



SEN RETAIL MAGAZINE N°15

La première plateforme d'informations et de sensibilisation des consommateurs au Sénégal et dans la diaspora.



Dossier spécial : Contractualisation et souveraineté alimentaire : avantages et limites pour les fournisseurs locaux à l'ère de la grande distribution ?



Une femme agri-preneuse en pleine incertitude sur l'écoulement de sa récolte. Photo fournie, avec autorisation de diffusion, par Amy KA (agripreneuse)

Conception et réalisation : Dr. Malick MBOUP © Sen Retail, Septembre 2026



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)





Le sommaire

NOS DIFFÉRENTES RUBRIQUES EN LIEN AVEC LA RSE, RSO ET LES ODD ET NOS CHRONIQUEURS BÉNÉVOLES INVITÉS POUR CETTE THÉMATIQUE.

ACTUALITÉS RSE -RSO ET DD

5 rubriques sur le commerce, la grande distribution, la RSE et les ODD

- Actualités de la **grande distribution** au Sénégal
- Actualités RSO-DD des **associations et ONG**
- Actualités RSE-DD des **entreprises du privé**
- Actualités RSO-DD des **institutions publiques**
- Actualités hors de nos frontières - L'arbre de naissance



Rubriques rédigées par Malick MBOUP

Pages : 5 - 6 - 7 - 9 - 10

PAGES DE VALORISATION (PUB)

5 pages pour valoriser des acquis ou action en lien avec la RSE et les DD

- Le miel de Khadija chérif, le gout précieux
- LYSTEG Dakar ouvre ses portes pour la rentrée
- Mettez vos acquis en lumière avec **Sen Retail**
- Evasfoudies, des produits de confiance 100 % SN
- Télécharger le **Sen Retail Magazine N°14**



Pages : 4 - 8 - 13 - 17 - 21



6 ARTICLES POUR SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS SUR LES ENJEUX DE LA TRANSFORMATION DES PRATIQUES DE CONSOMMATION



Sen Retail Magazine N°15

Article 1 :

Contractualisation et souveraineté alimentaire : que se joue-t-il réellement entre fournisseurs et grande distribution ?

Pages : 11 - 12



Sen Retail Magazine N°15

Article 2 :

Relation grandes surfaces et fournisseurs : Enjeux et perspectives pour une collaboration durable

Page : 14

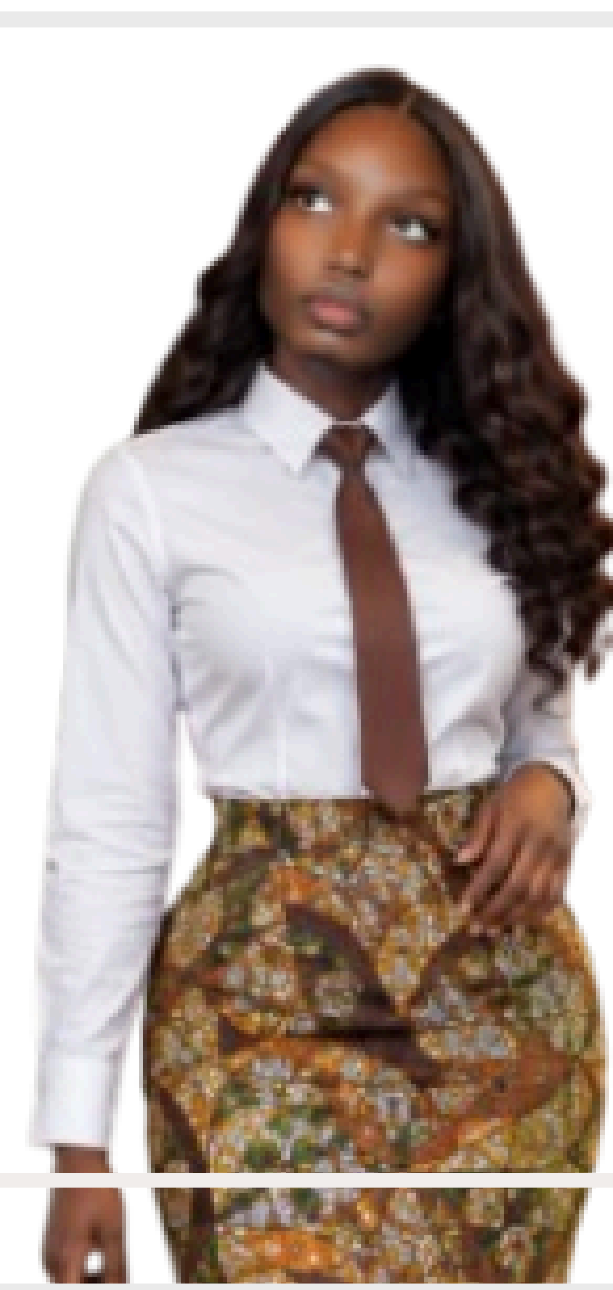


Sen Retail Magazine N°15

Article 3 :

La grande distribution au Sénégal : les défis de la Supply Chain et la relation fournisseur comme levier de compétitivité

Page : 15



Sen Retail Magazine N°15

Article 4 :

Qualité, traçabilité et packaging : les défis des fournisseurs locaux face à la grande distribution

Page : 16



Sen Retail Magazine N°15

Article 5 :

Vendre aux grandes surfaces : du fantasme à la réalité pour les producteurs et fournisseurs locaux.

Page : 18



Sen Retail Magazine N°15

Article 6 :

Contractualisation et souveraineté alimentaire en Afrique : construire un partenariat durable entre fournisseurs locaux et grande distribution

Pages : 19 - 20



Nous pronons des informations justes et vérifiables pour mieux éclairer les consommateurs sur leur choix.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](#)



Éditorial Sen Retail Magazine N° 15 - Contractualisation et souveraineté alimentaire : avantages et limites pour les fournisseurs locaux à l'ère de la grande distribution ?

Chers lecteurs, lectrices,

C'est avec un réel plaisir que je vous présente le quinzième numéro de notre magazine trimestriel Sen Retail, un support 100 % numérique et entièrement gratuit, dédié à l'information, à l'analyse et à la sensibilisation des consommateurs au Sénégal et au sein de la diaspora, autour des grandes transformations du commerce, de la consommation et du développement économique de nos territoires.

Pour cette nouvelle édition, nous avons choisi de consacrer notre réflexion à une question centrale dans l'évolution récente du secteur de la distribution et de ses rapports avec ses parties prenantes, dont les **fournisseurs** :

« Contractualisation et souveraineté alimentaire : avantages et limites pour les fournisseurs locaux à l'ère de la grande distribution ? »

Cette interrogation peut sembler simple au premier regard. Pourtant, elle permet d'analyser **comment les relations entre producteurs locaux, PME agroalimentaires et distributeurs modernes peuvent devenir un levier de structuration des filières, tout en mettant en lumière les opportunités et les contraintes.**

L'alimentation constitue aujourd'hui l'un des grands défis économiques, sociaux et territoriaux du continent africain. Alors que l'Afrique devrait compter près de **2,5 milliards d'habitants à l'horizon 2050**, la capacité des systèmes alimentaires à produire, transformer et distribuer des produits accessibles et de qualité devient un enjeu majeur de développement. Dans un contexte marqué par l'urbanisation accélérée, la croissance démographique, l'évolution des modes de consommation et la recherche d'une plus grande autonomie alimentaire, les chaînes de valeur agricoles africaines sont appelées à se réinventer.

Au cœur de cette transformation se trouve une question fondamentale : comment rapprocher durablement les producteurs des consommateurs tout en créant davantage de valeur sur les territoires ?

La réponse repose nécessairement sur une approche collective impliquant l'ensemble des parties prenantes : producteurs, organisations professionnelles agricoles, entreprises agroalimentaires, distributeurs, pouvoirs publics et structures d'accompagnement. D'où notre démarche

La grande distribution a, à cet égard, une responsabilité stratégique. En développant des politiques d'achats responsables, **en accompagnant les fournisseurs dans leur montée en compétences et en favorisant des partenariats durables**, elle peut contribuer à structurer les filières locales et à renforcer la résilience des systèmes alimentaires africains.

C'est dans cet esprit que Sen Retail Magazine consacre son numéro 15 au thème :

« Contractualisation et souveraineté alimentaire : avantages et limites pour les fournisseurs locaux dans la grande distribution ».



Dr. Malick MBOUP 

Docteur en géographie et fondateur de la plateforme d'information et de sensibilisation des consommateurs, **Sen Retail**

Depuis plusieurs années, les métropoles africaines connaissent une profonde mutation de leurs paysages commerciaux. Les marchés traditionnels, les commerces de proximité, les boutiques de quartier et les enseignes modernes de distribution cohabitent désormais dans un environnement concurrentiel mais également complémentaire.

Au Sénégal, comme dans plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest, l'implantation progressive de la grande distribution traduit cette évolution des habitudes d'achat et répond à de nouvelles attentes des consommateurs en matière de disponibilité, de qualité, de traçabilité et de diversité des produits.

Cependant, la transformation du commerce alimentaire ne peut être uniquement envisagée sous l'angle de la distribution. Elle implique également une réflexion sur l'organisation des filières d'approvisionnement. Derrière chaque produit vendu en magasin se trouve une chaîne complexe composée de producteurs agricoles, de transformateurs, de transporteurs, de fournisseurs et de distributeurs. **La performance de cette chaîne dépend largement de la capacité des acteurs à construire des relations économiques plus structurées.**

C'est dans cette perspective que la contractualisation apparaît comme un outil stratégique. Elle ne représente pas seulement un accord commercial entre un fournisseur et un distributeur. Elle constitue un mécanisme permettant de créer un cadre de collaboration basé sur des engagements réciproques : **sécuriser les débouchés pour les producteurs (cf. photo ci dessous), garantir un approvisionnement régulier pour les distributeurs et offrir aux consommateurs des produits répondant aux exigences de qualité et de sécurité alimentaire.**

Pour les producteurs locaux et les PME agroalimentaires africaines, l'accès aux circuits de la grande distribution peut représenter une véritable opportunité de croissance. La contractualisation peut favoriser une meilleure visibilité commerciale, encourager l'investissement dans les équipements, améliorer les pratiques de production et contribuer à la professionnalisation des acteurs. Elle peut également devenir un puissant levier de valorisation des productions nationales et soutenir les politiques publiques en faveur du « consommer local ».



Image de femmes agricultrices travaillant dans des conditions dures pour vivre dignement de leur efforts dans le Gandiol © Mboup, 2018

À travers les analyses, témoignages et retours d'expérience réunis dans ce dossier, notre ambition est d'alimenter un débat constructif sur les conditions d'une contractualisation plus inclusive et plus performante.

- **Comment mieux accompagner les producteurs ?**
- **Quels mécanismes peuvent renforcer les PME locales ?**
- **Comment concilier performance économique, équité commerciale et sécurité alimentaire ?**

Ces questions concernent l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur.

Elles dépassent les intérêts individuels pour toucher à un enjeu collectif : **bâtir des filières alimentaires capables de répondre durablement aux besoins des populations africaines tout en créant davantage de valeur sur les territoires.**

Chez Sen Retail, **nous sommes convaincus que l'avenir du commerce alimentaire en Afrique repose autant sur l'innovation que sur la qualité des partenariats entre les femmes et les hommes qui font vivre nos filières.** C'est en renforçant ces collaborations que la grande distribution pourra pleinement jouer son rôle dans la transformation économique, sociale et alimentaire du continent.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)



*Le goût précieux
de la nature*



Miel naturel 100 % pur



L'OR DE KHADIJA CHÉRIF

« Le goût précieux de la nature »

Récolté avec passion • Pur • Authentique



LES BIENFAITS DE NOTRE MIEL



Riche en nutriments et antioxydants



Renforce le système immunitaire



100 % naturel, sans additif



Source d'énergie naturelle



Bon pour toute la famille



POURQUOI CHOISIR L'OR DE KHADIJA CHÉRIF ?



Miel pur, récolté avec passion



Qualité contrôlée et garantie



Goût authentique et savoureux



Récolte artisanale, respectueuse de la nature



Produit 100 % sénégalais



*Un trésor
naturel pour
votre santé !*



Formats disponibles : 250 g 500 g 1 kg

Commandez dès maintenant et savourez le vrai goût du miel naturel !



Nos téléphones :
77 249 03 98 / 76 522 02 45



Nos adresses :
Zone Lycée – Kolda
Guédiawaye – Dakar

L'OR DE KHADIJA CHÉRIF – Naturellement meilleur !

RUBRIQUE 1 : ACTUALITÉS DE LA GRANDE DISTRIBUTION AU SÉNÉGAL



Ruptures d'approvisionnement dans les grandes surfaces au Sénégal : le défi invisible de la relation fournisseurs-distributeurs

Quand remplir les rayons devient un enjeu stratégique pour la grande distribution

Dans l'imaginaire collectif, la grande distribution est souvent associée à l'abondance : des rayons remplis, une diversité de produits, une disponibilité permanente et une expérience d'achat standardisée. Pourtant, derrière cette apparente simplicité se cache une organisation complexe reposant sur des chaînes d'approvisionnement fragiles, où chaque acteur joue un rôle déterminant. Au Sénégal, les ruptures de stock observées dans certaines grandes surfaces révèlent une réalité plus profonde : les difficultés structurelles de construction d'un modèle de distribution moderne adapté aux réalités économiques et productives locales.

