Espagne

Marché Nuestra Señora de África

Type de marché: marché alimentaire urbain couvert ; mixte (produits frais, restauration, fleurs, artisanat) ; géré de manière autonome par une coopérative de commerçants

Fréquence: tous les jours, le matin (6 h 00 – 14 h 00 ; le dimanche 7 h 00 – 14 h 00)





Principales parties prenantes

. **Direction du marché :** la coopérative à but non lucratif des commerçants, avec son conseil d'administration et son équipe de direction professionnelle, qui gère le marché depuis 1995.

. **Commerçants :** environ 140 à 160 commerçants répartis sur quelque 360 étals (produits frais, bars et restaurants, fleurs, artisanat).

. **Pouvoirs publics :** la mairie (frais de gestion, contrôles), le Cabildo et le gouvernement des Canaries (subventions pour les travaux), ainsi que d'autres organismes de contrôle.

. **Consommateurs :** habitants du quartier de tous âges, familles, touristes et passagers de croisière.

. **Fournisseurs :** marché de gros Mercatenerife, agriculteurs locaux, pépinières et importateurs.

Principaux produits et utilisateurs

Principaux produits : fruits et légumes frais (y compris des variétés locales de pommes de terre), viande, poisson, fromage, produits de boulangerie, plats préparés, bars et restaurants, fleurs et plantes, artisanat et souvenirs. Les produits sont principalement locaux et régionaux, mais on y trouve également des produits provenant de l'Espagne continentale et de l'étranger.

Utilisateurs: les acheteurs locaux quotidiens ; les familles attirées par les activités pour enfants ; les écoles (20 à 30 visites par an) ; les associations de quartier utilisant l'espace ; les touristes et les passagers de croisière.

Principaux systèmes de production / d'agriculture

Les produits locaux proviennent de petites exploitations familiales de Ténérife : parcelles pluviales dans les zones de moyenne altitude et parcelles irriguées dans le sud, la majeure partie du travail étant effectuée à la main. La production est principalement conventionnelle. Quelques vendeurs proposent leurs propres récoltes ou leur bétail. Les plantes proviennent pour moitié environ de pépinières locales et pour moitié des Pays-Bas.

Chaîne de valeur concernée (approvisionnement)

Le marché repose principalement sur la revente. La plupart des vendeurs s'approvisionnent dans les halles des agriculteurs du marché de gros Mercatenerife, certains achètent des récoltes entières directement auprès des exploitations, et seuls quelques-uns sont à la fois producteurs et vendeurs. Les intermédiaires remplacent de plus en plus les agriculteurs. La qualité repose sur la sélection des produits par les vendeurs et sur la confiance de longue date des clients ; l'étiquetage d'origine est rare.

Institutions / Gouvernance à l'origine du marché

Un marché municipal a ouvert ses portes en 1944 et a été géré par la mairie jusqu'en 1995. Cette année-là, face au déclin du marché et à un projet de vente, les commerçants ont formé une coopérative à but non lucratif et en ont pris la gestion. Chaque membre dispose d'une voix, tous les excédents sont réinvestis, et la coopérative assure le nettoyage, l'entretien, les services de conseil, le stationnement et une application d'information. Elle verse des frais de gestion à la mairie et est réglementée par plusieurs organismes publics.

Emplacement



Défis

- **Réglementation :** des règles mal adaptées au contexte canarien et aux petites entreprises familiales. Les inspections simultanées, les exigences en matière de sécurité incendie et les limites de capacité ont mis fin aux événements nocturnes. La direction plaide pour des conseils plutôt que des sanctions.
- **Renouvellement générationnel :** des métiers tels que la boucherie, la poissonnerie et l'agriculture ne sont pas perpétués, et les commerçants locaux sont remplacés par de nouveaux venus. La direction ne s'accorde pas sur la cause : manque d'intérêt ou lourdeurs fiscales et réglementaires.
- **Viabilité économique des commerçants :** coûts élevés liés au statut d'indépendant et disparités dans le chiffre d'affaires entre les étals.
- **Engagement collectif :** les commerçants se concentrent sur leur propre étal et laissent les questions collectives à la coopérative.
- **Production locale :** baisse de l'offre locale (pommes de terre, fromage, bétail), les intermédiaires se substituant aux agriculteurs et la concurrence des importations s'intensifiant.
- **Bâtiment et accès :** un bâtiment vieux de 80 ans nécessitant des réparations constantes ; saturation du parking et affluence les week-ends.

Potentiel TIC

- Développer l'application de vente en ligne et la livraison à domicile.
- Mise en place d'un étiquetage numérique d'origine pour mettre en valeur les produits locaux.
- Accompagnement en marketing numérique pour les commerçants, dont l'utilisation des réseaux sociaux est inégale.

Partenaires opérationnels

- Coopérative des commerçants du Mercado Nuestra Señora de África
- Université de La Laguna (ULL)

Les travaux de recherche à l'origine de ces résultats ont bénéficié d'un financement de la Direction générale de la recherche scientifique et du développement technologique (DGRSDT), dans le cadre du projet PRIMA BLUMI-Med de l'Union européenne

LA RECOVA
Rambla Azul et centre commercial

Université de La Laguna