territoriale des marchés de gros.





“L’objectif est de développer la présence de la WUWM en Afrique, afin de toucher le plus grand nombre de pays possible.”

24

Il est important d’améliorer la visibilité et la popularité de la WUWM dans votre région, comment avez-vous prévu de le faire en termes de promotion médiatique et d’autres outils de communication?

Nous sommes déjà en contact avec les ministères de l’agriculture de plusieurs pays et nous utilisons différentes plates-formes pour les atteindre, comme les événements régionaux des institutions internationales, comme UN habitat la semaine dernière. J’ai dressé la liste des principaux événements dans le secteur cette année et l’objectif est que la WUWM soit représentée dans chacun d’entre eux.

Par ailleurs, nous organisons la première conférence régionale africaine de la WUWM à Abidjan, en Côte d’Ivoire, en juillet de cette année, ce qui augmentera notre visibilité dans la région, voire sur le continent. Des invitations à cet événement seront envoyées à tous les ministères de l’agriculture en Afrique, qui pourront les étendre à leurs marchés respectifs. Des médias régionaux tels que Africa News et Jeune Afrique seront également utilisés pour diffuser l’événement.

Comment comptez-vous attirer davantage de marchés et de partenaires africains? Comment comptez-vous atteindre tous les marchés d’Afrique?

Atteindre tous les marchés d’Afrique prendra un certain temps, car nous savons que la WUWM n’est pour l’instant présente que dans 4 pays du continent...

Il s’agira d’un processus progressif et ma stratégie consiste à adopter à la fois une approche individuelle opportuniste et une approche régionale ciblée, en commençant par l’Afrique de l’Ouest et du Nord, puis en passant à l’Afrique du Sud, puis à l’Afrique orientale et centrale.

Attirer davantage de marchés et de partenaires africains se fera en mettant en avant les avantages de notre réseau de coopération, comme je l’ai dit précédemment en termes de partage d’expérience, de connaissances et de soutien technique. Un bon exemple de cela est que le mois dernier, nous avons pu organiser la visite de Rungis, le plus grand marché de gros du monde, par l’équipe de direction de l’un de nos membres africains, le marché de Bouake. Cette visite, ainsi que l’échange et la discussion qu’elle a permis, a été une expérience très précieuse pour le Marché de Bouake. Selon les propres mots de M. Saganogo, le Directeur, ce fut une «visite très enrichissante pour nous et des échanges très fructueux qui nous ont permis de comprendre et de nous inspirer du modèle économique de Rungis».

Vous avez souligné l’importance des réunions régionales et de la participation à des événements et des expositions, pourriez-vous donner quelques exemples d’événements de 2022 auxquels, selon vous, les membres africains de la WUWM et la WUWM elle-même devraient participer?

Bien sûr, voici une sélection d’événements majeurs où la WUWM devrait être présente, en tant qu’organisation, mais qui pourraient également présenter un réel intérêt pour nos membres qui souhaitent renforcer la coopération avec les pays africains en termes de distribution alimentaire.

SARA - Salon De L’agriculture Et Des Ressources Animales - Côte d’Ivoire Novembre 2022

SIAM - Salon International De L’agriculture Au Maroc - Maroc Avril 2022

AFRICA AGRI FORUM - Octobre 2022

AGROFOOD WEST AFRICA - ACCRA - Décembre 2022

Dans Événements:

Réservez la date et rejoignez-nous: La campagne «Love Your Local Market» (LYLM) sera lancée en mai à Lisbonne!

La campagne Love Your Local Market (LYLM) célèbre les marchés de gros et de détail, qu'ils soient de rue ou couverts. Né au Royaume-Uni en 2011, l'événement s'est étendu au niveau mondial et il est coordonné et soutenu par l'Union mondiale des marchés de gros depuis 2014. Cette année, nous sommes heureux d'annoncer que le Portugal va accueillir le lancement de la campagne Love Your Local Market de 2022. L'événement sera géré au niveau national par Sociedade Instaladora De Mercados Abastecedores, S.A (SIMAB) la société publique en charge des marchés de gros du Portugal en collaboration avec le gouvernement portugais et les municipalités locales. Les événements LYLM se dérouleront tout au long du mois de mai au Portugal de manière itinérante, en situant les événements dans un certain nombre de villes différentes à côté des marchés de gros.