Dans ses travaux sur le développement de la grande distribution alimentaire dans les métropoles d'Afrique de l'Ouest, Malick Mboup  montre que l'implantation des enseignes modernes au Sénégal ne correspond pas uniquement à une transformation commerciale. **Elle entraîne une recomposition des relations entre producteurs, fournisseurs, distributeurs et consommateurs.** La disponibilité des produits devient ainsi un indicateur majeur de la capacité des acteurs à construire des filières alimentaires performantes.

La rupture d'approvisionnement : symptôme d'une chaîne alimentaire en construction

Une rupture d'approvisionnement ne signifie pas seulement qu'un produit manque temporairement dans un rayon. Elle traduit souvent une difficulté plus large dans la coordination entre plusieurs maillons : production, collecte, transformation, stockage, transport et distribution.

Dans le contexte sénégalais, cette problématique est particulièrement visible pour certains produits locaux, notamment les fruits et légumes, les produits transformés, les produits frais et certaines références agroalimentaires. Les grandes surfaces doivent composer avec une production agricole encore largement saisonnière, des capacités de stockage limitées et des fournisseurs qui ne disposent pas toujours des infrastructures nécessaires pour répondre aux exigences de la distribution moderne.

La grande distribution au Sénégal évolue dans un environnement marqué par une coexistence entre plusieurs systèmes commerciaux : marchés traditionnels, boutiques de proximité et enseignes modernes. Cette pluralité constitue une richesse pour les consommateurs mais révèle également les limites actuelles des circuits d'approvisionnement structurés.

Les grandes surfaces locales face à un défi majeur : sécuriser leurs fournisseurs

Si les enseignes internationales disposent généralement de réseaux logistiques développés, d'une capacité financière importante et d'une expérience internationale en matière de gestion des stocks, les grandes surfaces locales sénégalaises rencontrent davantage de difficultés pour stabiliser leurs chaînes d'approvisionnement.

Les enseignes locales comme **Senchan, Elydia ou Lekku-Fii** évoluent dans un contexte où la structuration des filières fournisseurs demeure encore un chantier important. Ces acteurs doivent faire face à plusieurs contraintes : manque de centrales d'achat performantes, faibles capacités logistiques, difficultés de négociation avec les fournisseurs et insuffisante formalisation des relations commerciales.

Contrairement aux grandes enseignes internationales capables d'imposer des standards et de sécuriser des volumes importants, **les distributeurs locaux disposent parfois d'un pouvoir de négociation plus limité.** Cette situation peut entraîner une dépendance envers certains fournisseurs, avec un risque accru de rupture lorsque la production diminue, lorsque les coûts augmentent ou lorsque les engagements commerciaux ne sont pas respectés.

Des conséquences directes pour les consommateurs ?

La rupture d'approvisionnement n'est pas seulement un problème interne aux entreprises. Elle affecte directement l'expérience des consommateurs. Lorsqu'un client se rend dans une grande surface et constate l'absence répétée d'un produit recherché, plusieurs conséquences peuvent apparaître :

- **1. Une perte de confiance envers l'enseigne**

La promesse principale de la grande distribution repose sur la disponibilité et la diversité de l'offre. Des rayons régulièrement incomplets peuvent fragiliser l'image du magasin et pousser les consommateurs à retourner vers les marchés traditionnels ou les commerces de proximité.

- **2. Une modification des habitudes d'achat**

Les consommateurs sénégalais développent des stratégies hybrides : ils fréquentent les supermarchés pour certains produits et continuent à utiliser les marchés ou boutiques pour d'autres besoins. Les travaux de recherche réalisés entre 2019 et 2025 montrent justement que les différents formats commerciaux ne s'excluent pas ; ils répondent à des attentes différentes en matière de prix, proximité, disponibilité et confiance.

- **3. Une difficulté à promouvoir le « consommer local »**

La valorisation des produits sénégalais dans les grandes surfaces dépend fortement de la capacité des producteurs locaux à garantir une offre régulière. Une production locale insuffisamment organisée peut limiter la place des produits nationaux dans les rayons et maintenir une dépendance aux importations.



La relation fournisseur-distributeur : un équilibre encore fragile

La contractualisation apparaît comme une réponse essentielle à ces difficultés. Elle permettrait de passer d'une relation ponctuelle d'achat-vente à un véritable partenariat stratégique.

Cependant, dans la pratique, plusieurs obstacles persistent. Certains fournisseurs locaux rencontrent des difficultés à respecter les exigences de la grande distribution : volumes réguliers, normes sanitaires, emballages adaptés, traçabilité, respect des délais de livraison et capacité financière pour investir.

De leur côté, certains distributeurs doivent également améliorer leurs pratiques afin de renforcer la confiance avec leurs partenaires locaux. Les délais de paiement, l'accompagnement technique des fournisseurs et la visibilité offerte sur les commandes constituent des éléments déterminants pour construire une relation durable.

Des initiatives existent néanmoins pour renforcer ces relations. **Par exemple, des accords entre PME agroalimentaires sénégalaises et grandes surfaces ont été développés afin d'améliorer l'accès des produits locaux aux circuits modernes, avec des engagements portant notamment sur les conditions commerciales, la logistique et les délais de paiement.**



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)



RUBRIQUE II : ACTUALITÉS RSO-DD DES DES ASSOCIATIONS / ONG

RSO - ODD N°7, 9,11 et 12 - Environnement - À Gandiol, le recyclage du plastique se construit au cœur des communautés

Le recyclage ne commence pas dans les centres de transformation, mais bien sur le terrain, à travers la sensibilisation, la mobilisation citoyenne et l'apprentissage des bons gestes. Dans le cadre de la Formation aux Métiers du projet **DOUNDEUL**, des volontaires ont participé à une opération de collecte de déchets plastiques au sein de leur communauté, une expérience qui leur a permis de découvrir les premières étapes de la chaîne de valorisation des déchets.

Au sein de **DEFARATT**, les plastiques collectés suivent ensuite un processus rigoureux comprenant plusieurs étapes : **réception, pesée, tri selon les types et les couleurs, broyage, lavage, séchage et conditionnement de la matière recyclée**. Cette dernière peut alors être commercialisée et réintégrée dans de nouveaux cycles de production.

Au-delà de l'acquisition de compétences techniques, cette formation permet aux participantes de comprendre l'ensemble du parcours du déchet, depuis son abandon jusqu'à sa transformation en ressource. Elle illustre l'importance de l'économie circulaire dans la construction de modèles plus durables. Portée par **Hahatay son risas de Gandiol**, avec l'appui de partenaires comme l'Union européenne au Sénégal, **HEGOA Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional (EHU)** et la **Diputación Foral de Gipuzkoa**, cette initiative contribue à renforcer les métiers du recyclage tout en favorisant la protection de l'environnement et le développement local.



Source des informations et des images : Association HAHATAYI

RSO - ODD N°3 - 17 - Santé - Magal Touba : La Fondation Sénégal Solidaire offre près de 2 000 consultations médicales gratuites

À l'initiative de l'Ambassadrice de la Fondation Nationale Sénégal Solidaire, la Première Dame Mme Absa Faye, le Pôle Santé de la Fondation s'est mobilisé du 31 juillet au 2 août dans le quartier Sam Ndiakhate, à Touba, pour une mission de proximité destinée aux populations locales et aux pèlerins.

Pendant trois jours, la mobilisation des équipes médicales, des bénévoles et des partenaires a permis de renforcer l'accès aux soins et aux actions de prévention. Au total, 1 943 consultations médicales gratuites ont été réalisées auprès des riverains et des pèlerins. La mission a également permis la distribution de :

- **1 500 kits d'hygiène, de 1 500 moustiquaires imprégnées pour prévenir les maladies vectorielles et de 2 000 packs d'eau, contribuant ainsi aux efforts de prévention et de promotion de la santé.**

La Fondation a salué l'engagement du corps médical de l'association ASCODO, de Kirène Sénégal, de la Croix-Rouge Sénégalaise et des Badienou Gox de Sam Ndiakhate, dont la mobilisation a contribué au succès de cette opération.

Au-delà des chiffres, **cette initiative illustre l'importance des actions de santé communautaire et de la mobilisation collective pour répondre aux besoins essentiels des populations, notamment dans les zones accueillant un nombre important de visiteurs et de pèlerins.**



Source des informations et des images : Fondation Sénégal Solidaire

RSO - ODD N° 4, 12 et 13 - Environnement - “Naatal Daara” : l'éducation environnementale au cœur de la mobilisation citoyenne

L'éducation environnementale constitue aujourd'hui un levier essentiel pour préparer les générations futures aux défis liés au changement climatique et à la préservation des ressources naturelles. C'est dans cette perspective que le **Club Environnement du Sénégal (CES)** poursuit son engagement à travers l'initiative Naatal Daara 2026, un programme visant à sensibiliser les jeunes aux enjeux environnementaux.

Le samedi 25 juillet 2026, l'équipe du CES a été accueillie à l'Institut Matlaboul Anwar de Keur Massar pour une journée consacrée à l'apprentissage, au partage de connaissances et à l'action citoyenne. Les participants ont pris part à plusieurs activités, notamment une projection de film, une session de sensibilisation sur les impacts du changement climatique ainsi qu'une opération de reboisement.

Ces différentes activités ont permis d'aborder l'importance des comportements responsables, de la protection des écosystèmes et du rôle que chacun peut jouer dans la transition écologique. En impliquant les jeunes, Naatal Daara ambitionne de faire émerger une nouvelle génération d'acteurs engagés pour la protection de l'environnement. Le CES a également salué l'accueil et la collaboration ddu directeur de l'Institut Matlaboul Anwar, ainsi que l'ensemble de l'équipe administrative.

À travers cette initiative, **Naatal Daara 2026 rappelle que la préservation de l'environnement commence par l'éducation, la sensibilisation et l'action collective.**



Source des informations et des images : Association Club Environnement du Sénégal (CES)



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)



RUBRIQUE III : ACTUALITÉS RSE ET DD DES ENTREPRISES DU PRIVÉ

RSE - ODD N°4 et 17- Transformation numérique : Orange Sénégal et l'UCAD s'allient pour développer les compétences digitales

Le développement de l'économie numérique au Sénégal passe par le renforcement des compétences, la promotion de l'innovation et le rapprochement entre les universités et les entreprises. C'est dans cette perspective qu'**Orange Sénégal** et l'**Université Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD)** ont signé une convention de partenariat visant à accompagner la montée en compétences des talents sénégalais.

Cette collaboration s'inscrit dans une dynamique d'accompagnement des ambitions nationales portées par la **"Vision Sénégal 2050"**, en mettant l'accent sur les métiers du numérique, la recherche appliquée et le développement de solutions innovantes autour des technologies digitales et des services financiers numériques.

Porté par la Direction des Entreprises d'Orange Business Sénégal, avec l'appui d'Orange Money Sénégal et d'Orange Bank Africa Sénégal, ce partenariat ambitionne de créer davantage de passerelles entre le monde académique et le secteur privé.

À travers cette initiative, les deux institutions souhaitent favoriser l'émergence d'une nouvelle génération de professionnels capables de répondre aux défis de la transformation digitale du pays. La coopération vise également à stimuler l'innovation locale et à faire du numérique un véritable levier de croissance économique, d'inclusion et de développement durable au Sénégal.



Source des informations et des images : SONATEL Sénégal

RSE - ODD N°4 et 13 - Environnement - Auchan Sénégal lance « Auchan Kids Eco Action » pour sensibiliser les enfants sur l'écologie

À l'occasion de la **Journée mondiale de l'Environnement**, **Auchan Retail Sénégal**, en partenariat avec **JVE Sénégal**, a organisé le 20 juin au Parc Forestier et Zoologique de Hann une journée dédiée à l'éducation environnementale et à l'engagement citoyen des plus jeunes.

Baptisée **« Auchan Kids Eco Action »**, cette initiative a réuni près de **500 participants** autour d'activités pédagogiques et ludiques visant à sensibiliser les enfants et leurs familles aux enjeux de la protection de la planète.

Au programme : plantations d'arbres, ateliers de sensibilisation à l'écocitoyenneté, jeux éducatifs autour du développement durable et moments de partage collectif. Ces activités ont permis aux participants de mieux comprendre l'importance des gestes quotidiens en faveur de l'environnement.

À travers cette action, Auchan Retail Sénégal réaffirme l'importance de l'éducation environnementale dans la construction d'une société plus durable. En impliquant les enfants dès le plus jeune âge, l'initiative contribue à faire émerger une nouvelle génération davantage consciente des défis écologiques.

Cette démarche s'inscrit dans une vision de responsabilité sociétale où les entreprises, les associations et les citoyens collaborent pour promouvoir des comportements plus respectueux de l'environnement et renforcer la transition écologique au Sénégal.



Source des informations et des images : Team RSE Auchan Retail Sénégal

RSE - ODD N°3 et 4 - École en bonne santé - Les Grands Moulins de Dakar s'engagent en faveur de la santé communautaire

Dans le cadre de sa politique de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) en lien avec les ODD, les **Grands Moulins de Dakar (GMD)** poursuivent leurs actions en faveur du bien-être des communautés à travers le projet **« École en Bonne Santé »**. En partenariat avec **Marie Stopes Sénégal**, l'entreprise a organisé une journée de consultations médicales à la **Mosquée d'Arafat 3**, située à Rufisque.

Cette initiative a permis à **140 enfants du Daara Oumoul Kitap**, ainsi qu'**aux populations riveraines**, de bénéficier de consultations médicales et d'une prise en charge adaptée. Au-delà de l'accès aux soins, l'activité a également mis l'accent sur la prévention, considérée comme un levier essentiel pour améliorer durablement la santé publique.

