



VOYAGE DE CLASSE : LISBONNE



MASTER LMD



Master 2 Logistique, Marketing, Distribution

Association :
Activ'log

30 élèves participants + 1
accompagnant

Du 1er au 5 juin 2026



PÔLE VOYAGE



SONSAVANH
PRESIDENT



MATHIS



KILLIAN



CHLOE



BRIAC



SOLENNE

Organisation du programme, réservation des activités et contact avec les entreprises.

PROGRAMME

Lundi 1 juin

- Arrivée et installation
- Visite professionnelle : plateforme logistique d'intermarché
- Quartier libre dans le centre de Lisbonne
- Echange professionnel a Restaurant Cervejaria Ramiro

Mardi 2 juin

- Visite de la PME d'Olival
- Visite de la PME Vidal Tecidos
- Time Out Market
- Pink Street

Mercredi 3 juin

- Visite au Mercado de Campo de Ourique
- Visite de la ville de Lisbonne : Château Saint Georges, Eglise Saint Vincent, Panthéon de Lisbonne
- Visite du musée de la marine de Lisbonne
- Tour en bateau

Jeudi 4 juin

- Visite professionnelle : Pasteis de Belém
- Visite culturelle de Belém
- LX factory
- Rencontre avec les étudiants du master de l'ISEG Lisbon School

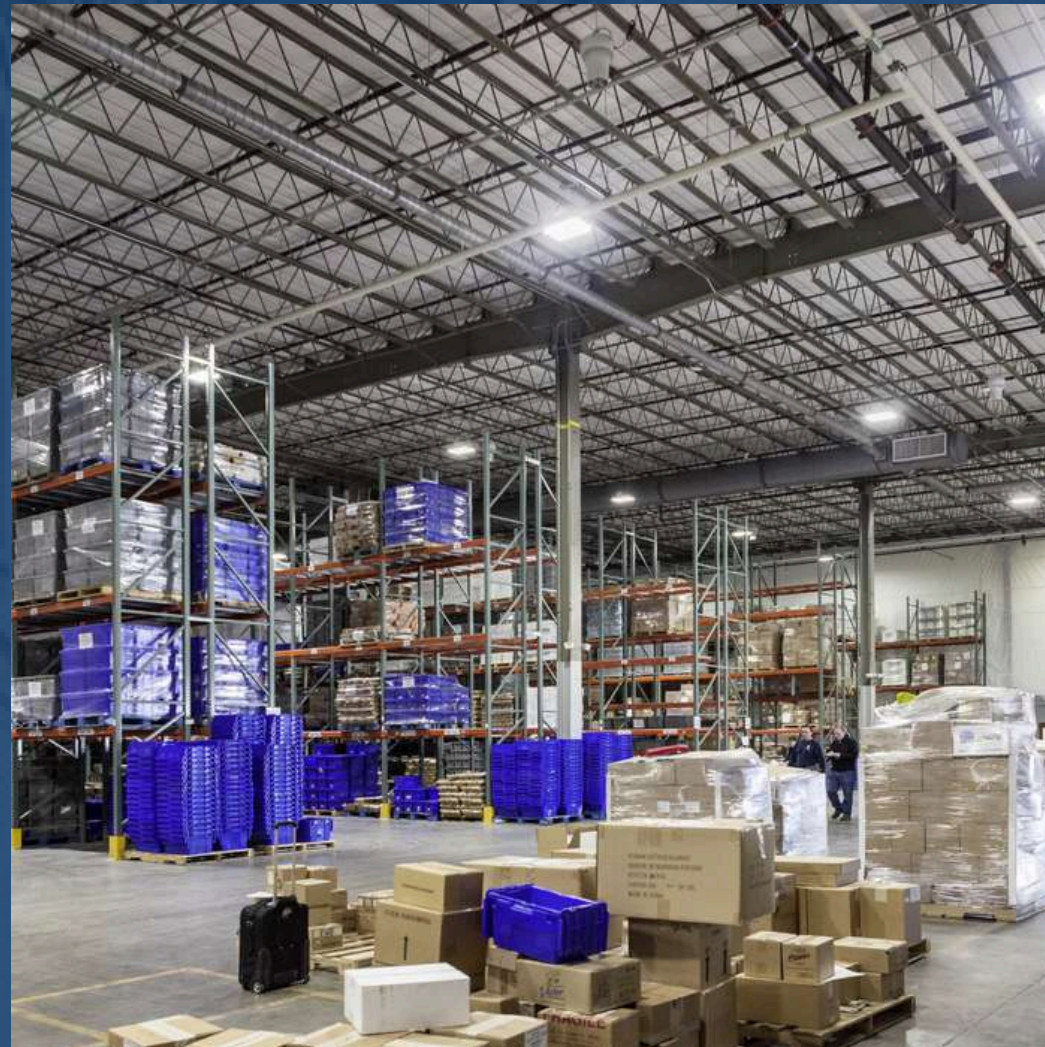
Vendredi 5 juin

- Visite de Cascais
- Rencontre d'un professionnel pêcheur local
- Retour à Paris

1 JUIN

ALCANENA (PLATEFORME INTERMARCHÉ)

Cette visite a pour objectif de découvrir le fonctionnement d'une plateforme logistique d'Intermarché, l'un des principaux distributeurs européens, afin de mieux comprendre les opérations qui permettent d'assurer l'approvisionnement des magasins. Elle offre l'occasion d'observer l'organisation des flux de marchandises, les méthodes de gestion des stocks ainsi que les différentes étapes de préparation et d'expédition des commandes. Elle permet également d'analyser le rôle des outils technologiques et des systèmes d'information dans l'optimisation des processus logistiques, l'amélioration de la traçabilité des produits et le renforcement de la performance globale de la chaîne d'approvisionnement.



Lors de notre passage dans les entrepôts d'Intermarché, nous avons observé l'utilisation d'un WMS (Warehouse Management System) avancé pour suivre en temps réel l'état des stocks. De plus, un TMS (Transport Management System) nous a également été présenté permettant d'organiser les allers et venus de camions de marchandises. Un point marquant a été la gestion des produits périssables, nécessitant un contrôle rigoureux de la température et des délais de stockage.