La campagne générale vise à donner du pouvoir et de la visibilité aux marchés de rue de produits alimentaires frais, tout en promouvant des systèmes alimentaires sains à tous les stades, de la production aux consommateurs. Le thème de la campagne de cette année est «Soutenir la production locale».

Du 6 au 28 mai, le pays tout entier sera riche en événements de toutes sortes pour fêter l'amour de votre marché local. Braga, Lisbonne, Faro, Evora et de nombreux autres marchés municipaux accueilleront des événements et des activités de jour comme de nuit, tels que des concerts de musique, des expositions d'art ainsi que des conférences, des discours institutionnels et des ateliers éducatifs en collaboration avec des écoles et d'autres professionnels. Le lancement officiel aura lieu les 13 et 14 mai, à Lisbonne.

“La campagne LYLM 2022 sera célébrée pendant le mois de mai dans de nombreuses villes du monde. Tous les membres de nos marchés sont appelés à rejoindre cette campagne!”



your local
market

La campagne LYLM 2022 sera célébrée pendant le mois de mai dans de nombreuses villes du monde. Restez en contact avec le marché de gros de votre pays/les marchés de votre ville pour avoir plus d'informations sur les événements précis dans votre pays! Tous les membres de nos marchés sont appelés à participer à cette campagne!

L'ambition de LYLM est d'attirer et d'engager le plus grand nombre de personnes possible afin de célébrer les marchés de produits frais et de renforcer leur travail pour garantir et promouvoir des régimes alimentaires sains et accessibles .

Entretien

avec Joao-Tiago Carapau

Directeur général du groupe SIMAB (marchés de gros portugais).

Cette année, le SIMAB a proposé d'organiser le LYLM dans votre pays. Pourriez-vous nous expliquer brièvement pourquoi? Quelle est la situation de la consommation de produits frais au Portugal?

Pour SIMAB, l'organisation de LYLM au Portugal est une occasion unique - en partenariat avec WUWM et avec l'excellent travail que cette entité a développé ces dernières années dans la promotion des systèmes alimentaires de qualité dans le monde - de renforcer notre intérêt stratégique pour cette initiative, en l'utilisant comme un outil pour diffuser l'importance décisive de la production et des marchés locaux pour consolider les chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes et les systèmes alimentaires locaux, en valorisant les produits endogènes et en promouvant des habitudes de consommation de produits frais plus sains, en articulation territoriale avec la logistique et le commerce de gros générés chaque jour dans les quatre marchés de gros du groupe: MARB, à Braga ; MARÉ, à Évora ; MARF, à Faro ; et, MARL, à Loures.

Le LYLM promeut les systèmes alimentaires, représentant ainsi toutes les phases de la production à la consommation. Vous avez choisi «Renforcer les circuits courts et la production locale» comme thème principal de la campagne LYLM de cette année. Pourriez-vous présenter votre thème à nos lecteurs et expliquer la raison de ce choix spécifique?

«Renforcer les circuits courts et la production locale» est notre revendication pour cette année parce que, en plus d'avoir toujours considéré que les marchés de gros et les marchés locaux municipaux sont un instrument fondamental de politique publique pour promouvoir et articuler la production et le commerce agroalimentaire national, la situation de la pandémie COVID-19 et maintenant la guerre en Ukraine ont renforcé sans équivoque ce lien et la nécessité de garantir en permanence les opérations logistiques et l'auto-alimentation alimentaire et non alimentaire des pays.



Au Portugal, comme en Europe et dans le reste du monde, les marchés de gros et de détail ont été - et seront toujours - des véhicules immédiats de proximité et de diversité pour la vente et la valorisation des productions locales, indépendamment du fait qu'il existe également une offre de plus en plus - et heureusement - diversifiée de produits provenant de multiples pays. Nous pensons que c'est sur les marchés de gros et de détail que le concept de «Glocal» («Think Global, Act Local») peut être décisif pour les agents économiques et les citoyens. Une économie et une société ouvertes devraient également impliquer une plus grande diffusion et capacité de valorisation des produits endogènes, non seulement pour favoriser leur consommation par les populations locales, notamment celles des zones urbaines (qui ignorent souvent leur origine et leur mode de production), mais aussi en tant que produits à forte valeur ajoutée en termes de consommation plus large, par exemple pour les touristes, les hôtels et les restaurants, voire pour une offre agroalimentaire à l'exportation.





