



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.



2 INTRODUCTION

Le secteur agricole joue un rôle crucial dans le développement de l'économie sénégalaise. Il représentait 17% du produit intérieur brut (PIB) et 32% de l'emploi en 2018 (Banque mondiale, 2020). Dans les années 2000, la croissance de la valeur ajoutée du secteur agricole augmente à un taux moyen de 4% mais elle est marquée par une forte instabilité en raison des aléas climatiques fréquents (Banque mondiale, 2018a). Elle augmente plus rapidement à partir de 2015 avec les investissements publics considérables réalisés dans le cadre du Plan Sénégal Émergent (PSE). Également en terme relatif, la part du secteur agricole dans le PIB, qui suivait plutôt une tendance baissière depuis la fin des années 1990, augmente à partir de 2015 pour retrouver son niveau initial. En même temps, la part de l'emploi dans le secteur agricole ne cesse de diminuer avec l'urbanisation rapide et la migration de la main d'œuvre vers les secteurs non agricoles. Toutefois, cette tendance ne s'explique pas par une amélioration de la productivité, mais plutôt par une expansion de l'utilisation des intrants par unité de terre (Banque mondiale, 2018a). En Afrique de l'ouest, la valeur des pertes post récoltes s'élève environ à 9,5 milliards USD. Elles restent énormes et sont estimées entre 30 et 70% au niveau mondial. En 2015, le CILSS a évalué les pertes post-récoltes au Sénégal à 121 326 tonnes. Soit 30% de la production totale. Une quantité énorme qui interpelle directement les autorités sur la gravité de la situation. Dès lors, les techniques post-récoltes destinées à prévenir et réduire ces pertes deviennent primordiales. D'où l'importance de l'agroalimentaire. Ce secteur stratégique situé à l'interface de l'agriculture et de l'industrie, est reconnu mondialement pour son rôle majeur dans le développement économique et social. Bien vrai que selon la FAO (2022), la faim dans le monde a touché 828 millions de personnes en 2021, enregistrant une hausse de 46 millions par rapport à 2020 et de 150 millions depuis le début de la pandémie de Covid-19. Ainsi, l'objectif mondial de mettre fin à la faim d'ici 2030 semble de plus en plus difficile à atteindre. En effet, la croissance démographique

s'accompagne d'une demande croissante de produits alimentaires (Sissoko et Thériault, 2021). Selon la DASP (2012), cette forte augmentation de la population génère des opportunités de développement pour le secteur agroalimentaire, notamment en Afrique, où la taille du marché atteindra plus d'un milliard de consommateurs d'ici 2025. Parallèlement, l'urbanisation modifie les habitudes alimentaires, ce qui se traduit par une demande accrue de produits transformés. Ce secteur est l'un des plus prometteurs pour de nombreux pays africains, où environ 75 % de la population dépend de ce secteur pour son existence (Lopes, 2012). Au Sénégal, l'agroalimentaire fait partie des secteurs les plus dynamiques de l'économie. En ce qui concerne le poids industriel, il demeure l'un des leaders de l'industrie sénégalaise. Ces nombreuses opportunités, la présence de l'ITA ainsi que la Délégation de l'Entrepreneuriat Rapide (DER) ont favorisé le développement des entreprises agro-alimentaires. En effet, la DER a injecté 49,103 milliards pour la valorisation de l'entrepreneuriat dont 23 milliards dans les chaînes de valeur agricoles (DER, 2023). La pénétration des produits d'origine agricole sur le marché national se renforce de plus en plus, avec l'émergence des grandes surfaces de distribution. Pour une entreprise nationale ou internationale, l'utilisation de produits du terroir, issus de PME locales reconnues pour leur attachement au territoire, ainsi que la mise en avant de ces produits dans les rayons, peut être perçue comme un moyen de renforcer la légitimité territoriale. L'augmentation de la place accordée aux produits locaux dans l'assortiment pourrait également favoriser le développement de nouveaux axes de positionnement pour l'enseigne (Beylier *et al.*, 2012). Depuis quelques années, la zone économique du Sénégal, comprenant Dakar, Thiès et Mbour, connaît une implantation progressive, voire offensive, des grandes surfaces alimentaires (Ngom *et al.*, 2017). En particulier dans la région de Dakar, ce secteur de la grande distribution a largement progressé. Les entreprises sénégalaises,



notamment les PME/TCFL, sont désormais confrontées à une forte concurrence de la part de ces grandes entreprises alimentaires, telles qu'Auchan. Dès lors, la coopération entre ces acteurs devient inévitable (Mboup, 2019). C'est dans ce contexte, que cette étude se penche sur la relation entre les PME/TCFL et Auchan à Dakar. La question centrale est donc la suivante : comment Auchan influence-t-il le développement de ces PME ?