Des séances de sensibilisation ont été organisées autour de la nutrition et de l'hygiène bucco-dentaire afin de promouvoir l'adoption de bonnes pratiques dès le plus jeune âge. Ces actions contribuent à renforcer les connaissances des bénéficiaires en matière de prévention et de santé.

À travers cette initiative, les Grands Moulins de Dakar illustrent le rôle que peut jouer l'entreprise dans le développement des territoires en associant performance économique, engagement sociétal et amélioration des conditions de vie des communautés locales.



Source des informations et des images : Les Grands Moulins de Dakar



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)





LYSTEG DAKAR

Lycée des Sciences et Technologies
de l'Économie et de la Gestion

ÉTABLISSEMENT AUTORISÉ PAR LA DFPT

INSCRIPTIONS OUVERTES

RENTÉE 2026 • SECONDE STEG

FORMATION TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE

- **Bac STEG** : gestion, comptabilité
- Économie, droit, informatique
- **Logiciels de gestion** et bureautique
- **Formations qualifiantes** en parallèle
- Vers l'**emploi** ou les études supérieures
- Salles climatisées et équipées

LA VIE SCOLAIRE EN LIGNE

- **Notes et bulletins** en ligne
- **Assiduité** suivie au quotidien
- Emploi du temps et devoirs
- Paiement **Wave, Orange Money, carte**



+221 33 812 27 07

+221 71 064 54 07 • +221 71 064 54 08 • +221 71 064 54 09 • +221 71 064 54 10

Site Mame Mansour SY BALKHAWMI — Sacré-Cœur 3, Dakar Face au Collège Sacré-Cœur et aux deux voies BRT

Construire aujourd'hui les leaders de demain.



**PRÉINSCRIVEZ-VOUS
EN LIGNE**

www.lysteg.com

Scannez avec votre téléphone — démarche gratuite

RUBRIQUE IV : ACTUALITÉS RSO/ODD DES INSTITUTIONS PUBLIQUES

RSO - ODD N°4 et 10 - Formation-insertion : 209 jeunes formés aux métiers de l'horticulture, 180 déjà intégrés dans l'emploi

La formation professionnelle apparaît comme un levier majeur pour accompagner l'insertion des jeunes et répondre aux besoins des secteurs économiques stratégiques. Dans cette dynamique, le **Fonds de Financement de la Formation professionnelle et technique (3FPT)** poursuit ses actions en faveur du développement des compétences à travers ses projets de formation-insertion (PFI).

Dans le cadre d'une mission de supervision menée par son Pôle Territoire Ouest, le 3FPT a suivi les sessions de formation au certificat professionnel de spécialisation (CPS) en techniques de production horticole à Mont-Rolland, dans la région de Thiès. Cette initiative, mise en œuvre à travers une convention tripartite entre le 3FPT, Sahel Vert et Quality Fruit Sénégal, a permis de former 209 jeunes aux techniques de production horticole, pour un investissement global de 73 403 646 francs CFA. Parmi les bénéficiaires, 180 jeunes ont déjà été insérés professionnellement au sein de l'entreprise Quality Fruit Sénégal, illustrant l'impact concret du modèle formation-insertion.

La mission de supervision a également permis d'évaluer la qualité des enseignements, les conditions de formation et l'engagement des bénéficiaires. Les échanges avec les partenaires ont porté sur les perspectives d'amélioration du dispositif et le renforcement des opportunités d'emploi dans les métiers agricoles. **À travers ce programme, le 3FPT contribue à rapprocher la formation professionnelle des besoins des entreprises tout en valorisant l'horticulture comme un secteur créateur d'emplois et de valeur pour les territoires sénégalais.**



Source des informations et des images : 3FPT

RSO - ODD N°1, 8, 10 et 11 - Électrification rurale : six nouvelles localités de Kaffrine désormais connectées à l'énergie par ASER

L'accès à l'électricité constitue un enjeu majeur pour le développement des territoires ruraux au Sénégal. Au-delà du confort des ménages, l'électrification représente **un véritable levier de transformation économique, permettant de soutenir les activités agricoles, artisanales, commerciales et l'accès aux services essentiels**. Dans cette dynamique, l'Agence Sénégalaise d'Électrification Rurale (ASER) a procédé, le vendredi 12 juin 2026, à la mise en service de six nouvelles localités dans la région de Kaffrine, précisément dans les départements de Kounghoul et Malem Hodar. Cette opération s'inscrit dans le cadre du projet ASER-BID, visant à renforcer l'accès à l'électricité dans les zones rurales du Sénégal.

Les villages de **Thiobe Ndiouffene, Colé, Loyenne, Ndiaw Thiobe, Ngayenne et Touba Ndiene** bénéficient désormais d'une alimentation électrique, améliorant ainsi les conditions de vie des populations et ouvrant de nouvelles perspectives pour les initiatives économiques locales. Cette extension du réseau électrique participe aux efforts engagés pour réduire les disparités entre territoires urbains et ruraux. **L'électricité facilite notamment la conservation des produits agricoles, le développement des petites entreprises, l'utilisation des équipements numériques et l'amélioration des services éducatifs et sanitaires.**

La mise en œuvre de ces projets repose également sur la collaboration avec les autorités administratives et territoriales, dont l'implication contribue à faciliter le déploiement des infrastructures sur le terrain.



Source des informations et de l'image : Agence Sénégalaise d'Électrification Rurale (ASER)

RSO - ODD N°1, 5 et 10 - ADEPME - Entrepreneuriat féminin : la digitalisation et la formalisation au cœur du développement des PME

La digitalisation, l'innovation et la formalisation apparaissent aujourd'hui comme des leviers essentiels pour renforcer la compétitivité des petites et moyennes entreprises, notamment celles dirigées par des femmes. Ces enjeux ont été au centre des échanges lors du **Salon de l'Entrepreneuriat & Foire 2026, organisé du 20 au 22 juillet 2026 au CICES**.

À cette occasion, l'**Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises (ADEPME)** a participé à un panel consacré aux défis liés à la transformation numérique, à l'innovation entrepreneuriale et au développement des PME. La rencontre a réuni plusieurs entrepreneures, exposantes et acteurs de l'écosystème entrepreneurial afin d'échanger sur les solutions permettant de renforcer la structuration des entreprises et l'accès aux dispositifs d'accompagnement.

Les discussions ont notamment porté sur les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures : **formalisation des activités, développement des compétences, accès aux outils numériques, financement et amélioration de la visibilité commerciale.**

À travers ces initiatives, l'ADEPME réaffirme son engagement à accompagner les PME sénégalaises dans leur transformation, en mettant l'accent sur l'innovation, la compétitivité et une meilleure intégration dans les opportunités offertes par l'économie numérique.



Source des informations et des images : ADEPME



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)



RUBRIQUE V : ACTUALITÉS HORS DE FRONTIÈRES - ARBRE DE NAISSANCE



ODD N°4, 9, 11, 13 et 15 - Châtenay-Malabry : l'Arbre des naissances, un symbole d'engagement écologique et de transmission entre générations

Quand chaque naissance devient une promesse pour l'avenir environnemental de la ville

À Châtenay-Malabry, dans les Hauts-de-Seine en France, la naissance d'un enfant devient un symbole durable d'engagement environnemental. À travers le projet "Arbre des naissances", la commune plante chaque année un arbre en hommage aux enfants nés sur son territoire. Lancé en 2021, ce projet consiste à planter chaque année un arbre dédié aux enfants nés dans la commune. Le premier arbre, un **ginkgo biloba**, a été planté en 2021 pour symboliser les naissances de l'année 2020. Depuis, chaque nouvelle promotion de nouveau-nés est associée à un arbre installé dans un espace public différent de la ville.

Au-delà d'un simple geste de plantation, l'initiative porte une dimension symbolique forte : inscrire les générations futures dans le paysage urbain et créer un héritage commun entre les familles, la nature et le territoire. Les prénoms des enfants sont gravés sur des supports installés autour de l'arbre, transformant cet espace en un lieu de mémoire collective.

Un patrimoine naturel transmis aux générations futures

Au fil des années, plusieurs essences ont été plantées dans différents quartiers de la ville, notamment un **ginkgo biloba**, un **liquidambar**, un **chêne rouge d'Amérique** et un **hêtre pourpre**. Les prénoms des enfants sont associés à ces plantations, transformant ces espaces verts en lieux de mémoire collective.

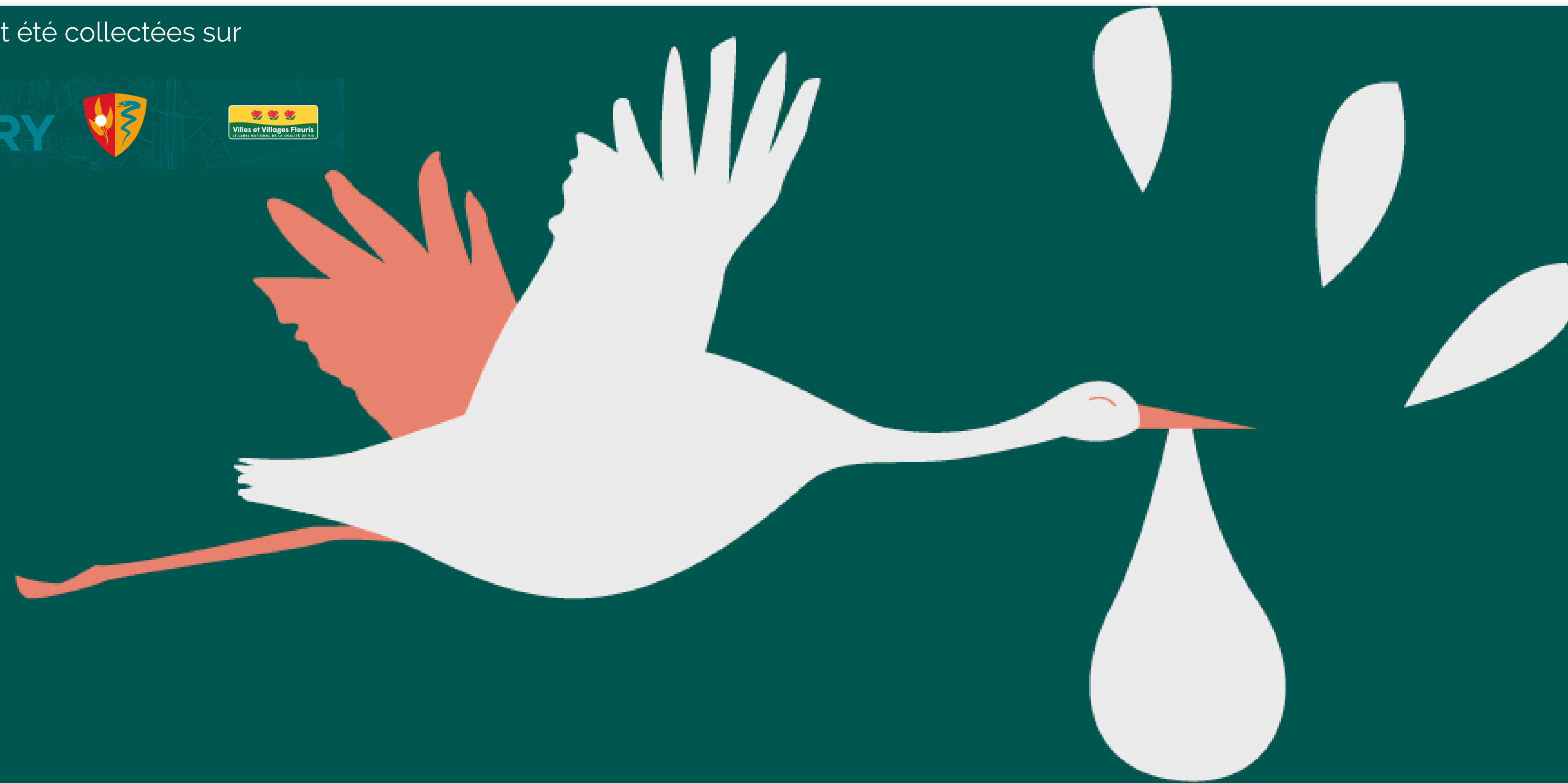
Au-delà de l'aspect symbolique, cette initiative contribue aux objectifs environnementaux de la commune : renforcer la biodiversité, améliorer le cadre de vie des habitants et lutter contre les effets du changement climatique en milieu urbain.



L'arbre de naissance plantée pour les enfants nés en 2025 © Crédit photo : Mboup, 2026

Important : l'ensemble des informations ont été collectées sur le site de la mairie de :

CHÂTENAY-MALABRY



L'arbre des naissances

Un projet qui associe familles, environnement et citoyenneté

L'originalité de l'Arbre des naissances réside dans sa capacité à associer une dimension familiale à une politique environnementale locale. Chaque cérémonie réunit les familles, les enfants et les acteurs municipaux autour d'un moment collectif comprenant notamment des animations culturelles et la découverte des prénoms associés à l'arbre.