La réactivité et la planification des flux logistiques sont primordiales pour assurer une satisfaction client optimale. La logistique de la chaîne du froid doit être synchronisée avec les stratégies marketing pour garantir une expérience d'achat fluide. Cette visite nous a ainsi montré qu'une logistique agile permet de répondre rapidement aux demandes fluctuantes, tout en garantissant une réduction des coûts opérationnels, particulièrement dans les secteurs sensibles comme l'agroalimentaire et les FMCG.

RESTAURANT CERVEJARIA RAMIRO

La rencontre avec Carlos, le restaurateur du restaurant Cervejaria Ramiro nous a permis de mieux comprendre les contraintes opérationnelles propres aux activités de restauration situées en plein cœur d'une capitale touristique. Les échanges ont notamment mis en évidence la complexité de la logistique d'approvisionnement en produits frais dans un centre urbain dense, marqué par des restrictions de circulation et des accès limités pour les véhicules de livraison. Le restaurateur a expliqué l'importance d'une planification rigoureuse des livraisons, de relations étroites avec les fournisseurs locaux et d'une gestion précise des stocks afin de garantir la fraîcheur des produits tout en évitant les ruptures.



1 JUIN



Par ailleurs, cette rencontre a permis d'analyser l'adaptation des pratiques commerciales à une clientèle internationale et multiculturelle. Le restaurant doit concilier l'authenticité de la gastronomie portugaise avec les attentes variées de visiteurs provenant de différents pays, ce qui implique des choix spécifiques en matière de communication, de service et d'organisation. La gestion des flux de clients, particulièrement en période de forte affluence touristique, nécessite également une coordination efficace entre la cuisine et la salle afin d'assurer la qualité de l'expérience proposée. Cette visite nous a ainsi offert une vision concrète des enjeux logistiques, commerciaux et managériaux auxquels font face les établissements de restauration dans un environnement urbain à forte attractivité internationale.

RESTAURANT CERVEJARIA RAMIRO

Interview with Carlos, Owner of Cervejaria Ramiro

Cristina: Thank you for taking the time to speak with us. Cervejaria Ramiro is one of the most famous restaurants in Lisbon. What do you think is the key to its success?

Carlos: I believe our success comes from the quality of our seafood, our commitment to customer satisfaction, and the consistency we maintain every day.

Yao: We noticed that the restaurant is often very busy. How do you manage such a large number of customers, especially during the tourist season?

Carlos: Good organization is essential. We carefully coordinate the dining room and the kitchen, and our team is trained to work efficiently while maintaining a high level of service.

Cristina: As students of Logistics, Marketing and Distribution, we are particularly interested in supply chain management. How do you ensure the freshness of your products?

Carlos: We receive fresh seafood deliveries every day from trusted suppliers. Maintaining strong relationships with them and carefully monitoring inventory levels allows us to guarantee quality while reducing waste.

Yao: Many customers mention the excellent service in their reviews. How important is customer experience for your restaurant?

Carlos: It is extremely important. A great meal is not only about food; it is also about how customers are welcomed and served. Positive experiences encourage people to come back and recommend us to others.

Cristina: Your restaurant attracts visitors from all over the world. Do you adapt your services to international customers?

Carlos: Yes, of course. We try to make everyone feel comfortable while preserving the authentic Portuguese identity of the restaurant. Our staff is used to interacting with customers from different cultures and backgrounds.

Yao: Finally, what advice would you give to future managers working in the hospitality sector?

Carlos: Never underestimate the importance of teamwork, planning, and customer satisfaction. These three elements are essential for long-term success.

Cristina and Yao: Thank you very much for sharing your experience with us.

Carlos: You're welcome. I wish you success in your studies and future careers.

1 JUIN

Pour approfondir ces sujets, nous avons réalisé un bref entretien avec Carlos, en nous concentrant sur la logistique, le service client et les pratiques de gestion du restaurant.

2 JUIN

VISITE PME D'OLIVAL

La visite de la PME D'Olival nous a permis d'approfondir notre compréhension des enjeux logistiques et commerciaux liés à l'import-export dans le secteur agroalimentaire. L'entreprise nous a présenté son organisation, qui combine la commercialisation de produits locaux auprès d'une clientèle portugaise et le développement de débouchés internationaux grâce à des activités d'exportation. Cette double orientation impose une gestion rigoureuse des flux de marchandises, notamment dans la coordination entre production, conditionnement et expédition vers différents marchés aux exigences variées.