L'objectif d'un tel questionnement vise, de manière générale, à contribuer à l'accroissement

de la commercialisation des produits agroalimentaires grâce à la grande distribution. Pour l'atteindre, il s'agit spécifiquement :

- d'identifier les PME/TCFL à Dakar.
- de montrer que ces PME ont augmenté leur chiffre d'affaires grâce à Auchan et,
- d'identifier les contraintes liées à la demande de collaboration des produits des PME /TCFL avec Auchan.

3 MATERIEL ET METHODES

3.1 Présentation du site de l'étude : Selon ANSD (2021), l'organisation administrative de la région de Dakar a connu de nombreuses mutations depuis l'époque coloniale. Notamment avec le décret n° 2002-166 du 21 février 2002 fixant le ressort territorial et le chef de lieu des régions et des départements et le décret n° 2011-427 du 29 mars 2011, abrogé au profit du décret n° 2011- 706 qui a organisé et créé de nouvelles communes et communautés rurales dans le département de Rufisque. Une restructuration administrative a été opérée avec la réorganisation des départements de Guédiawaye, de Pikine et de Rufisque. Il s'agit notamment de la création du département de Keur Massar à travers le décret n°2021-687 du 28 mai 2021. Il y a aussi la scission de l'arrondissement de Guédiawaye en deux arrondissements à savoir : Sam Notaire et Wakhinane Nimzatt. Au niveau du département de Rufisque, la restructuration effectuée a consisté à transférer l'arrondissement de Bambilor à Sangalkam et à rattacher de nouvelles localités à Tivaouane Peulh. Ainsi, la région de Dakar compte cinq (5) départements (Dakar, Pikine, Guédiawaye, Rufisque et Keur Massar) et 16 arrondissements. Elle compte 59 collectivités territoriales à savoir deux (02) conseils départementaux ; quatre (04) villes et Cinquante-trois (53) communes. La région de Dakar est située à l'extrême ouest de la presqu'île du Cap-Vert, au bord de l'Océan Atlantique et s'étend sur une superficie de 550 km², soit 0,28 % du territoire national. Elle est comprise entre les

17°33 de longitude ouest et les 14°75 de latitude nord. Elle est limitée à l'est par la région de Thiès et par l'Océan Atlantique dans ses parties nord, ouest et sud. Pour mener à bien cette étude, nous avons utilisé un questionnaire d'enquête conçu en relation avec les objectifs fixés.

3.2 Revue bibliographique: La méthodologie s'est commencée par une revue de littérature qui a permis de faire un survol et une évaluation critique d'un ensemble d'ouvrages ou de revues liés à une question de recherche. Elle a pour but de situer notre sujet par rapport à des recherches antérieures et fournit un créneau unique pour notre recherche. Elle constitue la première phase de la recherche et a consisté à recueillir des données dites secondaires, à travers les différents écrits portant sur notre thème d'étude. Des recherches ont été effectuées auprès des différentes sources documentaires à travers quelques sites d'Internet mais aussi la bibliothèque de l'ISFAR, l'Université Alioune DIOP et de l'ITA à Dakar.

3.3 Démarche méthodologique : Dans le cadre méthodologique, notre objectif consiste à identifier des PME/TCFL, de montrer l'augmentation du chiffre d'affaire de certaines grâce à la présence de supermarchés comme Auchan et le blocage de leur processus de collaboration avec cette firme internationale. L'approche quantitative étant privilégiée, nous avons eu une base de données de certaines entreprises agroalimentaires grâce à l'ITA. Quant à l'adresse de certains fournisseurs, nous les avons à travers les magasins d'Auchan et

d'autres dans les réseaux à travers leurs publications. Ce qui nous a permis de contacter par téléphone ou par mail certains dirigeants de PME/TCFL. Le choix de cette catégorie d'entreprises se justifie par le fait que le secteur agroalimentaire sénégalais marque une dualité entre un secteur moderne structuré et un secteur constitué d'une multiplicité d'unités formelles et informelles de transformation dont les micro entreprises de type familial prédominent (Diop, 2019) et sont mal identifiées dans leurs capacités productives (Bricas, *et al.*, 2016).

4 RESULTATS

Les enquêtes menées auprès des PME/TCFL, ont permis d'aboutir à un certain nombre de résultats qui nous a permis de mieux comprendre l'environnement agroalimentaire à Dakar. La figure 1 représente la répartition des entreprises selon la taille. Elle montre que, sur l'ensemble des entreprises enquêtées, les moyennes entreprises représentées à hauteur de

3.4 Échantillonnage et collecte des données: Du fait de l'absence d'une base de données regroupant toutes les PME agroalimentaires à Dakar, nous avons opté pour une méthode d'échantillonnage raisonné (échantillon de convenance). Cette méthode peut être utilisée pour des raisons de coût, de non disponibilité du cadre d'échantillonnage ou encore de manque d'informations statistiques de base sur la population-mère (Usunier, *et al.*, 2000).