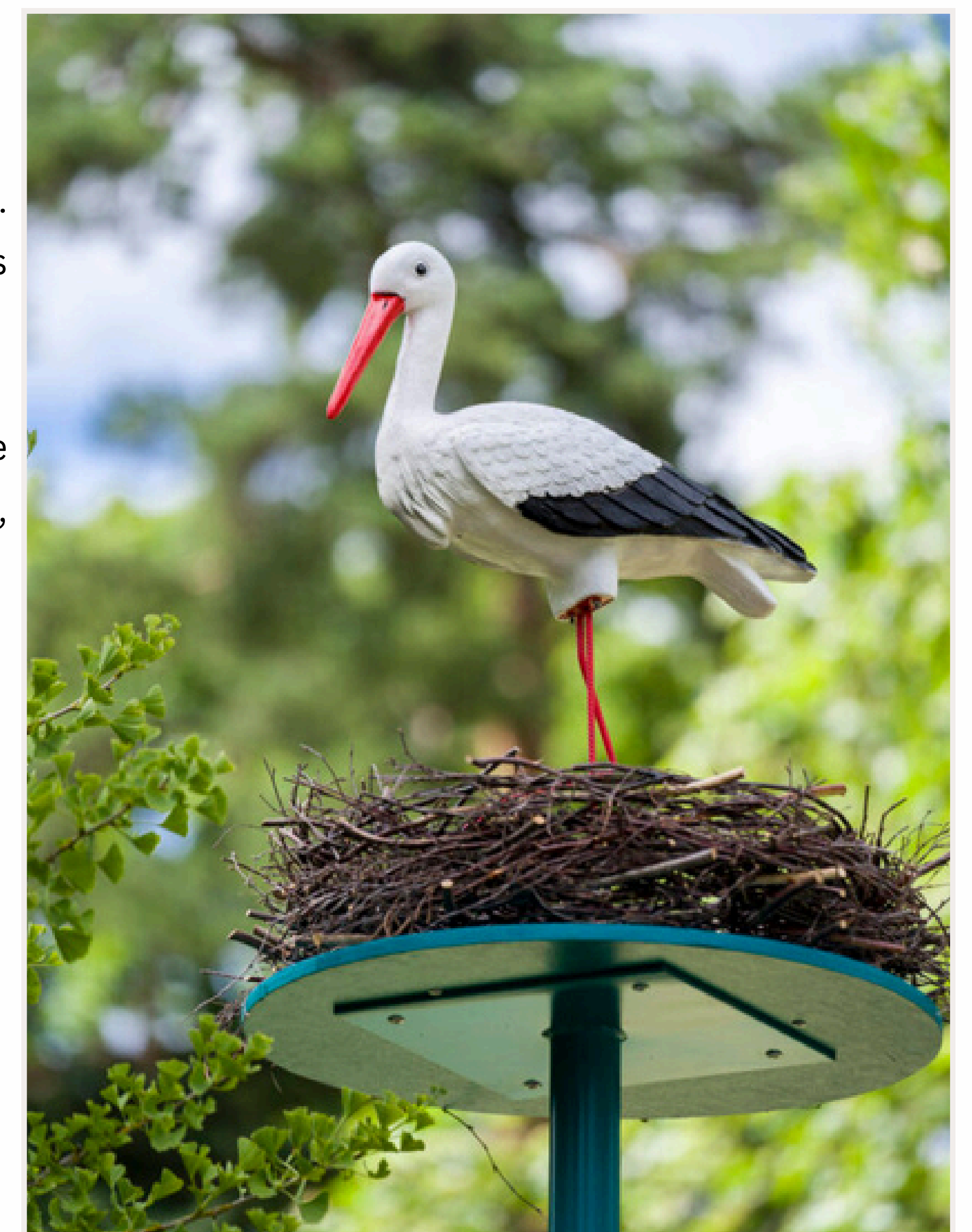
Cette approche illustre une nouvelle manière de penser l'écologie urbaine : au-delà des infrastructures vertes, la transition écologique repose aussi sur la création d'un rapport affectif entre les habitants et leur environnement. En associant chaque naissance à un arbre, Châtenay-Malabry transmet un message simple : grandir ensemble signifie également prendre soin du territoire qui nous accueille.

Une initiative inspirante pour les villes africaines

L'expérience de Châtenay-Malabry montre que les politiques environnementales locales peuvent s'appuyer sur des projets participatifs capables de mobiliser durablement les citoyens. L'Arbre des naissances devient ainsi un outil d'éducation à l'environnement, tout en créant un lien symbolique entre les générations futures et leur territoire.

Cette initiative pourrait inspirer des villes africaines comme Dakar, confrontées aux défis de l'urbanisation rapide, de la chaleur urbaine et du manque d'espaces verts. Un programme tel que « Un enfant, un arbre » permettrait d'associer chaque naissance à une plantation, renforçant ainsi la végétalisation des quartiers et la sensibilisation des familles.

Au-delà de son impact écologique, **cette démarche contribuerait à construire une culture environnementale durable, où chaque enfant devient un acteur symbolique de la protection de la nature.**



Source de l'image : CHÂTENAY-MALABRY



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.senretail.sn)



Article 1 - Sen regard géographique - Contractualisation et souveraineté alimentaire : que se joue-t-il réellement entre fournisseurs et grande distribution ?

La question alimentaire : de la sécurité à la souveraineté

Au Sénégal, les questions de sécurité et de souveraineté alimentaires sont étroitement liées aux transformations des systèmes de production, de commercialisation et de distribution. La crise alimentaire de 2008, marquée notamment par l'augmentation du prix des denrées, la diminution des stocks et les difficultés d'approvisionnement des marchés, a renforcé la volonté des pouvoirs publics d'accroître la production agricole, de réduire la dépendance aux importations et de renforcer la souveraineté alimentaire.

Cependant, produire davantage ne suffit pas. Encore faut-il organiser les débouchés, assurer la circulation des produits et rapprocher l'offre agricole des espaces de consommation. C'est dans cette perspective que le développement de la grande distribution et la question de son approvisionnement auprès des fournisseurs locaux prennent une importance particulière.

La grande distribution : un nouvel espace pour les produits locaux

L'implantation des supermarchés à Dakar a progressivement introduit de nouvelles formes de commercialisation des produits alimentaires. Dans le cas étudié dans la thèse, l'arrivée d'Auchan s'est accompagnée d'une recherche d'« ancrage territorial », notamment à travers la présence de produits cultivés au Sénégal dans ses magasins.

Le riz, l'oignon, les pommes de terre, les salades, les courgettes et les carottes figurent ainsi parmi les produits locaux mis en rayon.

Cette évolution crée de nouvelles possibilités de débouchés pour les producteurs et fournisseurs locaux. Mais elle introduit également de nouvelles exigences concernant la qualité, les volumes, la régularité et l'organisation de l'approvisionnement.

C'est précisément à ce niveau que la contractualisation devient un enjeu central.

La contractualisation : organiser la relation entre producteurs et distributeurs

La contractualisation apparaît comme un moyen d'améliorer la coordination entre les différents acteurs des filières. Elle peut contribuer à réduire les coûts de transaction, à améliorer l'équilibre entre l'offre et la demande et à organiser les flux en fonction de la quantité, de la qualité et de la régularité recherchées par la grande distribution.

Dans le contexte sénégalais, cette évolution est particulièrement importante pour des producteurs qui ont longtemps rencontré des difficultés à trouver des débouchés suffisamment stables et rémunérateurs. La contractualisation avec les supermarchés peut ainsi constituer une opportunité de sécuriser une partie de la commercialisation des productions.

Elle crée donc un lien entre production agricole, distribution moderne et consommation urbaine. C'est ce qu'avait tenté de faire Auchan Sénégal à travers le projet filière : "Sell Te Woor"



Dr. Malickk MBOUP

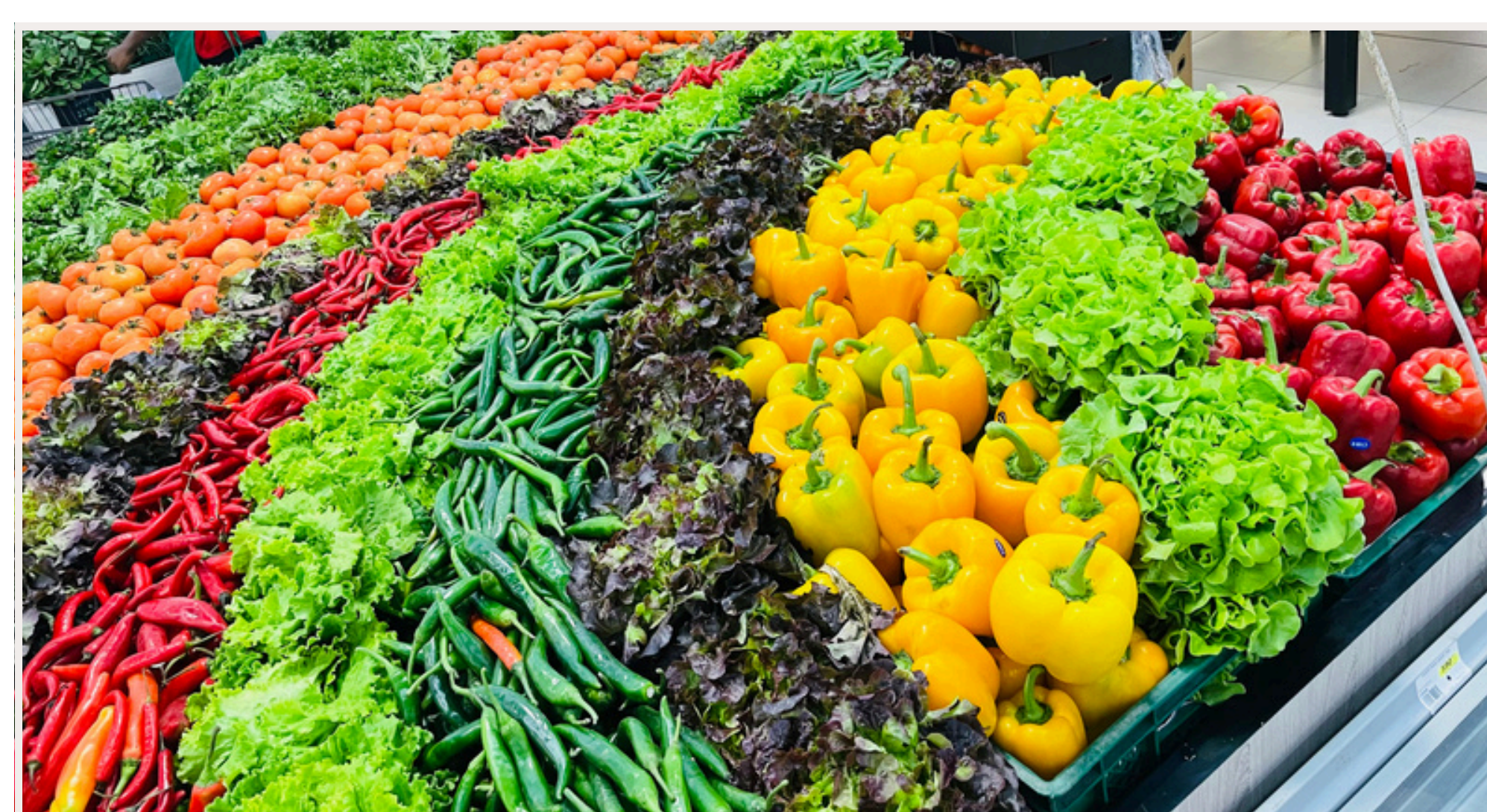


Docteur en géographie. Domaines de recherche : commerce, sécurité alimentaire, développement durable, RSE et ESS

Des fournisseurs locaux aux intermédiaires : une chaîne plurielle

La relation entre la grande distribution et la production locale n'est cependant pas toujours directe. On distingue notamment les producteurs directs et les intermédiaires. Ces derniers peuvent jouer un rôle dans l'approvisionnement des magasins en regroupant des productions et en assurant leur mise à disposition. Cette organisation permet à la grande distribution de disposer d'une offre suffisamment régulière, alors que les capacités de production et d'organisation des producteurs peuvent être variables.

La contractualisation ne concerne donc pas uniquement une relation simple entre « agriculteur et supermarché ». Elle s'inscrit dans une chaîne plus complexe où interviennent différents fournisseurs et intermédiaires.



Les avantages de la contractualisation pour les fournisseurs

Pour les fournisseurs, la contractualisation peut représenter un véritable levier de maturité et d'autonomie.

Elle offre d'abord un débouché relativement structuré à des producteurs qui recherchent des acheteurs fiables. Le réseau de distribution constitue alors un espace capable d'absorber une partie des récoltes.

La contractualisation peut également favoriser une meilleure organisation de la production. Les exigences de la grande distribution conduisent les fournisseurs à prendre davantage en compte les questions de qualité, de régularité, de conditionnement et de sécurité sanitaire.

Mais les avantages ne sont pas identiques pour tous. La thèse souligne qu'ils dépendent du statut des acteurs, de leur pouvoir d'influence et de négociation et de leurs capacités financières.

Une relation commerciale marquée par des rapports de pouvoir

Si la contractualisation peut sécuriser les débouchés, elle ne supprime pas les déséquilibres entre les acteurs.

La grande distribution dispose d'une capacité importante de mise en concurrence des fournisseurs. Dans le cas étudié, cette position de force peut influencer les négociations et les conditions commerciales. La thèse montre notamment que la capacité d'Auchan à mettre les fournisseurs en concurrence lui confère un pouvoir important dans les relations commerciales.

La contractualisation apparaît ainsi comme un outil à double dimension : elle peut offrir de nouvelles opportunités aux fournisseurs tout en renforçant les exigences auxquelles ils doivent répondre.

Cette ambivalence est essentielle pour comprendre les relations entre grande distribution et fournisseurs locaux.