Quel est l'objectif principal que vous avez à l'esprit lorsque vous envisagez que le LYLM se déroule au Portugal?

La campagne LYLM au Portugal pendant le mois de mai vise à atteindre trois objectifs principaux, à travers la promotion de «Mai, mois des marchés» dans plusieurs marchés municipaux locaux situés dans les zones d'influence des quatre principaux marchés de gros du groupe SIMAB, du nord au sud du pays:

27

(i) Renforcer l'importance des agents logistiques de proximité, ainsi que des opérateurs de gros, des détaillants et des petits et moyens producteurs agricoles et agroalimentaires dans le fonctionnement de l'Economie nationale et pour assurer leur indépendance et leur valeur ajoutée en termes de produits et services alimentaires et non alimentaires ;

(ii) Promouvoir les marchés locaux de gros et de détail en tant que plates-formes et équipements commerciaux essentiels à la vie des villes et à la valorisation des territoires ruraux environnants, en particulier dans les territoires plus peuplés et urbanisés des zones métropolitaines et des communautés intercommunales ;

(iii) Affirmer le SIMAB et ses marchés comme un instrument de politique publique qui favorise une meilleure intégration entre la production agricole et agroalimentaire, le commerce et la logistique, et l'aménagement et le développement du territoire, en soulignant sa connectivité permanente avec les agents socio-économiques nationaux, les municipalités portugaises, les institutions internationales comme la WUWM, et les initiatives qui favorisent l'éducation et la solidarité alimentaire (comme le programme «5 par jour» et la «Banque alimentaire»).

La campagne LYLM de cette année sera particulière puisque vous la lancerez dans différents endroits. Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur ce programme? Pourquoi avez-vous décidé d'organiser un mois d'événements au lieu de choisir un seul lieu?

Pour nous, il est très important de profiter de cette excellente initiative internationale que WUWM/ LYLM promeut chaque année, pour donner plus de visibilité et de promotion, dans notre pays, au rôle clé que les marchés de gros et les marchés locaux municipaux jouent pour la production, le commerce et la consommation locaux. Étant donné que le mois de mai est le mois des marchés et que SIMAB est une entité qui opère dans tout le Portugal, nous voulons renforcer cette opportunité en utilisant chacune des quatre semaines du mois de mai pour promouvoir une initiative conjointe entre l'un des quatre marchés de gros du groupe SIMAB et un ou plusieurs marchés locaux municipaux de sa zone d'influence, chacun des quatre vendredis et samedis du mois.

“Les marchés de gros et de détail ont été - et seront toujours - des vecteurs immédiats de proximité et de diversité pour la vente et la valorisation des productions locales.”

Nous commencerons à Braga, dans le nord du Portugal, les 6 et 7 mai ; puis nous procéderons au lancement officiel de l'initiative LYLM à Lisbonne, les 13 et 14 mai, en comptant sur l'aimable et honorable présence des dirigeants de la WUWM ; les 20 et 21 mai, la promotion aura lieu à Évora, dans l'Alentejo ; et, nous terminerons dans le sud du Portugal, dans la région de l'Algarve, à Faro, les 27 et 28 mai.

“L’organisation du LYLM au Portugal est une occasion unique de promouvoir des systèmes alimentaires de haute qualité dans le monde entier”

La campagne sera coordonnée par le SIMAB avec la participation des conseils municipaux locaux et du gouvernement portugais: comment renforcer davantage la relation entre les marchés et les gouvernements locaux?

La SIMAB est l'actionnaire majoritaire des quatre principaux marchés de gros du Portugal, et dans chacun d'eux, ses partenaires actionnaires sont les municipalités où ces marchés sont situés. Ainsi, depuis plus de 25 ans, SIMAB, en tant qu'entreprise publique sous la tutelle du Ministère de l'Economie, travaille en partenariat étroit avec les Municipalités - non seulement celles présentes dans les Marchés de Gros, mais aussi beaucoup d'autres pour lesquelles elle développe des projets de conseil et d'assistance technique.