29% sont majoritairement dominées par les petites entreprises qui représentent 71%. Parmi ces PME, 11% exercent l'activité de transformation à travers les groupements d'intérêt économique (GIE) alors que 89% le font à titre individuel dont 7% sont des fournisseurs d'Auchan.

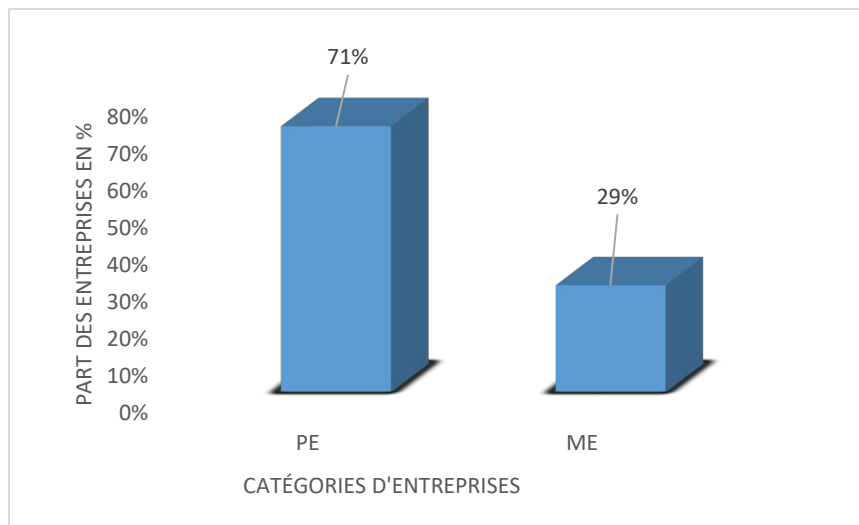


Figure 1 : répartition des entreprises selon la taille

4.1 Accès au marché : La figure 2 représente l'appréciation des dirigeants des entreprises face à l'accès au marché. 23% des dirigeants enquêtés jugent qu'il est facile d'y accéder tandis que 77% soutiennent le contraire. Cette situation résulterait d'un manque d'information pour la plupart des entreprises enquêtées. Ces résultats

sont en désaccord avec ceux de Ndao (2015), selon qui, le problème d'accès au financement serait dû à des taux d'intérêt élevés, des offres dominées par des crédits courts termes peu adapter à leurs besoins, des exigences de garanties importantes et une faiblesse de leurs fonds propres.

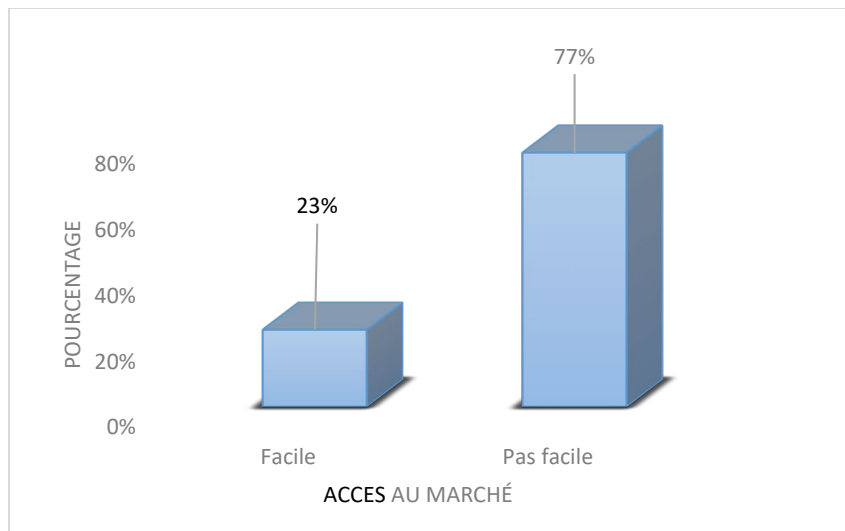


Figure 2 : L'accès au marché

4.2 Accès au financement : Cette figure 3 montre l'avis des dirigeants des entreprises agroalimentaires enquêtées par rapport à l'accès au financement. 84% des entreprises enquêtées

révèlent que l'accès au financement est difficile contrairement à la minorité (soit 16%) qui soutiennent le contraire.