Contractualisation et sécurité alimentaire : mieux organiser les flux

L'un des apports importants de la contractualisation concerne l'organisation des chaînes d'approvisionnement. En améliorant la coordination entre les acteurs, elle peut contribuer à un meilleur équilibre entre l'offre et la demande.

La régularité des flux permet notamment à la grande distribution de disposer de produits frais et aux fournisseurs de bénéficier d'un débouché organisé. La réduction des pertes post-récolte et l'amélioration de la sécurité sanitaire constituent également des effets potentiels importants.

La contractualisation établit ainsi un lien direct entre les enjeux commerciaux et les enjeux alimentaires : mieux organiser la relation entre producteurs et distributeurs peut contribuer à améliorer le fonctionnement de la chaîne alimentaire.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)



Suite article 1 - Sen regard géographique - Souveraineté alimentaire, sécurité alimentaire et grande distribution au Sénégal : la contractualisation au cœur des relations avec les fournisseurs locaux

Grande distribution et souveraineté alimentaire : des liens à nuancer

La présence croissante de produits locaux dans les grandes surfaces peut contribuer à donner davantage de visibilité aux productions nationales. Mais la thèse montre que l'approvisionnement d'une enseigne comme Auchan ne repose pas exclusivement sur les fournisseurs locaux.

Une partie des fournisseurs intervient également dans l'importation de produits qui ne sont pas cultivés au Sénégal, notamment certains fruits comme les bananes et les raisins. Par ailleurs, le recours à l'approvisionnement local s'explique aussi par les caractéristiques de produits périssables tels que les légumes, les viandes ou les poissons, pour lesquels l'importation est plus complexe.

Il convient donc de ne pas considérer automatiquement la présence d'une grande distribution comme synonyme de souveraineté alimentaire. Son rôle doit plutôt être analysé à travers sa capacité à structurer durablement les relations avec les fournisseurs locaux.

Vers une contractualisation au service des filières locales ?

L'analyse développée dans ma thèse montre finalement que **la contractualisation peut constituer un levier important pour rapprocher les producteurs locaux des marchés urbains modernes.**

Elle peut sécuriser des débouchés, améliorer la coordination des filières, réduire les pertes, renforcer la qualité et contribuer à la sécurité sanitaire des aliments. **Mais ses effets dépendent fortement des capacités des fournisseurs et des rapports de pouvoir qui structurent les relations commerciales.**

L'enjeu pour le Sénégal n'est donc pas seulement de produire davantage ou d'augmenter la présence des produits locaux dans les supermarchés. Il consiste aussi à construire des relations commerciales capables de renforcer durablement les fournisseurs locaux.

La contractualisation se situe ainsi au croisement de plusieurs enjeux : **sécurité alimentaire, souveraineté alimentaire, développement de la grande distribution et structuration des filières locales.**

Elle peut devenir un véritable levier de développement si elle permet aux producteurs et fournisseurs locaux de trouver des débouchés durables tout en répondant aux exigences de qualité et de régularité de la distribution moderne. **Mais elle nécessite également de prendre en compte les différences de capacités et de pouvoir de négociation entre les acteurs.**

En conclusion, l'avenir des relations entre grande distribution et fournisseurs locaux dépendra donc largement de la capacité à faire de la contractualisation non seulement **un instrument d'approvisionnement, mais aussi un outil de structuration et de consolidation** des filières alimentaires nationales.

Quelques références bibliographiques utilisées dans cette réflexion :

Ardouin, T. (2017). Contractualisation et cahier des charges. In T. Ardouin, Ingénierie de formation : Intégrez les nouveaux modes de formation dans votre pédagogie (pp. 131–164). Dunod.

Billows, S. (2017). La grande distribution et ses fournisseurs. Les usages commerciaux de la loi et du contrat. Revue française de socio-économie

Debar, J.-C. (2019). Renforcer les chaînes de valeur en Afrique : Les conditions d'une contractualisation durable. Proparco.

Mboup, M. (2019). La distribution alimentaire à Dakar face aux défis de l'urbanisation et de la métropolisation : de l'ancrage des petits commerces de proximité et de détail à l'émergence des supermarchés Auchan. Mémoire de master, Sorbonne Université, Paris.

Mboup, M. (2024). The transformation of the commercial activities in West African metropolises: The case of Dakar (Senegal). Belgeo, Revue belge de géographie, (3).

Prenons un exemple : Sell Te Woor : quand la contractualisation entre grande distribution et producteurs locaux atteint ses limites



Encadré sur le projet filière « Sell Te Woor »

La contractualisation est souvent présentée comme un levier permettant de rapprocher la grande distribution des producteurs locaux, de sécuriser les débouchés et de contribuer à la souveraineté alimentaire.

Mais que se passe-t-il lorsque le modèle rencontre les réalités du marché sénégalais ?

C'est dans cette perspective qu'Auchan met en place au Sénégal, en 2021, le projet de filière « **Sell Te Woor** », présenté comme l'équivalent de « **Cultivons le bon** ». Le programme repose sur une volonté de promouvoir la proximité territoriale, les circuits courts et une relation plus directe avec les producteurs. L'objectif affiché est notamment de proposer aux consommateurs des produits de qualité à des prix accessibles tout en valorisant les productions locales. Son ambition était de développer une relation plus directe avec les producteurs, de promouvoir les circuits courts et de valoriser les produits locaux.



Des investissements importants, mais des débouchés incertains

Le problème ne se limite pas à la relation contractuelle. Certains fournisseurs ont réalisé des investissements importants pour répondre aux exigences de l'enseigne.

La SCL et les GDS ont notamment aménagé des espaces de production et installé des serres afin de répondre aux besoins d'Auchan. Mais les difficultés d'écoulement de certains produits, notamment les bananes et les haricots, ont conduit à des non-respects de commandes et à des demandes de renégociation des contrats, générant des pertes économiques pour les producteurs.

Quand le prix devient un obstacle : le cas de la salade est particulièrement révélateur.

La thèse relève un prix de **990 F CFA** pour une salade issue de la filière contre **690 F CFA** pour une salade conventionnelle, soit un écart d'environ **40 %**. Dans un contexte où une partie importante des ménages dispose d'un pouvoir d'achat limité, cette différence pouvait rendre les produits filières plus difficiles à écouler. À cela s'ajoutaient les coûts de transport frigorifique, les exigences d'emballage et le respect du cahier des charges. Pour certaines petites exploitations, ces contraintes représentaient des investissements difficiles à supporter.

Un modèle à repenser ?

Sell Te Woor n'est donc pas simplement l'histoire d'un projet qui n'a pas fonctionné. C'est surtout une expérience qui révèle les conditions nécessaires à la réussite d'une contractualisation entre grande distribution et fournisseurs locaux.

Un échec relatif plutôt qu'un échec total ?

Faut-il alors considérer Sell Te Woor comme un échec ? La thèse est particulièrement claire sur ce point : malgré son caractère novateur, le projet n'a pas atteint ses objectifs en matière de soutien aux producteurs et sur le plan commercial. Un ancien responsable des achats fruits et légumes d'Auchan résume cette difficulté par une formule particulièrement significative : « Ce qui a marché en France n'est pas forcément appelé à fonctionner au Sénégal. »

Le terme d'échec doit toutefois être nuancé. Le projet a permis d'expérimenter une nouvelle relation entre grande distribution et producteurs, de mettre en place des dispositifs d'accompagnement et de rendre visibles certaines productions locales. Le problème réside davantage dans l'écart entre l'ambition du modèle et ses résultats.





SEN RETAIL

LA PREMIÈRE PLATEFORME D'INFORMATIONS ET DE SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS AU SÉNÉGAL ET DANS LA DIASPORA.

contact@senretail.sn • senretail.sn    

✓ L'information au service du consommateur. ✓ Sensibiliser le grand public sur les enjeux des ODD.

Web Application  <https://senretail.sn/>



BULLETIN D'INFORMATION

Vous êtes une entreprise, une association ou une ONG engagée dans des projets de développement ?

Mettez en lumière vos réalisations, vos résultats et vos contributions au développement durable grâce à un outil de communication moderne et efficace.



VALORISATION

de vos acquis
et de vos impacts



VISIBILITÉ ACCRUE

auprès des partenaires,
bailleurs et bénéficiaires



INTÉGRATION

des dimensions du
développement durable
(économique, sociale,
environnementale)



CONTENUS ADAPTÉS

aux entreprises,
associations et ONG



DESIGN PROFESSIONNEL

accessible sur tous
les supports (web
et mobile).



Gagnez en **légitimité**
et démarquez-vous !



Le bulletin d'information numérique **valorise vos actions**, renforce votre **crédibilité** et met en avant vos **impacts**.



Un outil simple pour affirmer **votre position** et accroître votre **visibilité**.

**FAITES DE VOTRE COMMUNICATION UN LEVIER STRATÉGIQUE
POUR RENFORCER VOTRE CRÉDIBILITÉ ET VOTRE INFLUENCE !**



Contactez-nous dès maintenant pour co-construire votre bulletin d'information et donner de l'écho à vos actions.



www.senretail.sn



+221 77 408 53 65



contact@senretail.sn

@senretail.sn



Linked in

Article 2 - Relation grandes surfaces et fournisseurs : Enjeux et perspectives pour une collaboration durable

Introduction

Les grandes surfaces sont des espaces de commerce qui ont su allier en un même lieu le marché traditionnel, informel, artisanal et moderne. Il devient primordial de garantir une relation durable avec les acteurs majeurs en particulier avec les fournisseurs.

D'où la question de savoir, comment les grandes surfaces contribuent-elles à la pérennisation de la relation fournisseurs tout en garantissant la disponibilité des produits et le respect des cahiers de charge opérationnel ?

La relation grande surface et fournisseur

Il convient d'un partenariat gagnant-gagnant d'une part où la grande surface attend des fournisseurs : la disponibilité des produits, le respect des normes locales et internationales et d'autre part les fournisseurs par les grandes surfaces accède au marché national plus grand offrant une visibilité de leur enseigne et produits ouvrant la porte au développement des assortiments, gammes et chiffre d'affaire.

Les enjeux :

- **Commercial** : Il structure la collaboration et définit le partenariat et la négociation. Il est fin maître de la pérennité des ventes et de la mise en avant des produits. Il définit le référencement des produits et la gestion des strates dans les magasins.
- **Partenaires (banques)** : facilitation administratives des grandes surfaces dans les projets fournisseurs d'acquisition de crédits, levées de fonds et autres apports financiers.
- **Supply chain** : Etroite collaboration entre la production et le service supply chain grande surface. Entre visibilité des productions du fournisseur, des stocks, des arrêts de production ou contrainte d'approvisionnement des intrants du fournisseur, la grande surface également communique les prévisions événements, action commerciale et promotions qui ont un impact sur la demande quotidienne.
- **Comptabilité et finance** : clairvoyance sur la gestion des comptes fournisseurs, retard de paiement, factures en litiges, plafond de compte et blocage des livraisons par le fournisseur.
- **Juridique** : Gestion transparente des contentieux, valorisation des accords amiables.
- **Stratégie et innovation** : Réciproquement, les partenaires se doivent d'être informer sur les projets mutuels entre développement nouveaux magasins grande surface et élargissement de gammes de produits côté fournisseur.
- **RSE et QHSE** : Accompagnement fournisseurs dans la mise en place des normes qualités requises process et logistique. En guise RSE, un support financier ou nature mettra aux standards recommandés demandé par le secteur formel.
- **Digitalisation** : Mise à jour logiciel, changement ou rajout logiciel, système d'automatisation des commandes ou des livraisons...



M. Franck Williams NGWA  **LinkedIn**

Responsable Achats | 13+ ans d'expérience. Formateur Achats & Supply Chain, Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest en Guinée Conakry
Secteur d'activité : Agro-industrie et grande distribution

Perspectives

Le développement de la relation grande surface et fournisseur revêt davantage de la collaboration transparente des parties, la visibilité de la demande et la coordination conjointe.

Le fournisseur se voit développer le plus son chiffre d'affaires contrairement à la commercialisation traditionnelle qui demande plus de logistique pour moins de rentabilité financière. Côté grande surface, l'élargissement et la compétitivité des assortiments promettent une diversité produits en magasin au plus grand plaisir client qui a le choix comme l'illustre cette photo ci-dessous.



Tête de gondole avec une diversité de produits dans l'hypermarché Lekku-FII de Touba.



Conclusion

Au regard des enjeux communs à la **grande surface et au fournisseur**, nous convenons la relation de ces entités se doit d'être saine et collaboratives au-delà des obligations et engagements communs, le marchés est soumis à la législation locales et les ventes demeurent pilotées par les clients malgré le fait que **la fidélité client se construit via l'offre et le merchandising**.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.linkedin.com/company/senretail)



Article 3 : La grande distribution au Sénégal : les défis de la Supply Chain et la relation fournisseur comme levier de compétitivité

Une transformation rapide du secteur de la grande distribution

Le secteur de la grande distribution au Sénégal connaît une transformation rapide sous l'effet de l'urbanisation, de l'évolution des habitudes de consommation et de l'arrivée de nouveaux acteurs. Les consommateurs recherchent désormais des produits disponibles en permanence, des prix compétitifs et une qualité irréprochable. Dans ce contexte, la **Supply Chain** est devenue un facteur déterminant de performance. Toutefois, cette évolution met en lumière un défi majeur : la qualité de la relation entre les distributeurs et leurs fournisseurs, qui conditionne directement la résilience et la compétitivité de la chaîne d'approvisionnement.

