



Relations grandes distribution et petites et moyennes entreprises agroalimentaires. Cas des supermarchés Auchan et des pme de transformation de céréales et/ou de fruits et légumes locaux (TCFL) a Dakar (Sénégal)

KA Maty, BA Awa et GAYE El Hadj Malick.

Université Alioune Diop, Institut Supérieur de Formation Agricole et Rural, Equipe de recherche Agriculture et Développement Innovant des Territoires, BP30 Bambey, Sénégal.

Correspondant auteur : kamaty57@gmail.com ; (+221) 77 158 34 89

Mots clés : collaboration, PME, agroalimentaire, grande surface de distribution, Dakar.

Submitted 11/12/2025, Published online on 28th February 2026 in the *Journal of Animal and Plant Sciences (J. Anim. Plant Sci.)* ISSN 2071 – 7024

1 RESUME

L'objectif de cette étude est de contribuer à l'accroissement de la commercialisation des produits finis grâce à la collaboration entre les PME agroalimentaires de Dakar et les grandes surfaces de distribution. La recherche documentaire et les enquêtes quantitatives sont les méthodes de collecte de données utilisées pour cette étude. Nous avons opté pour un échantillonnage raisonné compte tenu de l'absence d'une base de données de la population mère. Les enquêtes sont faites auprès de 54 PME agroalimentaires de la région de Dakar à l'aide du questionnaire d'étude conçu pour les dirigeants d'entreprise. L'exploitation des données est faite grâce au logiciel SPSS. Les résultats ont montré que les PME qui traitent avec Auchan font plus de chiffre d'affaires que les autres. Par conséquent, leur capacité de commercialisation devient plus importante. Ces résultats permettront aux PME agroalimentaires de développer leur collaboration avec les grandes surfaces de distribution afin d'augmenter leurs volumes de vente. La contractualisation des PME avec Auchan augmenterait leur chiffre d'affaires de plus de 68% que les autres PME.

Effects of the collaboration between Auchan and agri-food SMEs in Dakar.

ABSTRACT

The objective of this study is to contribute to increasing the marketing of finished products through collaboration between the agri-food SMEs in Dakar and large retail outlets. Documentary research and quantitative surveys are the data collection methods used for this study. We opted for a non-probabilistic (convenience) sampling given the absence of a parent population database. The surveys were conducted among 54 agri-food SMEs in the Dakar region using a study questionnaire designed for business leaders. The data was analyzed using SPSS software. The results showed that the SMEs that deal with Auchan have higher turnover than others. Consequently, their marketing capacity becomes more significant. These results will enable SMEs agri-food businesses to develop their collaboration with large retailers in order to increase their sales volume. SMEs that sign contract with Auchan would see their turnover increase by 68% than other SMEs.