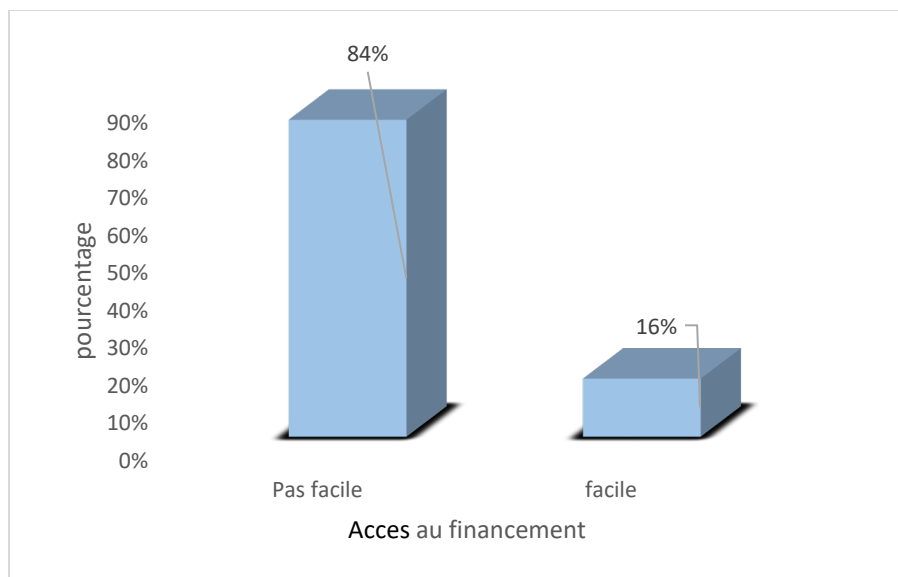


Figure 3: Avis des dirigeants concernant l'accès au financement

4.3 Situation des entreprises pendant la période de la pandémie en rapport avec Auchan : La figure 4 montre la situation des entreprises pendant la période de la pandémie de covid-19. Nous avons constaté que la majorité (73%) des entreprises enquêtées révèle l'effet négatif de la

maladie sur leurs activités de transformation tandis que 12% qui sont généralement des fournisseurs de grandes entreprises en particulier Auchan, soutiennent le contraire et les 16% n'ont pas pris position.

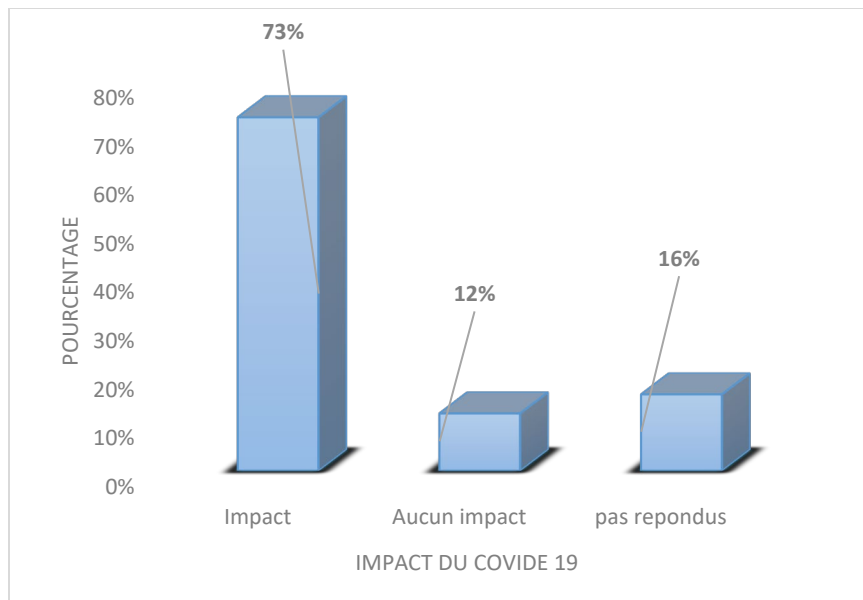


Figure 4 : Impact covid-19 sur les entreprises

4.4 Comparaison des chiffres d'affaires des fournisseurs et autres fournisseurs : La figure 13 représente une comparaison des chiffres d'affaires annuels en pourcentage des 7% de fournisseurs d'Auchan et d'autres PME similaires à ces fournisseurs en termes d'effectifs

(employé) et d'activités de transformation. Elle montre que le chiffre d'affaires annuel de ces fournisseurs d'Auchan est plus important, soit 68%, par rapport à celui des autres PME agroalimentaires (32%).