La dépendance aux importations et les risques d'approvisionnement

L'un des premiers défis est la forte dépendance aux importations pour de nombreuses catégories de produits. Les distributeurs doivent composer avec des délais d'approvisionnement parfois longs, la volatilité des coûts du transport maritime, les fluctuations des taux de change et les contraintes portuaires ou douanières. Le moindre retard dans l'acheminement d'une cargaison peut provoquer des ruptures en rayon, affecter les ventes et dégrader l'expérience client. Dans ce contexte, la collaboration entre distributeurs et fournisseurs devient essentielle pour anticiper les risques, partager les informations et sécuriser les approvisionnements.

La fiabilité des fournisseurs : un enjeu central

Le deuxième défi concerne la fiabilité des fournisseurs, qu'ils soient locaux ou internationaux. Si les fournisseurs internationaux sont exposés aux aléas du commerce mondial, les producteurs locaux font souvent face à des contraintes de capacité, de financement, de normalisation ou de logistique. Ces difficultés peuvent entraîner des livraisons incomplètes, des retards ou des variations de qualité. Plutôt que de considérer ces situations sous un angle exclusivement contractuel, les enseignes ont intérêt à développer une relation de partenariat fondée sur des objectifs communs de performance.

La planification au cœur de la performance

La planification constitue également un enjeu majeur. Les promotions commerciales, les périodes de forte consommation comme le Ramadan ou la Tabaski, ainsi que les variations saisonnières de la demande nécessitent une anticipation rigoureuse. Lorsqu'un distributeur partage suffisamment tôt ses prévisions avec ses fournisseurs, ceux-ci peuvent adapter leur production, réserver leurs capacités de transport et sécuriser leurs approvisionnements. À l'inverse, une communication tardive augmente les risques de rupture ou de surstock, avec des conséquences financières importantes pour l'ensemble des acteurs.

• Les produits frais : un défi logistique particulier

Les produits frais illustrent parfaitement cette réalité. Les fruits, légumes, produits laitiers ou viandes exigent une coordination permanente entre producteurs, transporteurs, entrepôts et magasins. Une rupture de la chaîne de communication peut rapidement entraîner des pertes liées à la péremption ou à une baisse de qualité. À l'inverse, une planification concertée permet d'améliorer la disponibilité des produits, de réduire le gaspillage et de mieux répondre aux attentes des consommateurs.



M. Cheikh DIACK



Spécialiste en logistique dans la grande distribution et directeur Supply Chain pour Carrefour by EDK au Sénégal

• De la négociation des prix au partenariat stratégique

Dans ce contexte, la relation fournisseur ne peut plus se limiter à une simple négociation des prix. Elle doit évoluer vers un véritable partenariat fondé sur la confiance, la transparence et le partage d'informations. Un fournisseur bien intégré dans la stratégie Supply Chain est en mesure d'anticiper les besoins, d'adapter sa production et de mieux répondre aux variations de la demande. Cette approche repose sur plusieurs principes : définir des engagements réciproques, suivre des indicateurs de performance tels que le respect des délais de livraison ou le taux de service, respecter les délais de paiement fournisseurs, organiser des réunions régulières avec les fournisseurs stratégiques et partager les prévisions de demande. L'objectif n'est pas uniquement d'évaluer les fournisseurs, mais de construire avec eux une dynamique d'amélioration continue dont le socle repose sur un partenariat gagnant-gagnant.

• Digitalisation et nouvelles pratiques collaboratives

Les perspectives sont encourageantes. La digitalisation des processus ouvre la voie à une meilleure visibilité sur les stocks, les commandes et les livraisons grâce aux ERP, aux systèmes de gestion d'entrepôt (WMS) et aux plateformes collaboratives. L'exploitation de la donnée et de l'intelligence artificielle permettront progressivement d'améliorer la prévision de la demande, d'optimiser les niveaux de stock et d'anticiper les risques de rupture. Parallèlement, l'adoption de démarches collaboratives telles que le Supplier Relationship Management (SRM) ou le Sales and Operations Planning (S&OP) favorisera une meilleure synchronisation entre distributeurs, fournisseurs et partenaires logistiques.

• Vers une Supply Chain intégrée et durable

À plus long terme, la compétitivité de la grande distribution au Sénégal dépendra moins de la seule capacité à négocier les prix que de l'aptitude à construire une Supply Chain intégrée, agile et collaborative. Les entreprises qui feront de la relation fournisseur un véritable partenariat stratégique disposeront d'un avantage concurrentiel durable. Dans un environnement où les attentes des consommateurs sont toujours plus élevées et les chaînes d'approvisionnement plus complexes, la confiance, le partage d'information et la planification commune ne constituent plus de simples bonnes pratiques : ils deviennent les fondements d'une Supply Chain performante et résiliente, au service du développement durable de la grande distribution sénégalaise.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.linkedin.com/company/senretail)



Article 4 : Qualité, traçabilité et packaging : les défis des fournisseurs locaux face à la grande distribution

Introduction

Au Sénégal, nous disposons d'un potentiel considérable en matière de production agricole et agroalimentaire. Des graines du palmier de la Casamance aux produits issus de l'arachide, des fruits locaux, des herbes aromatiques et produits transformés, notre pays possède un terroir riche et diversifié. Pourtant, entre produire un bon produit et réussir à l'installer durablement dans les rayons de la grande distribution, il existe encore plusieurs étapes à franchir.

La grande distribution représente aujourd'hui une véritable opportunité pour les fournisseurs locaux. Elle permet d'accéder à une clientèle plus large, d'améliorer la visibilité des marques sénégalaises et de créer des débouchés plus structurés. Mais cette opportunité s'accompagne également d'exigences auxquelles les petites et moyennes entreprises doivent progressivement s'adapter.

La qualité : passer d'un bon produit à un produit professionnel

Le premier enjeu au Sénégal est celui de la qualité.

Un produit local peut être excellent au niveau du goût c'est-à-dire sur le plan gustatif, authentique et profondément ancré dans notre terroir mais pour l'intégrer durablement dans la grande distribution, il doit également répondre à des exigences de régularité, d'hygiène, de qualité, de conservation et de conformité et cette évolution exige un bon investissement dans du matériel, des équipements, les processus de production, les contrôles qualité, la formation et la formalisation des activités et en tant que PME parfois les entreprises manquent de moyens financiers pour investir dans leur business.

Donc la question n'est plus seulement de savoir si le produit est bon, mais si l'entreprise est capable de garantir la même qualité à chaque production et de répondre aux exigences du marché sur le long terme.

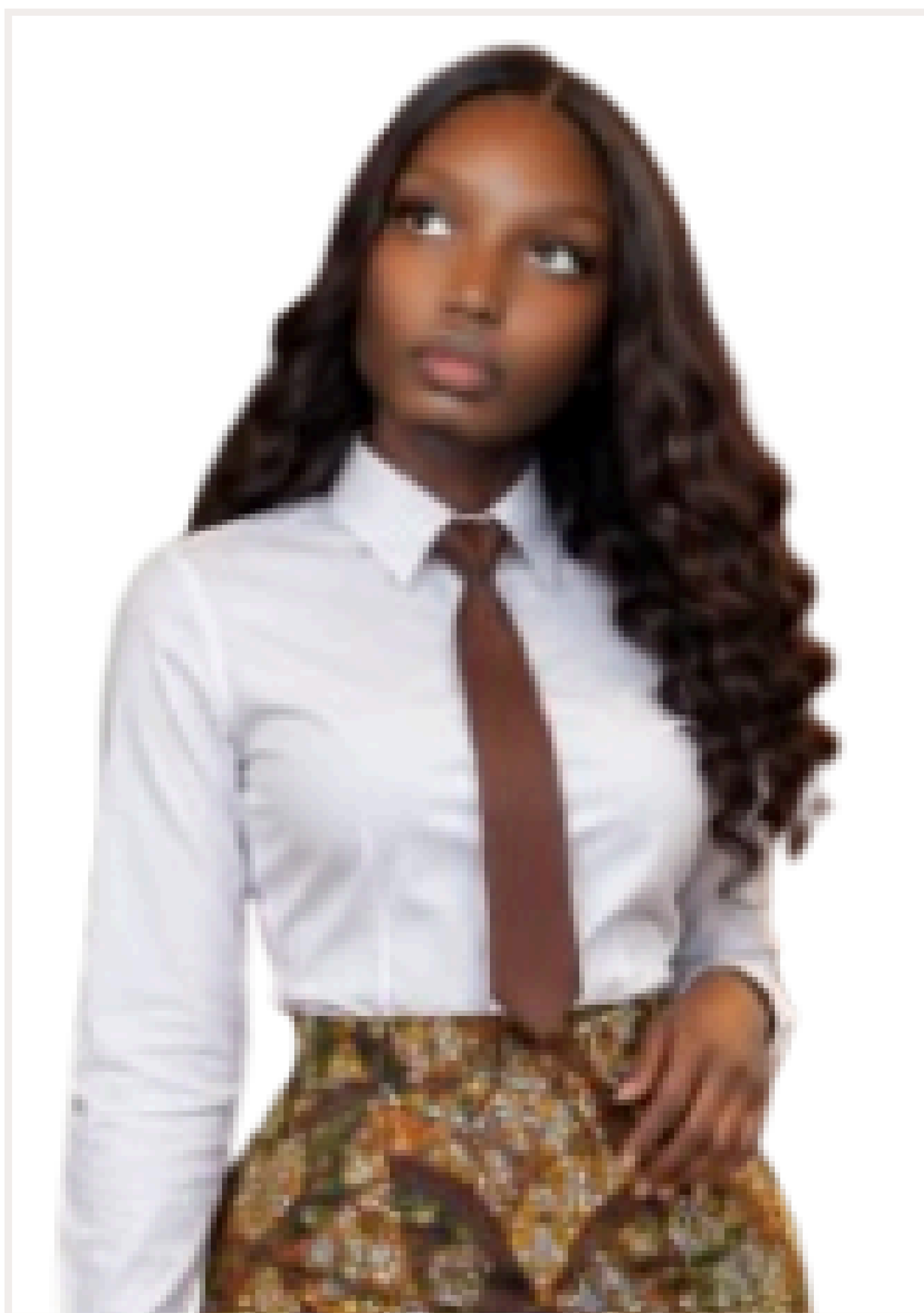
La traçabilité : une question de confiance

Elle constitue également un élément essentiel dans la relation entre fournisseurs et distributeurs.

Savoir d'où vient une matière première, identifier un lot, connaître une date de production, assurer un suivi du produit et pouvoir retracer son parcours sont autant d'éléments qui renforcent la confiance.

Pour le consommateur, la traçabilité est une garantie. Pour le distributeur, elle est une nécessité. Pour le fournisseur, elle représente aussi une opportunité de mieux structurer son entreprise.

Dans notre expérience avec **Evasfoudies**, la volonté de valoriser des produits du terroir sénégalais nous a naturellement amenés à travailler davantage sur ces aspects : origine des matières premières, conditionnement, identification des produits et amélioration progressive des processus.



Mme AWA SANE



Responsable du développement commercial dans une grande surface en France et fondatrice de Evasfoudies



Le packaging : un défi encore sous-estimé

Il existe cependant un autre enjeu dont on parle encore trop peu : le packaging.

Au Sénégal, nous avons de nombreux produits de qualité qui ne bénéficient pas toujours d'un conditionnement à la hauteur de leur potentiel. Pourtant, dans un rayon de grande surface, le packaging est souvent le premier contact entre le produit et le consommateur.

Un emballage doit attirer le client protéger le produit, faciliter son transport et sa conservation, fournir les informations nécessaires au consommateur, mais aussi transmettre une image de confiance et de professionnalisme.

Pour une PME locale, améliorer son packaging peut représenter un investissement important. Le coût des emballages, des étiquettes, du design, de l'impression et parfois des équipements nécessaires au conditionnement peut rapidement devenir un frein.

Mais il faut également considérer le packaging comme un investissement stratégique. Un produit du terroir ne devrait pas être perçu comme moins professionnel simplement parce qu'il est produit localement.

L'enjeu est donc de parvenir à créer des emballages adaptés aux réalités économiques de nos entreprises tout en répondant aux standards attendus par la grande distribution.

La grande distribution : une opportunité qui doit être construite ensemble

Les exigences des grandes surfaces peuvent parfois sembler difficiles pour une jeune entreprise : volumes minimums, régularité des approvisionnements, logistique, référencement, délais de paiement ou encore capacité à maintenir une qualité constante. Mais ces exigences peuvent aussi devenir un moteur de professionnalisation.

La contractualisation entre distributeurs et fournisseurs locaux peut permettre de donner davantage de visibilité aux entreprises, de sécuriser certains débouchés et de faciliter leurs investissements. À condition toutefois que la relation soit équilibrée. Pour permettre aux PME locales de progresser, il serait intéressant de développer plus de mécanismes d'accompagnement : commandes prévisionnelles, accompagnement au référencement, délais de paiement adaptés, soutien à la mise aux normes, accompagnement sur le packaging ou encore référencement progressif des jeunes entreprises. La responsabilité n'incombe donc pas uniquement au fournisseur. Si nous voulons véritablement développer le « consommer local », l'ensemble de l'écosystème doit contribuer à rendre les entreprises locales plus compétitives.

Construire une véritable relation gagnant-gagnant : c'est possible

La souveraineté alimentaire ne repose pas uniquement sur notre capacité à produire localement. Elle repose aussi sur notre capacité à transformer, conditionner, distribuer et valoriser nos produits de manière compétitive.