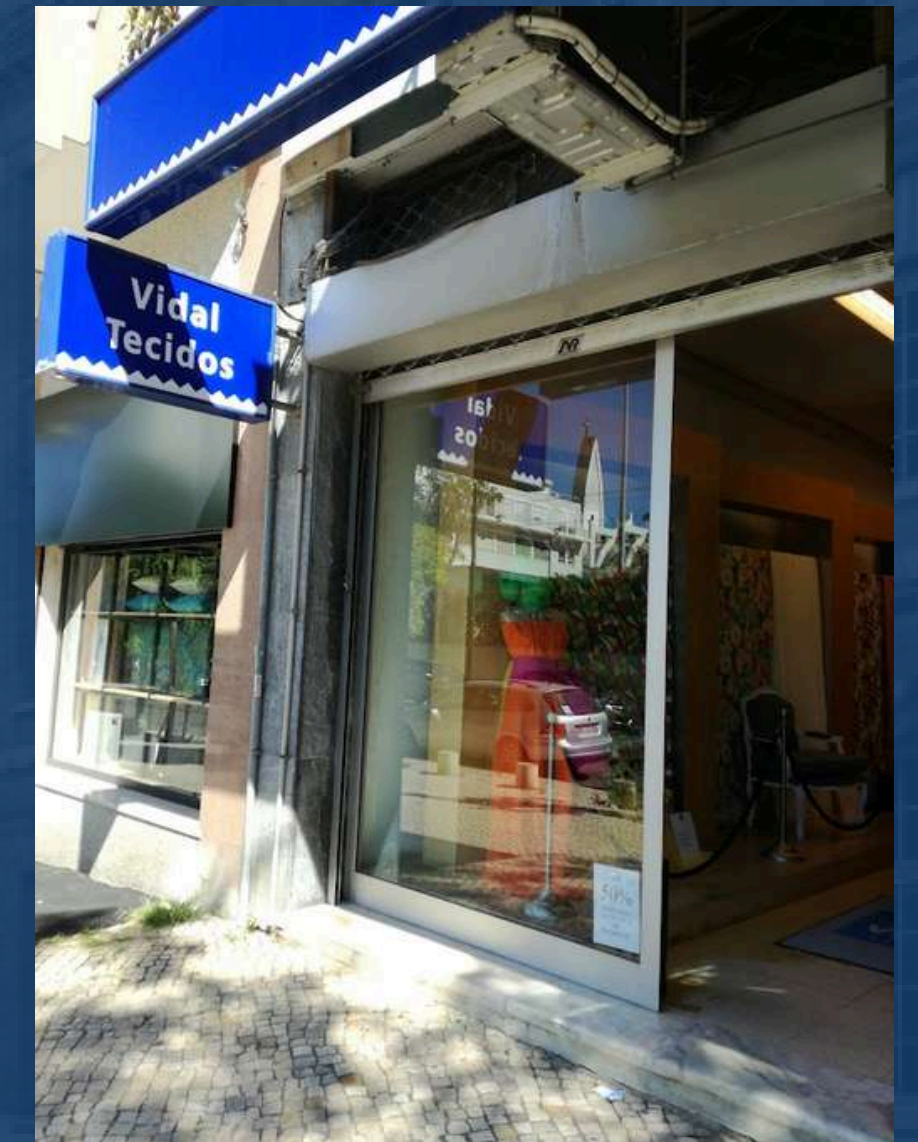
Les responsables ont également détaillé l'importance du stockage dans la préservation de la qualité des produits, en particulier pour des denrées sensibles aux conditions de température et de conservation. L'organisation des entrepôts, la gestion des stocks et la planification des réapprovisionnements constituent des leviers essentiels pour répondre efficacement à la demande locale tout en assurant la continuité des livraisons à l'international. Cette visite a ainsi mis en évidence la manière dont une PME peut structurer sa supply chain afin de concilier développement commercial, exigences logistiques et adaptation à des marchés diversifiés.

VISITE PME VIDAL TECIDOS

La visite de la PME Vidal Tecidos nous a permis de mieux comprendre l'organisation logistique et commerciale d'une entreprise spécialisée dans la distribution de textiles. Les responsables nous ont présenté le fonctionnement de leur activité, centrée sur l'approvisionnement en tissus auprès de fournisseurs variés et la revente à des clients professionnels et particuliers. Cette activité implique une gestion rigoureuse des flux de marchandises, depuis la réception des rouleaux de tissus jusqu'à leur stockage et leur mise à disposition pour la vente.

2 JUIN

L'entreprise nous a également expliqué l'importance de la gestion des stocks dans un secteur caractérisé par une grande diversité de références, de matières et de couleurs. L'organisation des espaces de stockage doit permettre un accès rapide aux produits tout en optimisant la surface disponible. Par ailleurs, Vidal Tecidos développe des relations commerciales avec des clients locaux ainsi qu'avec des partenaires internationaux, ce qui suppose une adaptation des volumes, des délais de livraison et des modes de transport. Cette visite nous a ainsi offert une vision concrète des enjeux logistiques, commerciaux et organisationnels propres aux PME du secteur textile, en mettant en évidence la nécessité d'une coordination efficace entre approvisionnement, stockage et distribution.