28

L'initiative LYLM - dont SIMAB est l'entité gestionnaire responsable au Portugal déléguée par l'OMMS - et son lancement cette année dans notre pays est une autre façon de rapprocher ce travail commun au niveau local en faveur des producteurs, des opérateurs logistiques et des grossistes et détaillants de produits alimentaires et non alimentaires, sachant que les municipalités jouent un rôle vital dans la conception et la promotion de politiques et d'actions pour un aménagement et un développement territorial plus équilibré, durable et soutenable, ainsi que dans la mobilisation et l'engagement des citoyens, des entreprises et des entités publiques et associatives locales.

Ainsi, cette initiative «Love Your Local Production» peut également être traduite par «Love Your Local Council».

Quels sont les principaux événements et activités prévus à cette occasion? Quelles sont celles qui, selon vous, peuvent susciter un plus grand engagement de la part du grand public?

Le programme principal de cette initiative aura lieu lors de son lancement officiel, les 13 et 14 mai, à Lisbonne. Le vendredi soir, il y aura un événement institutionnel et culturel commémoratif au MARL - Mercado Abastecedor da Região de Lisboa (Marché de gros de Lisbonne) et, le samedi matin suivant, une cérémonie évocatrice de « l'amour de votre marché local » dans l'un des principaux marchés municipaux locaux de la capitale, à laquelle participeront des entités et des personnes liées au gouvernement portugais, à la municipalité de Lisbonne, à la WUWM et au SIMAB / MARL.

Dans ce moment particulier, ainsi que dans les trois autres qui auront lieu à Braga, Évora et Faro, nous avons l'intention d'impliquer les populations locales et le grand public à travers des événements spécialement conçus pour animer les Marchés Municipaux Locaux qui accueilleront cette initiative, tels que des moments musicaux, des activités récréatives-artistiques et des sessions d'information et de diffusion associées à l'éducation à une alimentation saine et à la nutrition.

L'intention est également de promouvoir cette opportunité dans les médias nationaux et locaux, ainsi que sur les réseaux sociaux, en profitant de SIMAB pour faire connaître le projet «SIMAB Academy» (notre nouveau projet dans le domaine du renforcement des capacités et de la formation professionnelle), ainsi que pour lancer le nouveau site web portugais de l'initiative LYLM: www.gostodomeumercado.pt.





29

Entretien avec Jean-Paul Auguste

Directeur de WUWM Retail Group

Depuis son lancement en 2014, Love Your Local Market (LYLM) n'a fait que se développer. Pouvez-vous nous dire en quelques mots quel est le but de LYLM... et quels sont vos objectifs pour les prochaines années?

Il y a vingt ans, nous avons constaté en France et avec nos collègues anglais de la National Association of British Market Authorities (Nabma) qu'il n'existait pas de véritable démarche collective pour rassembler tous les marchés de gros et de détail sous une même bannière, et pouvoir promouvoir nos activités, montrer aux administrations et institutions locales, régionales ou nationales, que le monde des marchés représente un outil essentiel pour les politiques alimentaires urbaines et pour promouvoir des régimes alimentaires plus sains, une véritable force économique, une énergie vivante et une partie importante de la vie communautaire.

“De quelques centaines de villes ou marchés participant au LYLM, nous sommes progressivement passés à plus de 4 000 dans le monde.”

Il nous fallait aussi créer une masse critique suffisante pour intéresser les médias. Nos marchés de détail et de gros vivent séparément, sauf dans de rares cas d'organisations privées ou publiques qui regroupent plusieurs marchés. Notre dispersion géographique et la taille économique relativement faible de chaque marché, comparée à la force médiatique et capitalistique considérable des chaînes de supermarchés, font que nous sommes rarement identifiés comme une force globale au service des communautés et des populations! Nos premières tentatives en France et au Royaume-Uni nous ont fait comprendre que nous devons dépasser les frontières nationales et créer une Campagne internationale. C'est ainsi qu'est née la LYLM. De quelques centaines de villes ou marchés participant à l'opération, nous sommes progressivement passés à plus de 4 000 dans le monde, principalement en Europe. La crise de Covid19 a brisé cette évolution. Il est temps de redémarrer et de donner à cette démarche collective le succès qu'elle mérite.

L'année 2022 est donc l'occasion de relancer le LYLM après deux années marquées par l'épidémie de Covid. Quels sont vos objectifs en termes de portée de la campagne?