- Pour les fournisseurs locaux, le défi est de continuer à se professionnaliser, à améliorer la qualité, la traçabilité, le packaging et la régularité ;
- Pour les distributeurs, l'enjeu est de créer les conditions permettant à ces entreprises de grandir avec eux.

L'objectif ne devrait pas être simplement de faire entrer davantage de produits locaux dans les rayons, mais de permettre à des marques sénégalaises solides de s'y maintenir, de se développer et, demain, de conquérir également les marchés internationaux.

Produire local est une première étape. Construire des entreprises locales capables de répondre durablement aux exigences du marché en est une autre. C'est dans cette complémentarité entre fournisseurs et distributeurs que pourra véritablement se construire une grande distribution plus inclusive, plus compétitive et davantage ancrée dans le terroir sénégalais.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)





Numéro de téléphone :
+221 70 713 70 70



Des produits de
confiance,
des histoires
de chez nous. ❤️

GOÛT AUTHENTIQUE DU TERROIR



HUILE ROUGE
DIW TIIR



PÂTE
D'ARACHIDE



ÉPICES
PASSE-PARTOUT
VOLAILLE DORÉE



NDOKH LIMON
(JUS DE CITRON)



**100%
NATUREL**

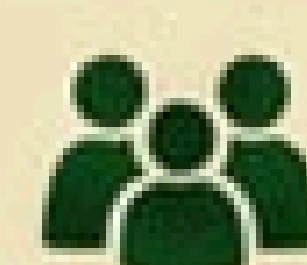
SANS CONSERVATEURS
NI COLORANTS



INGRÉDIENTS
NATURELS



REHAUSSE LE GOÛT
DE VOS PLATS



SOUTIEN L'ÉCONOMIE
LOCALE



QUALITÉ & TRAÇABILITÉ
GARANTIES

COMMANDEZ MAINTENANT



784561061

Merci de soutenir une marque locale ! ❤️

SUIVEZ-NOUS



evasfoudies

Article 5 : VENDRE AUX GRANDES SURFACES : DU FANTASME A LA REALITE POUR LES PRODUCTEURS ET FOURNISSEURS LOCAUX

Introduction

Accéder à la souveraineté alimentaire n'est pas un sujet de réflexion, c'est un sujet d'actions et de rigueur !

Les modes de vente ont changé : les marchés traditionnels et les boutiques de quartier sont concurrencés par les grandes surfaces. L'arrivée d'Auchan, pour ne citer que celle-ci, a profondément bouleversé le paysage des enseignes. La grande surface est devenue accessible à tous et concurrence même les boutiques de quartier.

La promotion des produits locaux et les politiques d'achat local ont stimulé les relations contractuelles avec les producteurs et fournisseurs locaux. Les impacts économiques et sociaux d'une telle politique ne peuvent être que salués.

Donc, en apparence, tout devrait aller bien dans le meilleur des mondes... jusqu'à ce que la réalité des affaires rattrape tous ces acteurs.

Un aspect est souvent délaissé par les TPMEs : celui du contrat entre producteurs/fournisseurs et Grandes surfaces ou enseignes. Pour les premiers, c'est une formalité qu'ils pensent gérer eux-mêmes sans faire appel aux spécialistes. Pour les seconds, c'est un cadre bien précis de la relation d'affaire entre les parties afin d'offrir au consommateur final un éventail de produits locaux au meilleur prix.

Si l'on fait le focus sur cette contractualisation des relations entre ces acteurs, les réalités opérationnelles et financières sont loin du rêve attendu.

Pourquoi ? Parce que nos TPMEs ne sont pas prêtes (à niveau) pour respecter leurs engagements !

Entre informalité, manque d'organisation et de structuration interne, ce qui devait être une manne financière devient une tombe !

Et dans les méandres contractuels, promouvoir le consommateur local impose d'instaurer ou renforcer les bases préparant ces TPMEs à travailler avec les grandes surfaces : la structuration de l'activité !

Pourquoi cette structuration ? Pour vendre un produit consommable, respectant les normes d'hygiène et de sécurité pour le consommateur, à un prix réellement supérieur aux coûts de revient, disponible selon les mêmes caractéristiques en continu ou par saison dans des volumes suffisants pour répondre à la demande.

Le contrat qui lie le producteur ou fournisseur à un distributeur / grande surface, lorsqu'il y en a un, spécifie tous ces points, notamment : produits (par références), caractéristiques de chaque produit, prix unitaire, volume souhaité et périodicité, modalités de livraison, de conservation, de retour, de paiement, de contrôle...

L'important est de garder à l'esprit que ce contrat engage les parties signataires et qu'elles doivent respecter ces engagements ! Il ne faut donc pas le prendre à la légère.



Mme. Sabrina Coulibaly Seck  **LinkedIn**

Juriste et présidente du Cabinet de conseil Sekoya



Arrêtons-nous sur 3 éléments majeurs du contrat qui font cruellement défaut aux TPMEs à cause du manque de structuration et d'outil de gestion des activités :

L'engagement sur le volume de vente :

Il est important de fixer un volume prévisionnel de vente afin d'organiser la production en conséquence. Cela impacte le calendrier de production, l'achat de matières premières, la mobilisation des RH, le budget nécessaire, etc. Il faut aussi prévoir les modalités de commandes afin que le producteur/fournisseur assure la production dans les délais. Et pour fixer cet engagement de volume, le producteur/fournisseur doit maîtriser sa capacité de production et les délais de production (donc de ses propres approvisionnements externes).

L'engagement sur le prix de vente :

Une société ne peut pas vendre à perte, c'est interdit ! Il faut maîtriser ses coûts de revient tenant compte de toutes les charges. En pratique, beaucoup de TPME ne le calculent pas correctement. Résultat, entre mauvais calcul, négociation des prix au plus bas, pratique de remises, ristournes, rabais, et autres lignes facturées par la grande surface, nombreux vendent encore à perte.

Il faut réussir, pour les TPMEs, à évoluer vers un calcul tenant compte de dépenses qui semblent annexes, d'intégrer la TVA, les charges sociales, fiscales et autres... Le pseudo « appât du gain » ne doit pas occulter le bénéfice de l'opération.

L'organisation de la trésorerie en raison des modalités de paiement :

Les grandes surfaces, comme la plupart des acheteurs dans les circuits formels, ne payent pas comptant. Dès lors, il est nécessaire à la TPME d'avoir une trésorerie suffisante, et un prévisionnel de trésorerie, pour poursuivre ses activités dans l'attente des paiements. La plupart n'anticipent pas ou trop peu cela.

Globalement, les entreprises souhaitant travailler avec les grandes enseignes doivent préparer en amont la contractualisation en se connaissant elles-mêmes et en se renseignant sur leurs pratiques. C'est de la stratégie !

Les grandes surfaces sont contraintes par les exigences de leur groupe étranger. Il ne faut pas tout accepter les yeux fermés, il faut étudier la faisabilité et avancer progressivement au lieu de risquer de détériorer les relations contractuelles.

Les fournisseurs doivent profiter de ces exigences pour se structurer, adopter des outils de gestion et de pilotage de la performance, améliorer leurs process, etc. Pas besoin de faire compliqué, tant que c'est efficace.

Lorsque les « petits » producteurs en région rencontrent des difficultés d'écoulement, la grande surface n'est pas toujours la solution. Toute une organisation de la chaîne de valeur doit être mise en place à partir des lieux de production, ce qui est très loin d'être le cas aujourd'hui. Espérons que les Boutiques de référence à venir changent la donne.

Producteurs et fournisseurs permettent de consommer local. Avec une bonne formalisation une bonne structuration, une bonne maîtrise de sa production, de sa gestion d'entreprise, ils seront prêts à respecter leurs engagements.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.linkedin.com/company/senretail)



Article 6 - Sen portrait du trimestre - Contractualisation et souveraineté alimentaire en Afrique : construire un partenariat durable entre fournisseurs locaux et grande distribution

Introduction :

La **souveraineté alimentaire** est devenue un objectif stratégique pour la plupart des pays africains. Les crises sanitaires, les perturbations des chaînes d'approvisionnement mondiales, les effets du changement climatique et la volatilité des marchés internationaux ont rappelé une évidence : un pays ne peut assurer durablement sa sécurité alimentaire sans des filières locales fortes, compétitives et résilientes. Elle dépend également de la capacité des différents acteurs à construire des relations économiques durables, capables de sécuriser les investissements, de soutenir la production locale et de créer de la valeur sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Dans cette dynamique, **la contractualisation entre la grande distribution et les fournisseurs locaux apparaît comme un levier majeur pour transformer les systèmes alimentaires**. Elle permet d'organiser les relations commerciales autour d'engagements réciproques portant sur les volumes, la qualité, les prix, les délais de livraison et les modalités de paiement. Au-delà d'un simple contrat commercial, elle peut devenir un véritable instrument de développement économique.

Pour les producteurs, les avantages sont nombreux. La sécurisation des débouchés réduit l'incertitude liée à la commercialisation, facilite l'accès au crédit et encourage les investissements dans la modernisation des exploitations. Les contrats favorisent également une meilleure planification de la production et permettent d'améliorer la qualité grâce au respect de cahiers des charges plus exigeants.

Pour les enseignes de la grande distribution, privilégier les fournisseurs locaux ne relève plus uniquement d'une démarche citoyenne. Il s'agit également d'un choix stratégique permettant de sécuriser les approvisionnements, de réduire la dépendance aux importations, d'améliorer la fraîcheur des produits proposés aux consommateurs et de répondre à une demande croissante en faveur du « consommer local ». Cette approche contribue également à renforcer la résilience des chaînes d'approvisionnement face aux crises et aux fluctuations des marchés internationaux.



Mme. Maïmouna COLY  **LinkedIn**

Fondatrice de SAB'CO | Professionnelle de l'agrobusiness et engagée pour le développement des filières agricoles

Cependant, cette relation reste encore largement déséquilibrée. Les fournisseurs locaux, notamment les exploitations familiales, les coopératives et les petites entreprises de transformation, peinent souvent à satisfaire les exigences de la grande distribution en matière de qualité, de volumes, de conditionnement, de logistique ou de certification. À cela s'ajoutent des délais de paiement parfois longs, une faible capacité de négociation et un accès limité au financement.

Biographie : qui est Maïmouna COLY ?

Maïmouna COLY est la fondatrice de **SAB'CO (Sen Agro Business Consulting)**, une structure engagée dans le développement des chaînes de valeur agricoles, l'accompagnement des acteurs du secteur, la formation et l'entrepreneuriat agricole.

Titulaire d'un Master en Audit et Contrôle de Gestion, elle a choisi de mettre ses compétences au service de sa passion pour l'agriculture et d'une mission qui lui tient particulièrement à cœur : contribuer au renforcement de la souveraineté et de la sécurité alimentaires en Afrique.

À travers **SAB'CO**, elle accompagne les exploitants agricoles, les porteurs de projets et les entreprises dans la structuration et le développement de leurs activités. Elle œuvre également à la formation et à l'insertion professionnelle des jeunes, notamment en facilitant leur accès aux stages et aux opportunités d'emploi, tout en accompagnant les propriétaires de fermes dans la recherche de profils qualifiés pour leurs exploitations.

Convaincue que l'agriculture constitue un levier majeur de développement économique et social, **elle œuvre pour des filières agricoles plus professionnelles, compétitives, inclusives et créatrices de valeur.**



La commercialisation en détails du Maad par le biais du marketing de réseau et à l'utilisation des réseaux sociaux pour faciliter son écoulement.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.linkedin.com/company/senretail)



Suite - Contractualisation et souveraineté alimentaire en Afrique : construire un partenariat durable entre fournisseurs locaux et grande distribution

Le véritable enjeu n'est donc pas de savoir s'il faut contractualiser, mais comment contractualiser.

Une contractualisation déséquilibrée risque de fragiliser les producteurs locaux en leur transférant une grande partie des risques économiques et climatiques. À l'inverse, une contractualisation équitable peut constituer un puissant levier de souveraineté alimentaire en créant une relation de confiance durable entre producteurs, transformateurs et distributeurs.

À travers mon engagement dans l'accompagnement des producteurs, des coopératives et des porteurs de projets agricoles, j'ai pu constater que les difficultés rencontrées ne tiennent pas uniquement aux capacités de production. Elles résultent aussi d'un manque de relations commerciales stables et équilibrées. C'est pourquoi je suis convaincue qu'une contractualisation juste, transparente et durable constitue aujourd'hui l'un des leviers les plus efficaces pour renforcer les filières locales et accélérer la souveraineté alimentaire en Afrique.

Pour atteindre cet objectif, plusieurs conditions apparaissent essentielles.

- **La première est la transparence dans la fixation des prix.** Les contrats doivent garantir une rémunération juste permettant aux producteurs de couvrir leurs coûts de production, d'assurer la pérennité de leurs activités et d'investir dans l'amélioration de leurs exploitations.
- **La deuxième concerne le partage des risques.** Les aléas climatiques, les fluctuations des marchés ou les pertes exceptionnelles ne peuvent être supportés par les seuls producteurs. Des mécanismes de solidarité, d'assurance ou de révision contractuelle doivent être intégrés aux accords afin de préserver l'équilibre des partenariats.
- **Troisièmement, les distributeurs gagneraient à investir davantage dans l'accompagnement technique de leurs fournisseurs.** La formation aux bonnes pratiques agricoles, à la qualité, à la traçabilité, à la transformation et à la gestion constitue un investissement rentable pour l'ensemble de la chaîne de valeur.