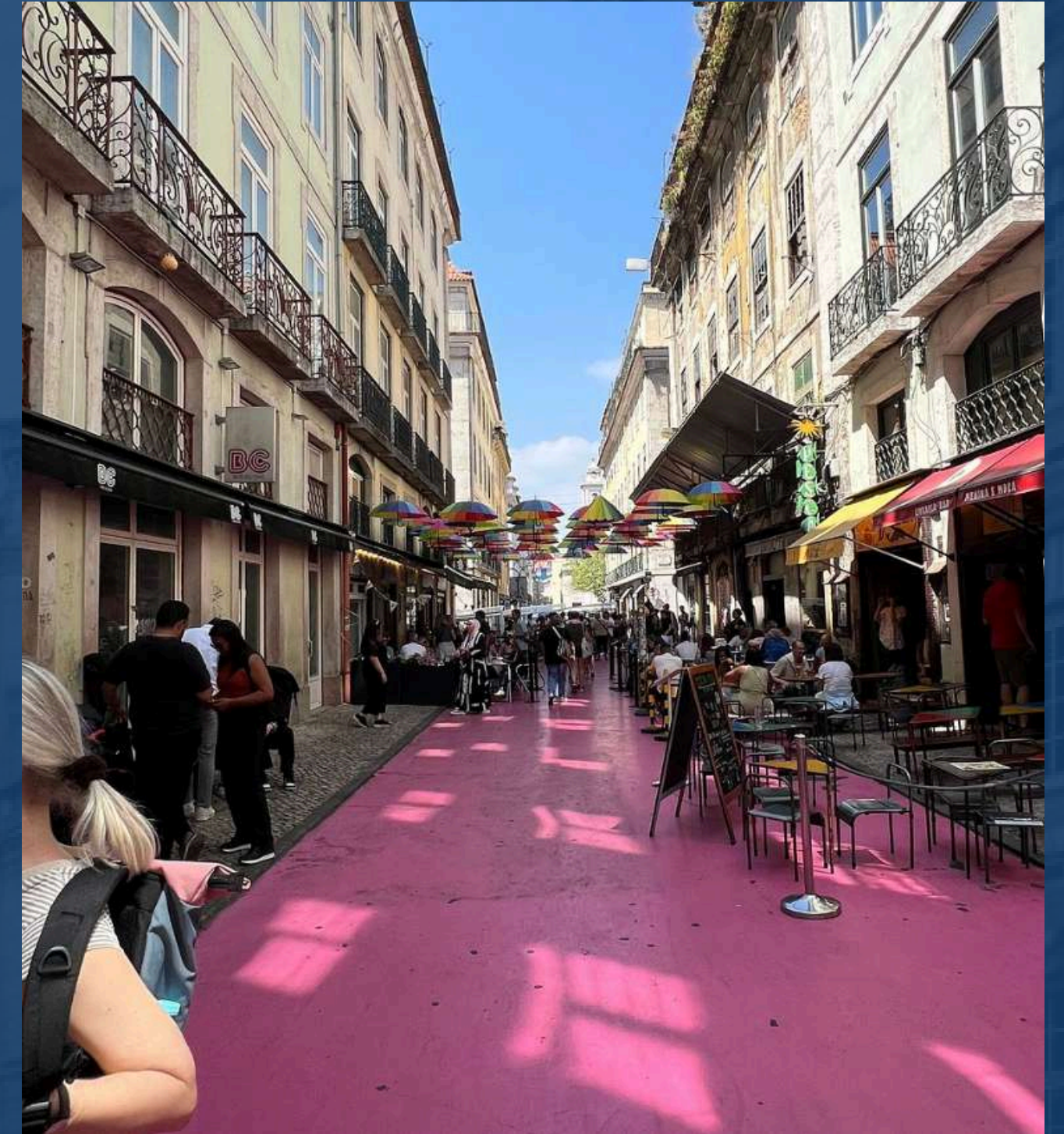


PINK STREET

2 JUIN

La Pink Street est l'une des rues les plus emblématiques de Lisbonne, célèbre pour sa vie nocturne animée et ses bars branchés. Cette rue, autrefois un quartier industriel, a été réaménagée pour devenir un centre de loisirs nocturnes et de commerce alternatif. La rue porte son nom en raison de la peinture rose qui recouvre le sol, un élément distinctif qui attire non seulement les habitants mais aussi les touristes. Chaque nuit, elle devient un véritable centre logistique informel, avec des bars, des restaurants et des clubs qui interagissent pour créer une expérience immersive.

La transformation urbaine d'un ancien quartier industriel en un espace commercial vivant démontre comment les entreprises peuvent réussir à transformer un lieu en pôle d'attractivité. Cela peut être lié aux stratégies de marketing urbain et à la manière dont un quartier peut être réinventé pour répondre aux attentes des consommateurs modernes, créant ainsi de nouvelles opportunités de distribution dans des espaces urbains.



TIME OUT MARKET

2 JUIN



Le Time Out Market est un marché couvert situé à Lisbonne, dédié à la gastronomie locale et internationale. Ce lieu est un exemple parfait de stratégie commerciale moderne, où les commerçants viennent proposer une large gamme de produits alimentaires dans un même espace, créant une expérience gastronomique unique pour les visiteurs.

Chaque stand est une micro-entreprise à part entière, et la collaboration entre ces différents acteurs crée une atmosphère dynamique et interactive. L'offre est constamment ajustée en fonction des tendances du marché et des préférences des consommateurs.



Le Time Out Market illustre la flexibilité et l'adaptabilité nécessaires dans l'industrie de la restauration et du retail. Il montre également comment un lieu peut fusionner logistique et marketing expérientiel pour offrir une expérience client de qualité, tout en maintenant des relations logistiques efficaces entre commerçants et gestionnaires du marché.

La visite du Time Out Market a été pour nous l'occasion de discuter avec des commerçants pour mieux comprendre les enjeux logistiques et marketing d'un commerce dans un tel lieu touristique. Nous avons pu également comprendre comment les commerçants gèrent leurs stocks pour répondre rapidement à la demande qui afflue plus ou moins selon la saison, sans pour autant être en situation de surstock.

MERCADO DE CAMPO DE OURIQUE

3 JUIN

La rencontre avec les commerçants du Mercado de Campo de Ourique nous a offert une immersion concrète dans le fonctionnement d'un marché urbain emblématique, à la croisée du commerce traditionnel et de l'activité touristique internationale. Nous avons pu échanger avec une grande diversité de professionnels représentant plusieurs maillons de la chaîne alimentaire : des vendeurs de produits frais tels que poissonniers, primeurs et bouchers, dont l'activité repose sur des approvisionnements quotidiens et une rotation rapide des stocks ; des commerçants spécialisés dans les produits gastronomiques portugais, notamment des charcutiers, fromagers et pâtisseries mettant en valeur le patrimoine culinaire local ; ainsi que des restaurateurs proposant une offre de street-food et de plats traditionnels destinés à une clientèle à la fois locale et internationale. Cette pluralité d'acteurs illustre la coexistence de circuits courts d'approvisionnement, fondés sur des relations directes avec des producteurs régionaux, et de modèles de distribution adaptés à un espace commercial à forte fréquentation.



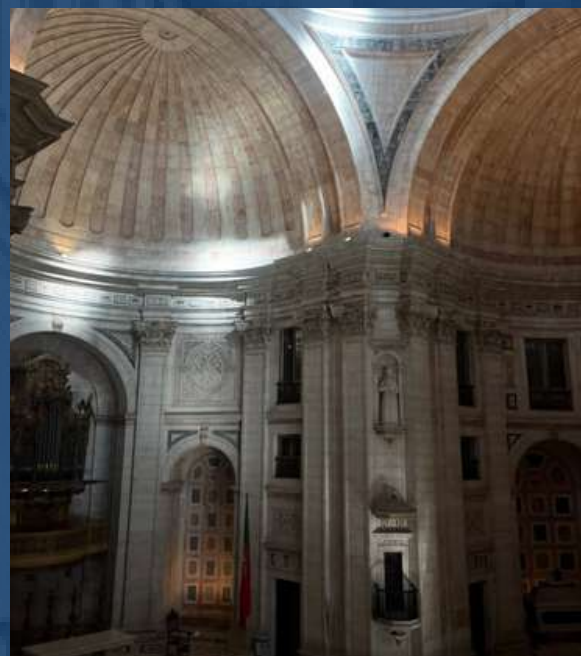
Les échanges ont permis de mieux comprendre les contraintes logistiques propres à ce type de commerce de proximité. La gestion quotidienne des stocks constitue un enjeu majeur, en particulier pour les produits périssables nécessitant des réapprovisionnements fréquents, un contrôle rigoureux de la fraîcheur et une adaptation permanente aux variations de la demande. Les commerçants ont également souligné les difficultés liées à l'emplacement central du marché dans la ville de Lisbonne : accès restreint pour les véhicules de livraison, limitation des espaces de stockage et nécessité d'optimiser l'organisation interne des stands pour faciliter la manutention des marchandises. À ces contraintes s'ajoute la gestion de flux importants de clients, notamment en haute saison touristique, qui impose une organisation efficace des espaces de circulation et du service afin d'éviter les engorgements.