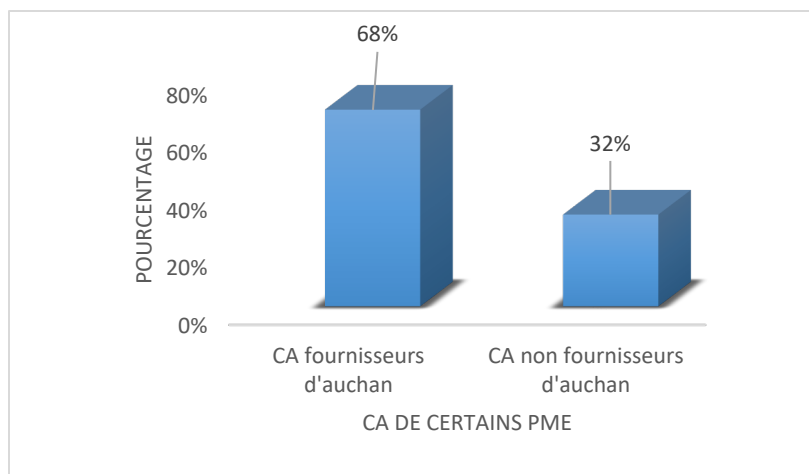


Figure 5 : CA des PME

4.4 Système de blocage du processus de demande de partenariat entre les PME/TCFL et Auchan : D'après la figure 6 ci-dessous, l'acceptation de la demande de partenariat des PME/TCFL avec Auchan est basée sous différents critères : l'aspect juridique de

l'entreprise du demandeur, le respect des normes d'hygiène, la visibilité du produit dans les sachets, la satisfaction de la demande par l'offre, et respect des délais de livraison pour enfin négocier un contrat qui peut être un contrat de dépôt vent ou un contrat commercial.

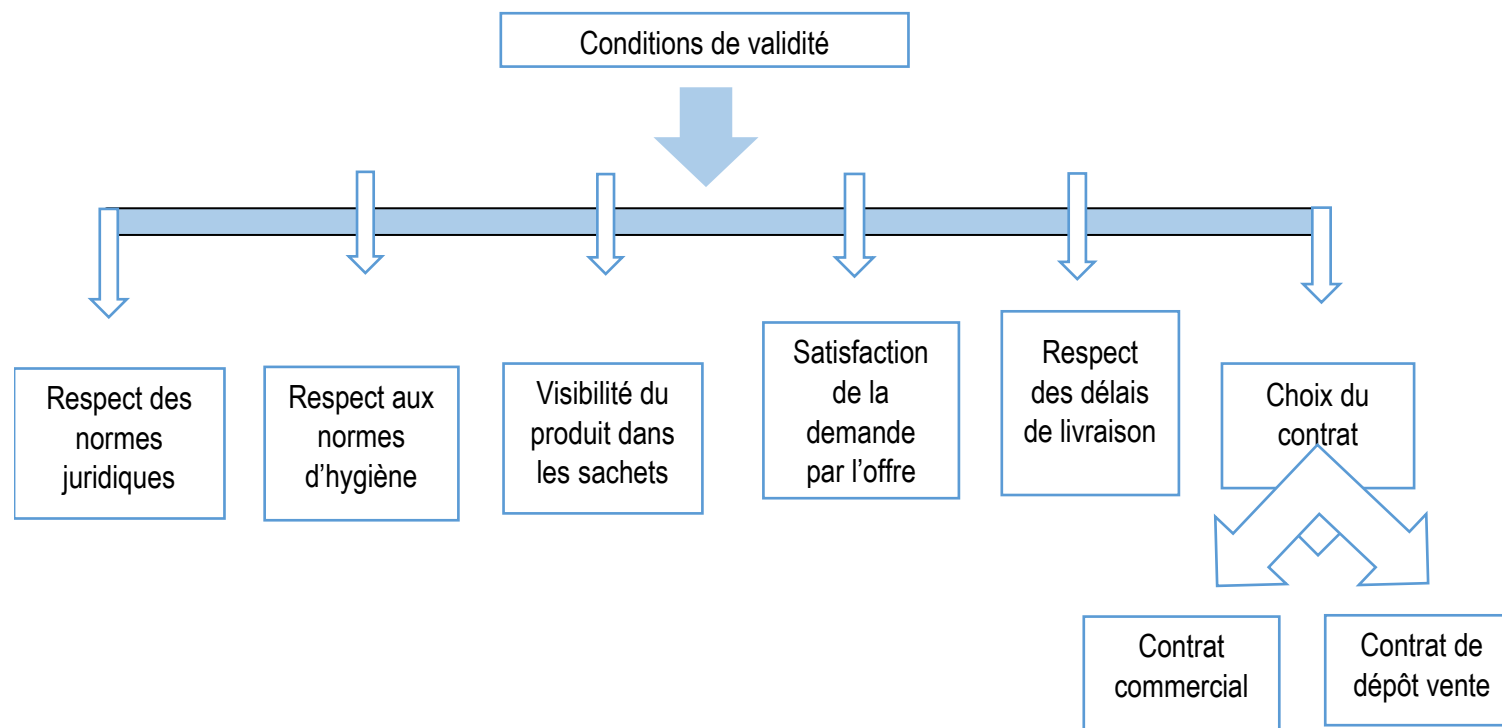


Figure 6 : conditions de validation du processus de demande de partenariat entre les PME et Auchan.