Par ailleurs, les **pouvoirs publics** ont un rôle déterminant à jouer. Ils doivent créer un environnement favorable à travers des politiques de financement, des infrastructures logistiques performantes, un cadre juridique équilibré et des mécanismes d'appui aux organisations de producteurs. **Les coopératives et les interprofessions** ont également un rôle central pour renforcer le pouvoir de négociation des producteurs, mutualiser les moyens de production et professionnaliser les filières.



L'expérience de plusieurs pays montre que les partenariats les plus performants sont ceux qui dépassent la logique d'achat-vente pour construire une véritable relation de long terme fondée sur la confiance, la transparence et la création de valeur partagée.



La commercialisation en détails de la récolte de mangues par le biais du marketing de réseau et à l'utilisation des réseaux sociaux pour faciliter son écoulement.

Au Sénégal, où les politiques de promotion du « **consommer local** » prennent de plus en plus d'ampleur, la contractualisation peut devenir un accélérateur de transformation des systèmes alimentaires. Encore faut-il qu'elle soit pensée comme un partenariat stratégique au service de la souveraineté alimentaire, de la compétitivité des entreprises locales et de l'amélioration durable des revenus des producteurs.

La souveraineté alimentaire ne se mesure pas uniquement à la quantité produite. Elle se construit également dans la qualité des relations économiques qui unissent les producteurs, les transformateurs, les distributeurs et les consommateurs. C'est pourquoi la contractualisation ne doit plus être perçue comme un simple outil commercial, mais comme un véritable pacte de confiance et de co-développement. En plaçant l'équité, la transparence et la création de valeur au cœur des partenariats, elle peut devenir l'un des piliers d'une agriculture plus performante, plus inclusive et plus durable, au Sénégal comme dans l'ensemble du continent africain.



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)





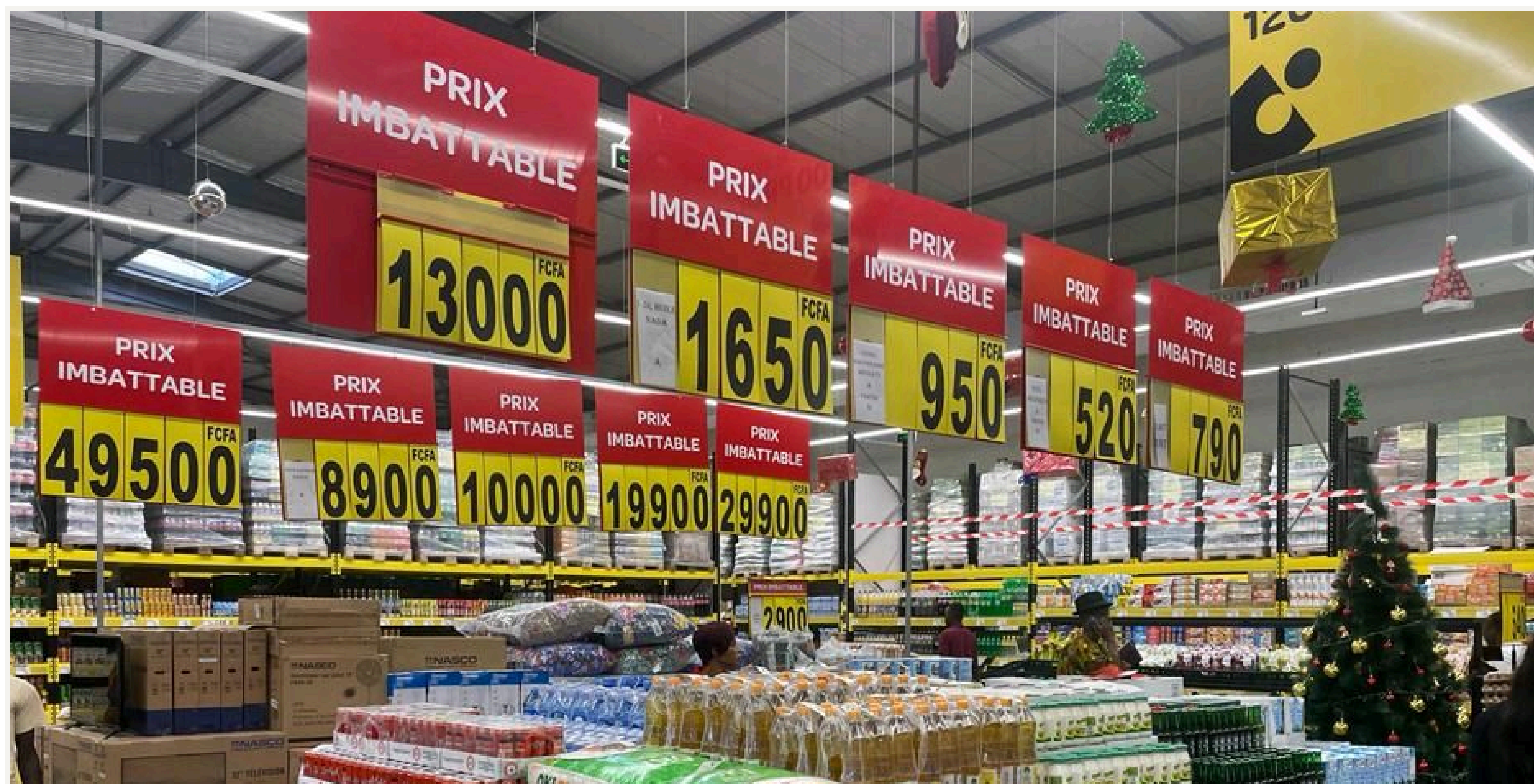
SEN RETAIL MAGAZINE N°14

La première plateforme d'informations et de sensibilisation des consommateurs au Sénégal et dans la diaspora.

Du marché au supermarché : comment la grande distribution transforme silencieusement les habitudes de consommation au Sénégal ?



Image forte du magazine : une opération de promotion sur des produits de consommation de base dans un supermarché Supeco à Dakar.



ACTUALITÉS RSE ET DD

5 rubriques pour mettre en avant la grande distribution, la RSE et les ODD

- Actualités de la **grande distribution** au Sénégal
- Actualités RSE-DD des **entreprises du privé**
- Actualités RSO-DD des **institutions publiques**
- Actualités RSO-DD des **associations et ONG**
- Actualités hors de nos frontières - Maison du vélo

P.3 - 8

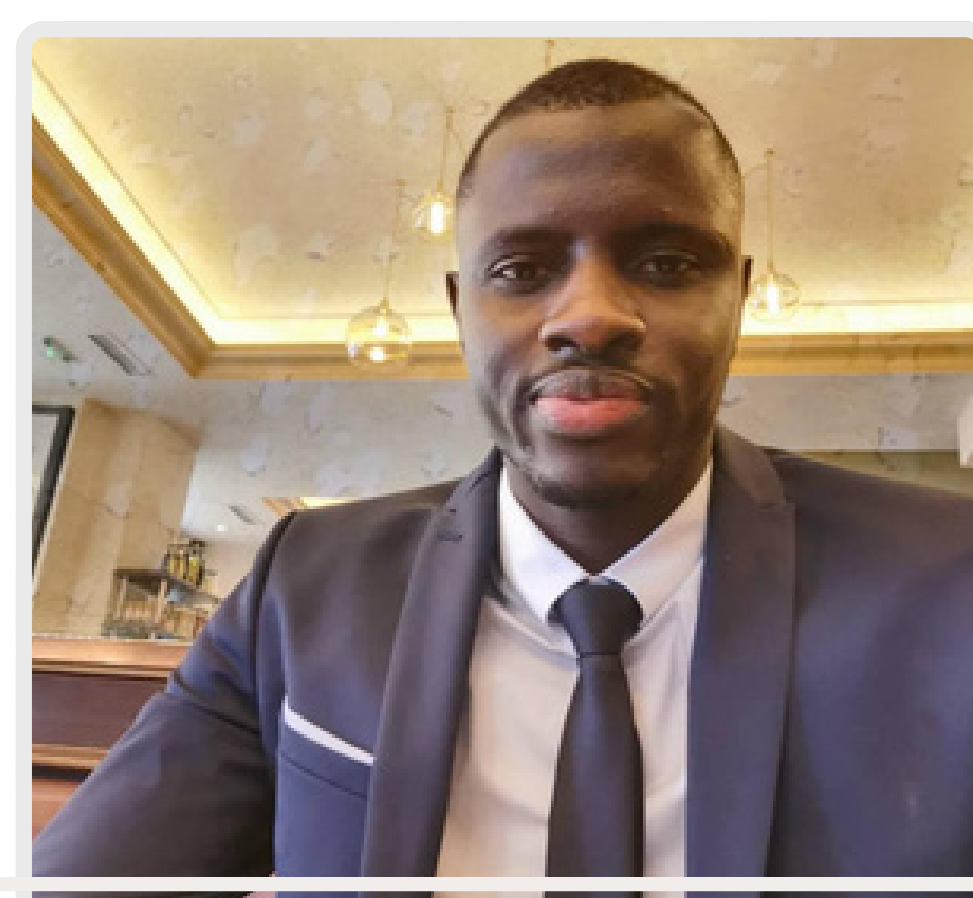


PAGES DE VALORISATION (PUB)

4 pages publicitaires pour valoriser les acquis ou action en lien avec la RSE et les DD

P.5 - 9 - 12 - 15

Des articles de sensibilisation des consommateurs sur les enjeux de la transformation des pratiques de consommation



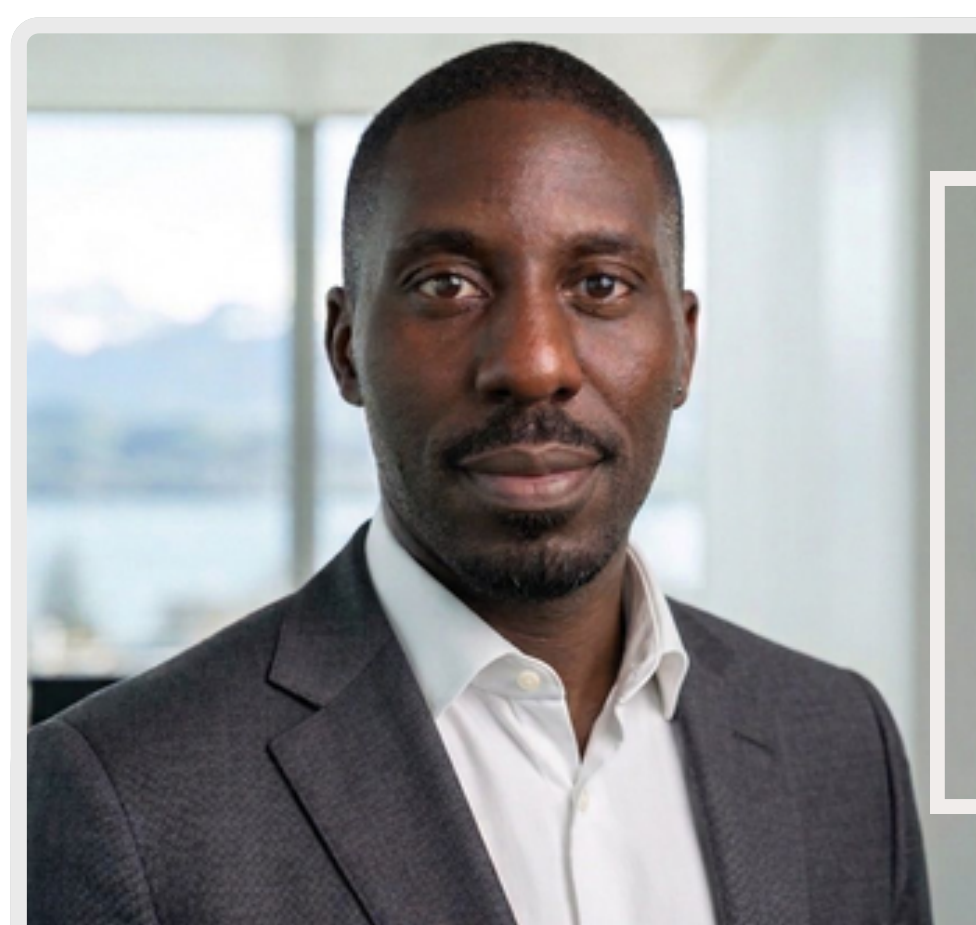
Éditorial Sen Retail Magazine N°14. "Du marché au supermarché : une révolution silencieuse des habitudes de consommation au Sénégal"

P.2



Article 1. "Cohabitation entre commerce traditionnel et grande distribution au Sénégal : deux modèles complémentaires au service du consommateur sénégalais"

P.10 - 11



Article 2. "Du marché au supermarché : quand tradition et modernité apprennent à coexister"

P.13



Article 3. Dossier du trimestre - "Offre et Merchandising : l'essentiel pour performer en grande distribution"

P.14



Article 4. "La fidélisation en grande distribution au Sénégal : entre logiques globales et spécificités locales"

P.16



Conception et réalisation : Dr. Malick MBOUP © Sen Retail, juin 2026



www.senretail.sn



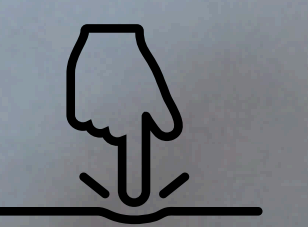
+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn

[@senretail.sn](https://www.instagram.com/senretail.sn)





Scannez ce QR code pour
découvrir notre site et installez
l'application sur votre téléphone



SN.DKR.2021.A.24781



www.senretail.sn



+221.77.408.53.65



contact@senretail.sn @senretail.sn



LinkedIn