VISITES CULTURELLES

3 JUIN

ÉGLISE SAINT-VINCENT

L'Église Saint-Vincent de Fora est un important site religieux et historique de Lisbonne, construite au XVIe siècle. Elle est située sur l'une des collines de Lisbonne, offrant une vue splendide sur la ville. L'église est dédiée à Saint Vincent, le saint patron de Lisbonne. L'intérieur de l'église est orné de magnifiques azulejos (carreaux de céramique portugais) et de peintures religieuses. Le site abrite également le monastère de Saint-Vincent, qui était un centre de pouvoir politique et spirituel au Moyen Âge.



PANTHÉON DE LISBONNE

Notre université étant au pied du Panthéon de Paris, impossible de ne pas faire un tour au Panthéon de Lisbonne ! Le Panthéon National est un monument emblématique où reposent de nombreux héros nationaux portugais. Ce bâtiment du XVIIe siècle a été transformé en panthéon en 1916, abritant les tombes de figures historiques telles que Vasco da Gama, Amália Rodrigues (chanteuse légendaire), et plusieurs présidents du Portugal.

CHÂTEAU SAINT-GEORGES

Le Château Saint-Georges est une forteresse médiévale dominant Lisbonne. Situé sur une colline, il offre une vue panoramique sur la ville et le fleuve Tage. Ce site a été le centre de l'administration royale durant plusieurs siècles.

En traversant le château, vous pouvez voir des ruines historiques et des expositions interactives qui retracent l'histoire de Lisbonne et de ses systèmes de défense. Le château a servi de point stratégique pour la défense du port de Lisbonne, un élément clé pour les échanges commerciaux et la logistique maritime.s.



MUSEE DE LA MARINE & TOUR EN BATEAU

3 JUIN

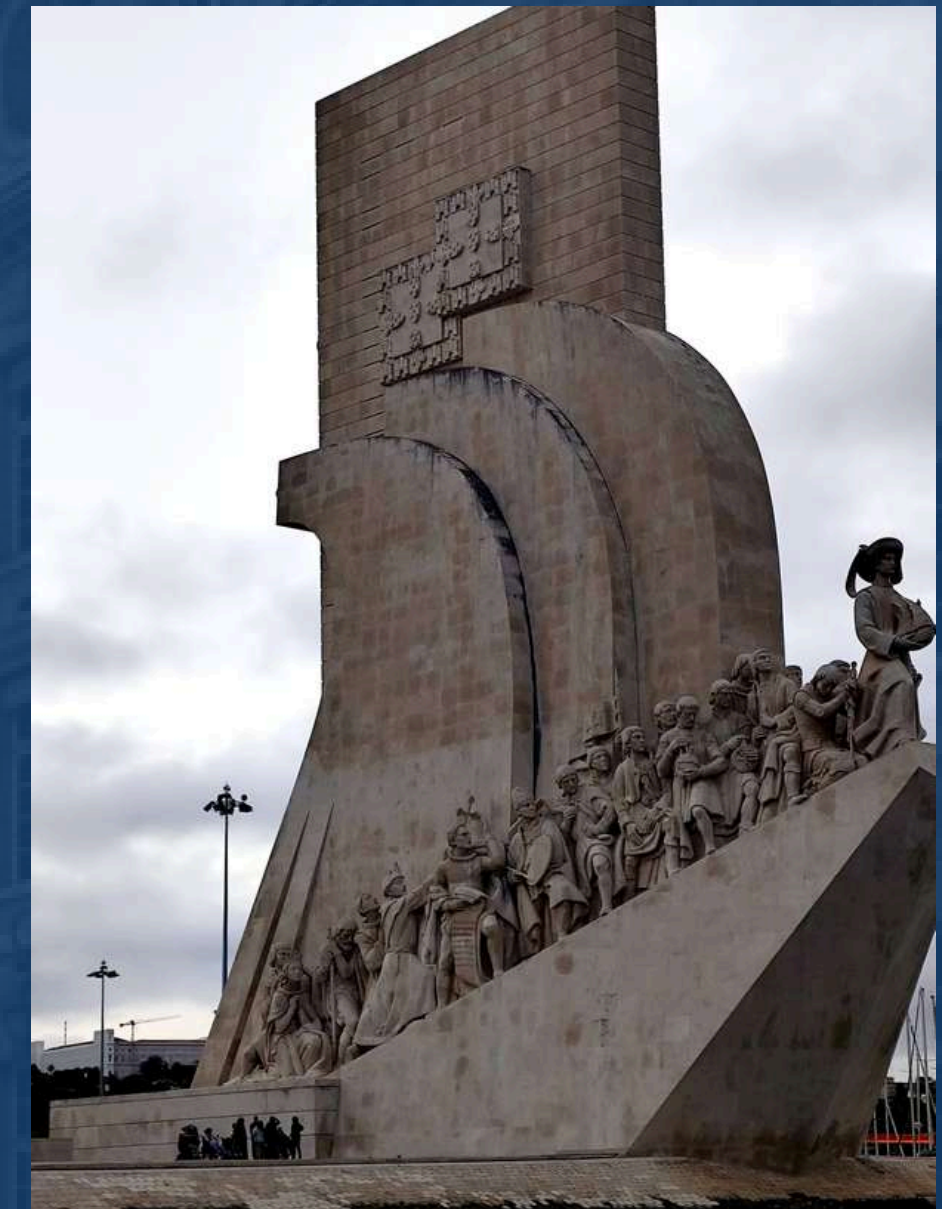
La visite du musée de la Marine est un fascinant voyage dans le passé et l'histoire maritime impressionnante du Portugal, parmi les pays pionniers de la navigation en mer. Notre groupe a pu s'y rendre en milieu d'après-midi. On a pu y retrouver des objets exceptionnels au musée comme la statue en bois représentant l'archange Raphaël que Vasco de Gama avait emportée avec lui lors de son voyage historique en Inde en 1497 (seul objet précieux en souvenir de ce célèbre voyage) l'autel portatif de Vasco de Gama la goélette royale Sirius deux bateaux d'apparat du 18e siècle .