5 DISCUSSION

La revue littérature et les enquêtes menées auprès des PME, à Dakar mettent en lumière des résultats significatifs concernant ce secteur de transformation des céréales locales, fruits et légumes. D'abord, le secteur est majoritairement composé de micros et très petites entreprises dans cette région, qui connaissent une croissance importante. Cette tendance souligne l'importance de ces structures dans l'économie locale. Cette part importante de ces entreprises pourrait s'expliquer par le rôle crucial que l'État joue en sensibilisant et en incitant la population à entreprendre, ce qui contribue à la réduction du taux de chômage. Cette initiative est essentielle pour encourager l'auto-emploi et la création d'entreprises. Ces résultats corroborent les travaux de N'dah (2016), selon qui le gouvernement, les ONG et les partenaires internationaux fournissent des formations et des ressources pour soutenir la population de se lancer dans l'entrepreneuriat agroalimentaire mais aussi de renforcer les capacités des petites entreprises. Par ailleurs, la forte demande alimentaire dans les zones urbaines stimule la création de petites entreprises. Cette dynamique est essentielle pour répondre aux besoins croissants des consommateurs urbains. Ces résultats sont en accord avec ceux de Broutin (2020) et ceux de Badiane et al. (2022) qui soulignent que la croissance démographique et l'urbanisation, accompagnées de changements dans les habitudes alimentaires, ont accéléré la demande alimentaire. Cela crée de nouvelles possibilités d'emplois et favorise l'expansion quantitative de la production. Ensuite, l'accès au financement demeure une préoccupation pour les entreprises. La majorité juge qu'il est difficile d'y accéder. Cette situation résulterait par un manque d'information pour la plupart des entreprises enquêtées. Ces résultats sont en désaccord avec ceux de Ndao (2015), selon qui, le problème d'accès au financement serait dû à des taux d'intérêt élevés, des offres dominées par des crédits courts termes peu adaptés à leurs besoins, des exigences de garanties importantes et une faiblesse de leurs fonds propres. A cela s'ajoute l'accès au marché qui cause beaucoup de

problème pour la plupart de ces entreprises. Cela pourrait s'expliquer par le caractère informel de la majorité des entreprises, qui ne leur donne pas le privilège de fréquenter les marchés. Ce qu'est infirmé par les travaux de Ndao (2015), pour qui, serait un manque de formation appropriée et de compétences managériales et techniques des dirigeants. La différence importante entre les chiffres d'affaires des fournisseurs de grandes surfaces en particulier Auchan et ceux des autres fournisseurs pourrait s'expliquer par la livraison régulière d'importantes quantités de produits à Auchan, ainsi que par la visibilité de ces produits sur les rayons de l'enseigne, attirant parfois directement la Clientèle vers le fournisseur. Ces résultats sont en phase avec ceux de Messaghem (2005), pour qui, même si les PME ont une capacité à innover, elles ne disposent pas toujours des moyens suffisants pour l'expliquer. La grande surface peut ainsi offrir à des PME l'opportunité de tester leurs produits et de les faire à un large marché. Toutefois, la pandémie de covid-19 a constitué un fardeau pour le secteur agroalimentaire. La majorité des entreprises interrogées a révélé avoir un impact durant cette période, tandis que qu'une minorité, notamment les fournisseurs d'Auchan et d'autres grandes surfaces, estime ne pas avoir connu d'impact significatif. Cet impact serait dû à des difficultés d'approvisionnement. Cela est confirmé par les travaux de Reardon et al (2021), qui soulignent que, les PME ont trouvé de nouvelles opportunités en pleine crise, à la fois en partenariat et en concurrence avec les grandes entreprises opérant dans les chaînes d'approvisionnement alimentaire. En ce qui concerne le partenariat entre les PME/TCFL et Auchan, la procédure nécessite des conditions à remplir par le demandeur :

-Le respect des normes juridiques : le fournisseur doit disposer d'un registre de commerce, un NINEA, FRA et un code-barres.

-la reconnaissance du produit : le produit doit être reconnu par la clientèle c'est à dire qu'il doit faire partir de leurs habitudes alimentaires.

-le respect des normes de qualité et d'hygiène.