Si la marque et le logo peuvent être utilisés tout au long de l'année dans de petites campagnes locales, il est nécessaire que le plus grand

“L'accès à la campagne est gratuit et la seule obligation est de s'inscrire.”

nombre de marchés participent en même temps à l'opération annuelle pour lui donner la plus grande masse critique, donc le plus grand impact médiatique pour tous! C'est ainsi que chacun peut obtenir sa part d'impact médiatique pour faire vivre nos marchés de rue de produits frais. Nous restons modestes en 2022 car certains participants n'ont pas pu budgétiser les dépenses de fin 2021 dans l'inconnu des règles sanitaires de début d'année. Cependant, nous espérons dépasser la barre des 2 000 cette année, avec la participation de plus de 15 pays, ce qui représente déjà une augmentation significative par rapport aux premières tentatives difficiles de l'année dernière. Nous avons enfin pu préparer une célébration commune en mai prochain, après les annulations des années précédentes.

Notre objectif est maintenant de nous préparer pour 2023 afin de retrouver le niveau pré-covidien, avant de reprendre les progrès que nous avons. En 2019, près de 25 pays, de tous les continents, avaient au moins un marché ou un syndicat professionnel participant.

30

Pouvez-vous nous parler rapidement du lancement de la campagne?

L'événement principal aura lieu les 13 et 14 mai 2022 au Portugal, à Lisbonne. La WUWM en communiquera tous les détails et les membres qui le peuvent sont invités à nous y rejoindre et à participer à cette célébration des marchés, la célébration de toute notre profession. Dans chaque pays, les associations et les syndicats de marchés organiseront également la même célébration en un même lieu. En France, par exemple, le lancement se fera à L'Haÿ les Roses, près de Rungis. Mais les animations et les célébrations qui auront lieu dans chaque marché se dérouleront tout au long du mois de mai, et se prolongeront même en juin.

Pouvez-vous expliquer rapidement aux membres qui souhaitent rejoindre la campagne ce qu'ils doivent faire?

L'accès à la campagne est gratuit et la seule obligation est de s'inscrire, d'utiliser le même logo de base, de pratiquer un ou plusieurs événements en même temps que les autres, principalement au cours du mois de mai de chaque année. Il s'agit d'informer en retour sur toutes les animations, événements, succès médiatiques survenus sur son territoire. L'utilisation des réseaux sociaux s'est avérée essentielle dans chaque pays.

La coordination au sein de la WUWM a permis de valoriser pleinement ce travail collectif, par exemple en unifiant au maximum les thèmes de campagne dans chaque pays, et en facilitant la communication entre tous. Elle a permis à la WUWM de démontrer son rôle essentiel au service de tous nos marchés.



Innovation:

WUWM aux côtés des réfugiés ukrainiens

L'Union mondiale des marchés de gros (WUWM) est solidaire des civils ukrainiens en ces temps de conflit et s'est mobilisée pour apporter son aide afin de garantir l'accessibilité à la nourriture et aux produits de base aux réfugiés ukrainiens en Pologne et en Bulgarie, et en Ukraine lorsque l'approvisionnement est possible.

L'action est coordonnée par le marché de gros de Lublin, situé à 97,6 km de la frontière entre la Pologne et l'Ukraine, et par le groupe européen de la WUWM.

Nous avons interviewé Artur Niczyporuk, PDG du marché de Lublin, afin de partager avec nos membres plus d'informations sur cette action. N'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez nous aider!

Votre marché se trouve à la frontière avec l'Ukraine et ces dernières semaines, en raison de la guerre en Ukraine, votre municipalité a accueilli des réfugiés ukrainiens fuyant le conflit. Pourriez-vous nous informer de la situation actuelle à Lublin et en Pologne en général concernant les réfugiés?

Depuis le 24 février de cette année, c'est-à-dire le jour de l'agression de la Fédération de Russie, plus de 2,2 millions de réfugiés d'Ukraine ont traversé la frontière polono-ukrainienne. En réponse aux événements dramatiques de la guerre en Ukraine, la ville de Lublin fait preuve de solidarité avec nos voisins et apporte son aide, qui prend les formes suivantes. Parmi elles, l'organisation de points de dons. Les collectes sont coordonnées par la Croix-Rouge polonaise (PCK). A ce jour, plus de 1300 repas sont distribués chaque jour dans les points d'accueil gérés ou organisés par la Ville de Lublin. La ville a également envoyé 30 cargaisons d'aide humanitaire en Ukraine.



