

Portugal

AGROBIO MARKETS

Type de marché Alimentaire, BIO

Fréquence

hebdom

adaire, le samedi de 9 h à 14 h



Principaux acteurs

- AGROBIO
- Conseil municipal (Câmara Municipal de Lisboa et Junta de Freguesia do Parque das Nações)
- Organismes de certification biologique
- ASAE (Autorité de sécurité alimentaire et économique)
- Producteurs/vendeurs
- Consommateurs

Principaux produits et utilisateurs

- Fruits, légumes et herbes aromatiques bio frais
- Pain et produits de boulangerie bio
- Huile d'olive
- Légumineuses (haricots, pois chiches...)
- Produits transformés biologiques (confitures, conserves, jus, fruits secs, etc.)

Producteurs (qui sont également les principaux vendeurs)

Consommateurs (habitants de la région, consommateurs à fort pouvoir d'achat et certains résidents étrangers très sensibilisés à l'alimentation biologique)

Principal(aux) système(s) de production / d'agriculture

Agriculture biologique certifiée



Exploitations familiales de petite et moyenne taille
Production saisonnière et locale (district de Lisbonne)

Chaîne de valeur concernée (approvisionnement)

Systèmes de vente directe

Producteur national/régional → Marché → Consommateur

Certains producteurs proposent un petit nombre de produits **importés** certifiés biologiques (BIO)

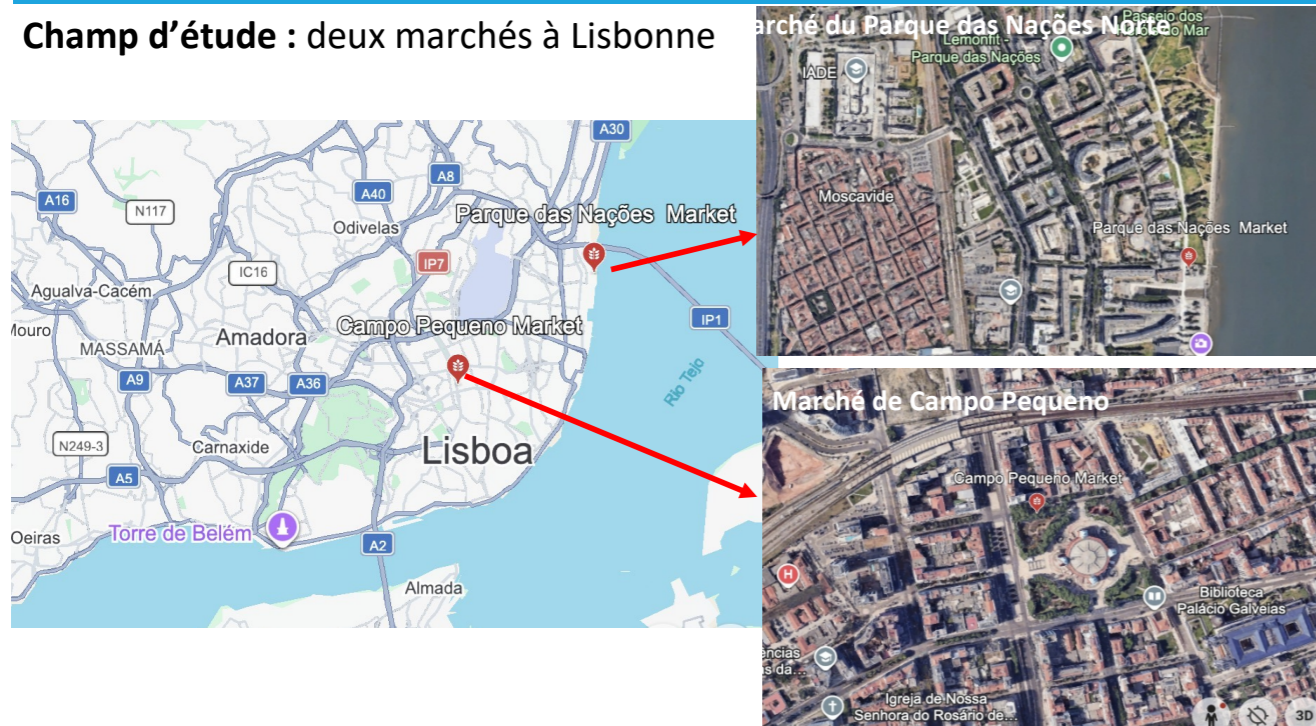
Un seul vendeur est une coopérative qui distribue des produits provenant d'agriculteurs BIO du nord du Portugal (LocalBIO)

Institutions / Gouvernance chargées de la mise en place du marché

- **Rôle d'AGROBIO** : réguler les marchés pour garantir la qualité, des producteurs certifiés et une bonne organisation
- **Règles de participation** : uniquement les producteurs ou distributeurs certifiés bio ; priorité aux producteurs
- **Marchés hebdomadaires** : présence régulière obligatoire ; les producteurs saisonniers ou mensuels ne sont pas autorisés
- **Nombre de places limité** : présélection en fonction de la taille du marché ; priorité aux producteurs par rapport aux distributeurs
- **Philosophie** : réduire les intermédiaires, promouvoir les circuits courts et favoriser les ventes directes entre producteurs et consommateurs
- **Marché de petite taille** : 7 à 10 producteurs/stands.

Localisation

Champ d'étude : deux marchés à Lisbonne



Défis

- **Stationnement** : les conditions de stationnement pour les producteurs sont fixées par les autorités locales
- **Promotion et sensibilisation** : il faut renforcer la promotion des marchés et des produits bio locaux afin de rétablir le lien entre les producteurs et les consommateurs.
- **Infrastructures** : les marchés en plein air sont attractifs mais dépendent des conditions météorologiques ; l'éclairage et les sanitaires sont limités.
- **Autorités** : des conflits occasionnels avec les municipalités peuvent entraver l'organisation et la pérennité des marchés.

Potentiel des TIC

- Système numérique pour l'échange de sous-produits entre producteurs, mais aussi entre consommateurs
- Plateformes de traçabilité et de transparence environnementales
- Application mobile permettant de s'informer sur le producteur, l'origine des produits et de consulter le certificat.

Partenaires de mise en œuvre

- Agrobio – Association portugaise pour l'agriculture biologique
- NOVA FCT



Les travaux de recherche ayant abouti à ces résultats ont bénéficié d'un financement de la FCT (Fondation pour la science et la technologie), réf. PRIMA/0005/2024, <https://doi.org/10.54499/PRIMA/0005/2024> et réf. PRIMA/0006/2024, <https://doi.org/10.54499/PRIMA/0006/2024>, dans le cadre du projet PRIMA BLUMI-Med de l'Union européenne