-la visibilité du produit dans l'emballage : l'emballage doit avoir une fenêtre de visibilité permettant à la clientèle d'identifier le produit qui est à l'intérieur sans pour autant lire l'étiquette.

-la satisfaction de la demande par l'offre et le respect des délais de livraison : Le fournisseur doit être capable de livrer la quantité de produit demandée en respectant les délais.

- le choix du contrat : il existe deux types de contrat, le contrat commercial dont le

fournisseur met un prix et Auchan met aussi un pourcentage pour la revente, le contrat de dépôt vente dont le prix du fournisseur affiche sur les rayons et lors du paiement Auchan prend 20% de la vente. Ce qui est confirmé par les travaux de Sagne (2022), qui stipule que, Auchan exige, souvent, lors des contrats de collaboration, que sa part de marché sur le chiffre d'affaires de son fournisseur soit toujours inférieur à 30% pour mieux faire face à toutes ces éventualités.

6 CONCLUSION ET APPLICATION DES RESULTATS

L'objectif de l'étude est de contribuer à l'accroissement de la commercialisation des produits agroalimentaires grâce à la grande distribution. Ainsi, les enquêtes menées ont permis de montrer l'importance de la collaboration des PME agroalimentaires avec les grandes surfaces de distribution, Auchan en particulier. Ce partenariat a un effet positif sur le volume de vente des entreprises. Autrement dit

ces entreprises font plus de chiffre d'affaires. Par ailleurs, la production en grande quantité des produits alimentaires et leur écoulement rapide, tout en respectant les délais de livraison, améliorent significativement la performance commerciale des PME/TCFL. La contractualisation des PME avec Auchan augmenterait leur chiffre d'affaires de plus de 68% que les autres PME.

7 REMERCIEMENTS

Les auteurs remercient l'Institut Supérieur de Formation Agricole et Rural pour l'appui technique.

Conflits d'intérêts : Les auteurs déclarent qu'il n'y a aucun conflit d'intérêt.

8 REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abbad H, 2009. Le choix des PME par la grande distribution alimentaire : quel poids pour les critères logistiques ? In Management et avenir, n°24, pp.49-64
- Abbad H, Pache G et Bonnet-Fernandez, 2010. L'économie et stratégique dans les relations d'échange entre grande distribution et PME : un examen de l'orientation à long terme des distributeurs, 28p.
- Abbad H, Pache G et Bonnet-Fernandez, 2011. Résolution de conflits : le rôle des relations interpersonnelles dans les rapports grands distributions-PME marocaines. IN : Maghreb-Marchrek, pp. 27-42
- Baborska R, 2021. Suivi des politiques agricoles et alimentaires au Sénégal. IN : Economie agroalimentaire. Edité par FAO. ISBN : 978-92-5-135071-3
- Badiane O, Collins J, Glazel K et Tefera, 2022. L'essor de secteur de la transformation et de la commercialisation de petite agriculture en Afrique. Chap. 2. 24p.
- Baritoux V et Houdart M, 2015. Relations fournisseurs-grande distribution dans les filières agroalimentaires. Une analyse de la trajectoire d'une démarche « filière qualité » Dans Économie rurale, vol 2, n° 346, pp.15-30. Éditions Société française d'économie rurale. ISSN 0013-0559
- Bricas N, Tchamda C et Mouton F, 2016. L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur. Enseignements de dix ans d'enquêtes auprès des ménages d'Afrique de l'Ouest, du Cameroun et du