Le soir nous avons eu le droit à une escapade en bateau typique du Portugal de 1h30 afin de parcourir le rivage de Lisbonne, passer sous le pont, et aller de l'autre côté de la côte. Grâce à la présentation à bord d'Elisa, nous avons appris plein de choses sur l'histoire de Lisbonne et du Portugal, sur ces grands noms et monuments, les terribles catastrophes naturelles du 18eme siècle, le dictateur Salazar et tant d'autres.

Nous avons eu la chance de voir de très près le fameux pont de Lisbonne, le Ponte du 25 avril qui ressemble à celui de San Francisco ce qui est dû à son architecte qui avait pu travailler dans la compagnie américaine qui avait réalisé le Golden Gate.

Après 45 mois de travaux, le Pont du a été ouvert au trafic le 6 août 1966 avec pour nom le pont Salazar. À la suite de la Révolution des Oeillets du 25 avril 1974, le pont a adopté son nom actuel.



MUSEE DE LA MARINE & TOUR EN BATEAU

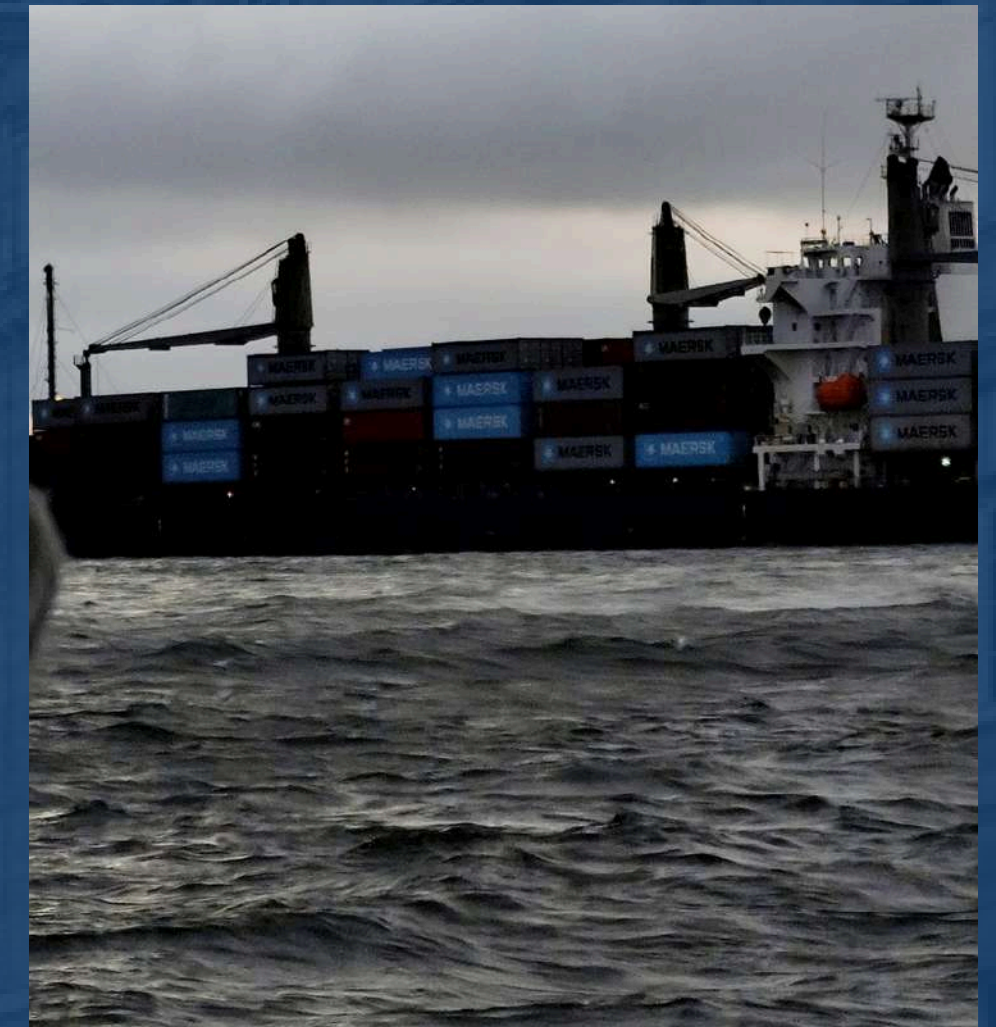
3 JUIN

Également le bateau a pu passer juste à côté du port à conteneur d'Alcantara.

Ce terminal à conteneurs est principalement dédié au trafic maritime international et constitue une plateforme privilégiée pour les liaisons directes vers l'Amérique du Nord, l'Amérique centrale, l'Amérique du Sud, l'Afrique, l'Europe et la Méditerranée.

Le port de Lisbonne bénéficie d'une situation privilégiée, à proximité du plus grand bassin de consommation du Portugal (région de Lisbonne et du Vale do Tejo) et de sa principale zone économique, ce qui en fait une infrastructure vitale pour l'économie portugaise.

Le trafic de conteneurs a des liaisons régulières vers les marchés européens, américains et africains, tant en haute mer (liaisons directes) qu'en mer proche et par navires de collecte, assurées par les principales compagnies maritimes de transport de conteneurs comme on peut le voir sur les photos ci-dessous avec Maersk ou Evergreen. C'est également le principal port assurant des liaisons régulières avec les régions autonomes des Açores et de Madère.



Avec trois terminaux spécialisés dans ce segment de marché et une capacité totale d'environ 1,2 million d'EVP, le port de Lisbonne est ainsi l'une des principales références nationales dans le segment du fret conteneurisé, avec un hinterland qui s'étend jusqu'au territoire espagnol.

BELEM

Véritable symbole gastronomique du Portugal, le Pastel de Nata (ou Pastel de Belém) est bien plus qu'une simple pâtisserie : c'est un héritage direct de l'histoire religieuse et politique de Lisbonne. L'histoire de cette tartelette remonte au XVIIIe siècle, au sein du Mosteiro dos Jerónimos (Monastère des Hiéronymites), situé dans le quartier de Santa Maria de Belém à Lisbonne.