**CALL FOR DONATIONS:
WUWM STANDS IN
SOLIDARITY WITH
UKRAINIAN CIVILIANS**

Vous avez proposé de coordonner une action spécifique sur votre marché, en donnant un lieu de stockage, en vous articulant avec la croix rouge polonaise, et en coordonnant les dons à travers l'Europe, pour aider les réfugiés ukrainiens. Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur cette action? Comment fonctionne-t-elle? Que pouvez-vous en dire, est-ce un succès?

Lubelski Rynek Hurtowy S.A. (marché de gros de Lublin), en étroite collaboration avec la Croix-Rouge polonaise (membre du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge), a créé dans ses locaux un point de collecte permanent pour les personnes touchées par la guerre en Ukraine. La Croix-Rouge polonaise est prête à organiser l'aide aux victimes du conflit militaire. Les entreprises exerçant leurs activités dans les locaux du marché de gros de Lublin participent activement à la collecte des dons. Les articles sont donnés à une station au sein du marché de gros de Lublin, et certains d'entre eux sont également emballés et envoyés en Ukraine.

“Les citoyens ukrainiens touchés par la crise ont besoin de l'aide de chacun d'entre nous. Nous serons donc très reconnaissants à nos membres pour toute aide et tout don.”

Les membres européens de la WUWM s'engagent à continuer à vous soutenir en envoyant les biens nécessaires pour venir en aide aux réfugiés ukrainiens. Quels sont les besoins les plus urgents? Que voulez-vous dire à nos membres, afin qu'ils puissent soutenir davantage votre travail?

Nous avons besoin de:

- ALIMENTS A LONGUE DUREE DE CONSERVATION: conserves, huile, sucre, pâtes, farine, gruau, riz, thé, café, sucreries, lait UHT, préparations pour nourrissons, fruits et légumes en conserve (haricots, pois, maïs, ananas, pêches), purée de tomates en cartons, fruits secs, noix.
- COSMETIQUES ET DETERGENTS: gels douche, shampooings, savons, brosses à dents et dentifrices, crèmes protectrices, couches pour enfants, liquides de lavage, liquides vaisselle.
- MATÉRIEL DE PANSEMENT, notamment pour les plaies et les brûlures: couvertures thermiques, gaze stérile, compresses stériles, bandages élastiques, ampoules de solution saline, agents désinfectants, gants jetables, bandages triangulaires stériles, garrots, ciseaux à bandage.
- AUTRES ARTICLES: bouilloires pour boissons chaudes, vaisselle jetable, tasses thermiques, thermos, chaussettes, sous-vêtements.

32

Y a-t-il un problème critique que vous aimeriez partager avec nos membres?

Les citoyens ukrainiens touchés par la guerre provoquée par la Fédération de Russie ont besoin de l'aide de chacun d'entre nous. Ils seront donc très reconnaissants de toute aide de l'Union mondiale des marchés de gros. Si vous exprimez votre volonté de donner des articles, le marché de gros de Lublin coordonnera les collectes en termes d'information et d'organisation dans le cadre de son partenariat avec la Croix-Rouge polonaise.

Dans le monde de WUWM:

14 -18 mars — WUWM a participé en tant qu'orateur principal à l'atelier «Leaving No Place behind: Renforcer les liens entre zones urbaines et rurales en Afrique», atelier régional en Guinée Conakry.

7 mars — Présentation de la campagne Love Your Local Market 2022

15 mars — WUWM a participé à l'exposition internationale agricole et environnementale du Qatar 2022 à Doha et a visité les marchés de gros du nouveau membre Aswaq.

21 mars — WUWM a demandé à co-organiser un événement de réseautage au Forum urbain mondial 2022.

25 mars — WUWM a rejoint le groupe consultatif agricole de l'OCDE-FAO.

29 mars — WUWM a participé en tant qu'orateur principal au lancement du réseau technique d'experts municipaux sur les marchés alimentaires urbains organisé par la FAO.



About WUWM:

We aim to facilitate access to healthy diets for everyone in the world by delivering more sustainable, inclusive, and high-quality fresh food supply systems. We exchange ideas, share best practices and cooperate with our partners in international organizations, governments, businesses, and the public.