- Tchad. Paris, AFD, collection « Études de l'AFD », no 12, p.132.
- Broutin C, 2020. Synthèse n°32 : faut-il craindre ou se réjouir de la vague des supermarchés en Afrique de l'Ouest ? dans synthèse inter réseau.
- Chanut O, 2005. Quelles stratégies marketing possibles pour les PME face à la grande distribution ? Routin ou voie de la stratégie relationnelle. Etienne Thil, La Rochelle, France.hal-01764430
- Chanut O, 2011. Cas pédagogique : Routin. De la marque propre à sa propre marque. Comment une PME agroalimentaire peut-elle accéder aux rayons de la grande distribution alimentaire ? 14 p. hal-01767214.
- DASP, 2012. Système Agroalimentaire Sénégalaise : enjeux et défis majeur. Publié dans Dossier mathématique n°4. 30p
- Dione A, Broutin C et Bastard G, 2012. Comment développer les métiers agroalimentaires en Afrique subsaharienne ? Etude de cas Sénégal
- Diouf S, Diallo I et Woldeyes A, 2020. L'avenir de l'agriculture au Sénégal : 2030-2063. FIDA.
- Diop A. Agroalimentaire au Sénégal : enjeux opportunités et défis, pp. 1-7.
- Fall M et Thiongane P.I, 2005, le système national de recherches agricoles et agroalimentaires. IN : Bilan de la recherche agricole et agroalimentaire au Sénégal de 1964-2004. Eduté par CIRAD, ISRA, ITA. pp.9-21.
- Fall A.S, 2013.Des lignes de politique en sécurité alimentaire pour réduire la pauvreté, 53p.
- FAO, 2021. Suivi des politiques agricoles et alimentaires au Sénégal.
- FAO, Union européenne et Cirad, 2022. Profil des systèmes alimentaires – Sénégal. Activer la transformation durable et inclusive de nos des systèmes alimentaires. Rome, Bruxelles et Montpellier, France.
- Gouvernement Sénégalais, 2014. Programme d'Accélération de la Cadence de l'Agriculture Sénégalaise (PRACAS) : volet Plan Sénégal Emergence (PSE).
- Gouvernement Sénégalais, 2023. Bulletin de veille et d'intelligence économique du Sénégal dans cellule d'intelligence économique n° 0025, 16p.
- Gueye A, 2021. Grande distribution au Sénégal : le grand tournant local.
- Ilie E.T et Kelly S, 2022. Le rôle des petites et moyennes entreprises agroalimentaires dans la transformation des systèmes alimentaires : le cas des transformations de riz au Sénégal. Etude technique de la FAO sur l'économie du développement, n°10. Rome, FAO.
- KEBE S, 2024. Perception de la performance commerciale par les dirigeants de PME transformatrices de céréales, fruits et légumes (PME/TCFL) au Sénégal. Revue Internationale De La Recherche Scientifique, vol. 2, n°4, 13p. ISSN : 2958-8413
- Lo P, 2024. Protocole d'accord entre les PME Sénégalaises et les enseignes de la grande distribution. Publié dans : Distribution et commercialisation, transformation, Actualité
- Lopes C, 2014. L'agroalimentaire doit primer en Afrique. In : Afrique Renouveau, vol.27, pp.20 – 21. ISSN : 25179845
- Machat K, 2010. L'adaptation inter organisationnelle du fournisseur. Cas de la relation PME-grande distribution alimentaire. In : revue française du marketing. Paris, n°228, pp.5-15
- Malassis L, 1992. Politique agricole, politique alimentaire, politique agroalimentaire. IN : ECONOMIE RURALE, n° 221, pp.47
- Mbow M, 2017. Les défis de l'agriculture sénégalaise dans une perspective de changements climatiques.
- Messeghem k, 2003. Pour une lecture néo-institutionnelle des relations entre PME et grande distribution. 17 p.
- Messeghem k, 2005. Les distributeurs en quête de légitimité : Le cas des accords de coopération avec les PME. IN : Dans Décisions Marketing. N° 39, pp.57-66



- N'dan A. G. L., 2016. Analyse de la diversification des canaux de distribution d'une entreprise agroalimentaire : cas de Fruitale Sénégal, 91p.
- Ndao Y.S, 2015. Analyse des facteurs de performance des PME agroalimentaires au Sénégal. 110p
- Ndione Y.C, 2010. Impact des politiques agricoles sur la sécurité alimentaire au Sénégal.
- Ndoa A, 2024. Sécurité alimentaire : comment le Sénégal peut-il augmenter l'acceptabilité de sa production locale pour améliorer sa sécurité alimentaire ?
- Ngom M.C, Badiane S.D, Diongue M et Mbaye E, 2017. Les agro-industries de l'interface métropolitaine Dakar-Thiès-Mbour : enjeux fonciers et développement territorial.vol.61, N° 172, pp.33-35.
- Patrick P, 2012. Le Sénégal dans la mondialisation des marchés.in: Pillon Patrick (dir.). La faim par le marché : aspect Sénégal de la mondialisation. Paris: l'Harmattan, pp.9-16. ISSN 1286-8
- Planconsult 2003, EUREPGAP — Introduction among small-scale producers of fresh fruit and vegetables in developing countries, Planconsult, Emmeloord
- Reardon T, Swinnen J et Vos R. 2021. La résilience des petits exploitants et des PME agroalimentaire face aux chocs : les leçons de la covid-19 pour le sommet et du système alimentaire des Nations Unis, pp 1-4.
- Sagne E.M, 2022. Relations Grande distribution et producteurs locaux : cas de la création d'un système de traçabilité des produits maraichers entre Auchan et les Jardins de la Téranga à Saly (Thiès, Sénégal). 45p
- Sène, S. 2024. Protocole d'accord entre les PME agroalimentaires et les grandes surfaces
- Tine E, Totté A, François M, Carrier R et Badini Z, 2003. Transformer les céréales pour les nouveaux marchés urbains, pp. 5-6