À cette époque, les institutions religieuses portugaises utilisaient des quantités astronomiques de blancs d'œufs. Ces derniers servaient principalement à deux choses : clarifier le vin (le "collage") et, surtout, empeser les habits des moines et des nonnes pour les garder rigides. Cette pratique laissait les couvents avec d'immenses surplus de jaunes d'œufs. Pour ne pas les gaspiller, les moines ont commencé à développer diverses recettes de pâtisseries douces, donnant naissance à une riche tradition de "doçaria conventual" (douceurs conventuelles) dont le pastel de nata est le représentant le plus célèbre.

4 JUIN



Le tournant de l'histoire du pastel s'opère au XIXe siècle, dans un contexte de profonds bouleversements politiques. Suite à la Révolution libérale de 1820, l'État portugais prend des mesures drastiques contre le clergé, aboutissant en 1834 à l'extinction des ordres religieux. Les monastères et couvents sont fermés et leurs biens confisqués.

Privés de leurs revenus et confrontés à la misère, les moines du Monastère des Hiéronymites cherchent un moyen de survie. Ils commencent alors à vendre leurs fameuses tartelettes aux œufs dans une petite boutique attenante à une raffinerie de sucre de canne, située non loin du monastère. À l'époque, le quartier de Belém était éloigné du centre de Lisbonne, mais il attirait déjà les visiteurs venus admirer la Tour de Belém ou le monastère en bateau à vapeur.

Face au succès de la pâtisserie, les moines finissent par vendre leur recette secrète en 1837 au propriétaire de la raffinerie, Domingos Rafael Alves. C'est la naissance officielle de la Fábrica de Pastéis de Belém, qui reste à ce jour la seule détentrice de la recette originelle.

LX FACTORY

LX Factory est un espace culturel, créatif et dynamique installé dans une ancienne zone industrielle, près du pont du 25 avril. Ce lieu est devenu un centre névralgique de l'art, du design, de la musique, et de la technologie à Lisbonne. Le site abrite des galeries d'art, des restaurants, des boutiques créatives, et des espaces de coworking.

En se promenant dans LX Factory, nous avons découvert une véritable fusion de l'industrie et de la créativité. De nombreux jeunes créateurs portugais y lancent des projets liés à la mode, la technologie et l'art. C'est un excellent exemple de comment la créativité et l'innovation peuvent influencer les secteurs de la distribution et du marketing en créant de nouveaux produits et services à la demande.

4 JUIN

LX Factory incarne l'économie de l'innovation et la réinvention des espaces industriels. Cela nous rappelle l'importance de l'adaptabilité dans l'urbanisme et la logistique créative. Cette transformation peut inspirer des modèles d'entreprises innovantes dans des secteurs comme la distribution de produits de niche, ou dans les nouvelles stratégies marketing centrées sur l'expérience utilisateur.



LX FACTORY

4 JUIN

Nous avons également eu l'occasion de rencontrer 2 entrepreneuses. Nous avons rencontré une entrepreneuse spécialisée dans la fabrication artisanale de poterie, qui nous a présenté l'organisation de sa production ainsi que les contraintes liées à la gestion d'une activité artisanale. Elle nous a expliqué l'importance de la planification des matières premières, de la gestion des stocks de produits finis et de l'optimisation de l'espace de travail afin de concilier production manuelle, exposition des créations et vente directe aux clients. Son activité illustre les enjeux logistiques propres aux micro-entreprises artisanales, où la production en petites séries nécessite une gestion rigoureuse des approvisionnements et une adaptation constante à la demande.



Nous avons également échangé avec une entrepreneuse ayant développé une boutique spécialisée dans l'achat et la revente de produits portugais typiques, tels que des savons artisanaux, des huiles locales et divers articles représentatifs du savoir-faire national. Cette activité commerciale repose sur une sélection rigoureuse des fournisseurs locaux, une gestion précise des stocks et une organisation efficace de l'espace de vente afin de valoriser les produits auprès d'une clientèle touristique internationale. Elle nous a expliqué les enjeux liés à la diversité des références, à la rotation des produits et à la mise en avant d'articles à forte valeur culturelle. Ces échanges nous ont permis de comprendre comment de petites structures commerciales s'intègrent dans un écosystème créatif, en combinant artisanat local, stratégie de distribution et marketing expérientiel pour répondre aux attentes d'un marché mondialisé.

Finalement la LX Factory est un espace aux multiples enjeux pour les entrepreneurs. En payant un loyer peu conséquent, ils ont la possibilité de mettre en avant leur savoir-faire et de réaliser leur premier chiffre d'affaires permettant de capitaliser sur un résultat conséquent pour ensuite réaliser leurs premiers investissements. Ce type de lieu est un véritable incubateur de talents.

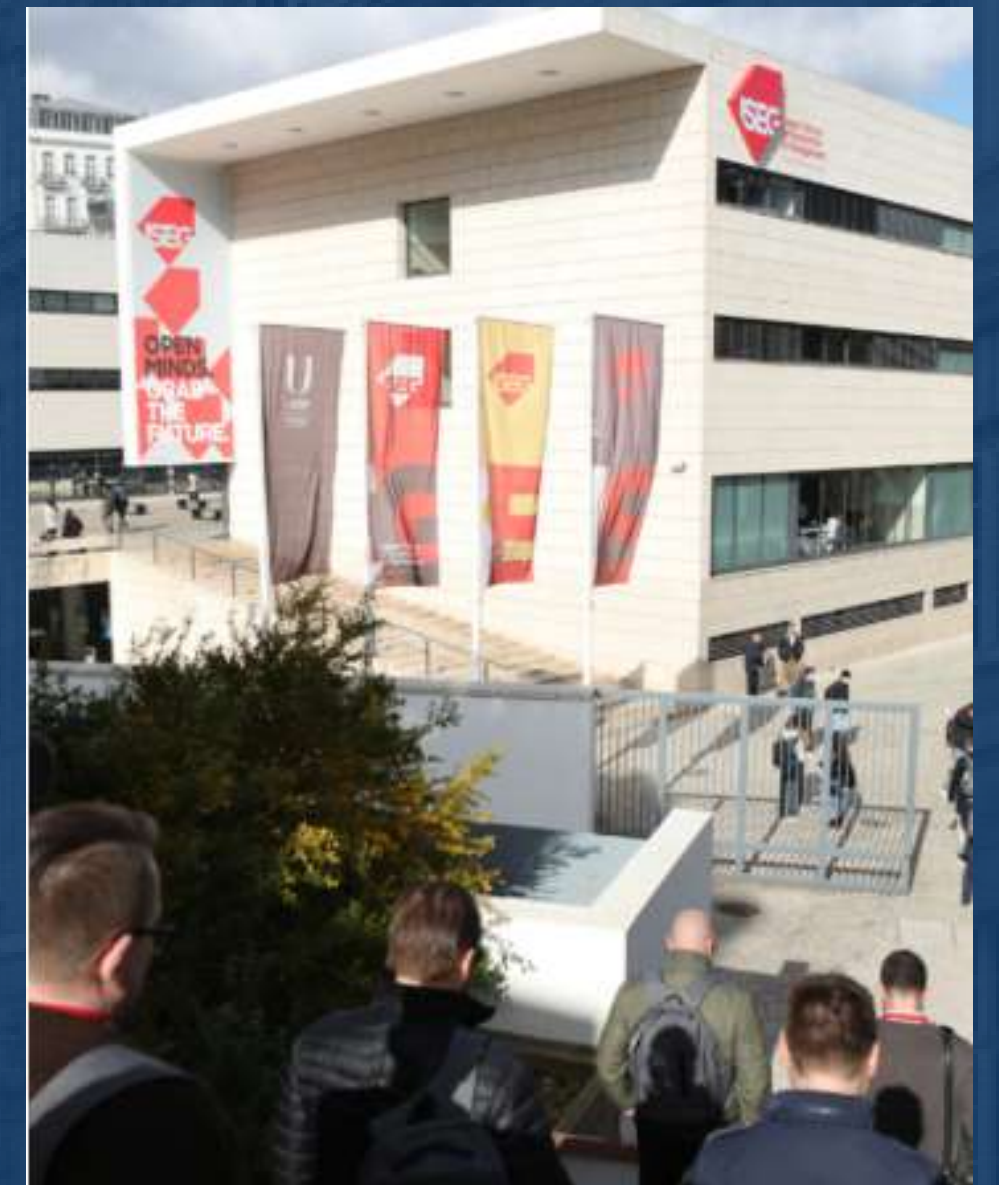
RENCONTRE AVEC LES ETUDIANTS DE L'ISEG LISBON

La rencontre avec les étudiants du Master de Management de l'ISEG Lisbon School of Economics & Management a constitué un moment d'échange particulièrement enrichissant sur les pratiques pédagogiques et les perspectives professionnelles au Portugal. Les étudiants nous ont présenté de manière détaillée la structure de leur formation, en décrivant l'organisation de leurs enseignements, l'importance accordée aux études de cas et aux projets de groupe, ainsi que les méthodes d'évaluation privilégiant l'analyse critique et la mise en situation professionnelle. Ils ont également expliqué la façon dont ils réalisent leurs travaux de recherche et leurs mémoires, souvent en lien direct avec des entreprises partenaires, ce qui favorise une approche appliquée du management et une meilleure compréhension des réalités du terrain.

4 JUIN



Au-delà des aspects académiques, ces échanges nous ont permis de mieux appréhender leur vision du monde professionnel portugais. Les étudiants ont souligné une approche pragmatique de l'emploi, consistant à saisir les opportunités au fur et à mesure de leur parcours plutôt qu'à suivre un plan de carrière strictement défini. Ils accordent également une importance particulière aux valeurs portées par les entreprises, telles que l'éthique, la qualité des relations humaines et la culture organisationnelle, parfois davantage qu'aux produits ou services commercialisés. Cette rencontre a ainsi favorisé une réflexion comparative sur les modèles de formation et les conceptions du travail, tout en mettant en évidence l'influence du contexte culturel sur les trajectoires professionnelles.



CASCAIS

5 JUIN

La rencontre avec Rafael, un pêcheur local au port de la Marina de Cascais nous a permis d'aborder les réalités économiques, environnementales et sociales d'une activité traditionnelle confrontée à de profondes mutations. Ce professionnel nous a présenté son quotidien, marqué par des conditions de travail exigeantes et une forte dépendance aux aléas climatiques, aux réglementations maritimes et aux variations des ressources halieutiques. Il nous a notamment expliqué que la pêche artisanale repose sur des sorties en mer de courte durée, des volumes de capture limités et une vente principalement locale, ce qui rend son activité vulnérable face aux fluctuations du marché et à la concurrence internationale. L'échange a également mis en lumière les tensions croissantes entre la pêche artisanale et la pêche industrielle. Selon lui, les grands navires de pêche industrielle exploitent les ressources marines de manière intensive, capturant d'importantes quantités de poissons grâce à des équipements technologiques performants et à des capacités de stockage élevées. Cette surexploitation fragilise les écosystèmes marins, perturbe les cycles de reproduction des espèces et réduit progressivement

les stocks disponibles pour les pêcheurs locaux. Il a exprimé son inquiétude face à la dégradation de la biodiversité marine et à l'appauvrissement des zones de pêche traditionnelles, qui compromettent la viabilité économique des petites exploitations. Le pêcheur a également souligné les difficultés financières rencontrées par les professionnels artisanaux : coûts élevés du carburant, entretien du matériel, revenus irréguliers et dépendance aux intermédiaires pour la commercialisation des prises. Cette précarité est accentuée par la concurrence des circuits de distribution internationaux capables de proposer des produits à des prix plus compétitifs. Au-delà des enjeux économiques, il a partagé une réelle préoccupation pour l'avenir de son métier, transmis de génération en génération, et pour la préservation d'un savoir-faire local étroitement lié au patrimoine maritime portugais. Cette rencontre nous a ainsi permis de mieux comprendre les interactions complexes entre activité économique traditionnelle, régulation des ressources naturelles et logiques de marché mondialisé, tout en mettant en évidence les défis humains et environnementaux auxquels sont confrontés les acteurs de la pêche artisanale.



**Merci.
Thank
you.
Obrigado.**

