



ISSN: 0976-3376

Available Online at <http://www.journalajst.com>

ASIAN JOURNAL OF
SCIENCE AND TECHNOLOGY

Asian Journal of Science and Technology
Vol. 16, Issue, 09, pp. 13887-13893, September, 2025

RESEARCH ARTICLE

LA COMMERCIALISATION DES AGROÉQUIPEMENTS AU SÉNÉGAL: CAS DES FABRICANTS-MARCHANDS INFORMELS D'OUTILLAGE ET D'ÉQUIPEMENT DE TRACTION ANIMALE DANS LA RÉGION DE KAOLACK (SÉNÉGAL)

BA Awa^{*1}, DIAKHATE Demba² et DIAKHATE Mamadou³

¹Université Alioune Diop, Institut Supérieur de Formation Agricole et Rurale (ISFAR), BP. 54, Bambey, Sénégal

²Institut Sénégalais de Recherches Agricoles (ISRA), Centre de recherches agricoles (CRA), Service Machinisme agricole et Technologie post-récolte, BP 240, Saint-Louis, Sénégal

³Université Alioune Diop, Institut Supérieur de Formation Agricole et Rurale (ISFAR), BP. 54, Bambey, Sénégal

ARTICLE INFO

Article History:

Received 11th June, 2025

Received in revised form

19th July, 2025

Accepted 24th August, 2025

Published online 30th September, 2025

Keywords:

Matériel agricole, Commerçants, Secteur Informel, Marketing, Kaolack.

**Corresponding author: BA Awa*

ABSTRACT

Au Sénégal, le matériel agricole provient de l'importation ou de l'artisanat local, un secteur informel, confronté à des problèmes d'organisation et de commercialisation. L'objectif de cet article est de contribuer à l'amélioration des connaissances sur ce secteur. En plus des données secondaires, des enquêtes quantitatives et qualitatives ont permis de collecter des données primaires auprès de dix-sept commerçants de six sites sélectionnés aléatoirement: Sara, Léona Niassène, Ngane, Taïba, Nioro et École Gambetta. Un entretien a été réalisé avec le responsable du service technique de la Chambre des Métiers de Kaolack. L'analyse descriptive montre que 100% des marchands sont des hommes dont 71% ont entre 25 et 50 ans ; 64% ont plus de 30 ans de métier ; 82% louent leur atelier, 88% sont membres de la Chambre des Métiers ; 100% du matériel est produit et vendu au niveau national ; 50% des clients sont des producteurs agricoles. Ce secteur est peu structuré et faiblement réglementé: absence d'organisations professionnelles, de financement de la Chambre des Métiers et d'homogénéité des prix de vente. Pour améliorer leur activité, les commerçants proposent de créer une organisation professionnelle, renforcer leurs capacités en gestion et service après-vente et l'organisation de foires commerciales.

Citation: BA Awa, DIAKHATE Demba et DIAKHATE Mamadou. 2025. "La Commercialisation des agroéquipements au Sénégal: cas des fabricants-marchands informels d'outillage et d'équipement de traction animale dans la région de Kaolack (Sénégal)", *Asian Journal of Science and Technology*, 16, (09), 13887-13893.

Copyright©2025, BA Awa et al. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

INTRODUCTION

La mécanisation agricole constitue un facteur important à prendre en compte dans la politique de modernisation de l'agriculture sénégalaise. En effet, ce pays possède une longue histoire de mécanisation agricole, aussi bien en termes de matériel de culture attelée que de matériel de culture motorisée. Concernant le matériel de culture attelé, il provient soit du secteur formel via l'importation, soit du secteur informel approvisionné par l'artisanat local. Le marché informel des agroéquipements sénégalais a émergé à partir de 1975, avec la faillite de la SISCOMA, en s'appuyant sur la production artisanale et sur les matières premières locales. A partir de 1980, l'implication des artisans dans la fabrication de matériel agricole va permettre le développement de ce marché (Fall, 2018). Les agroéquipements artisanaux, fabriqués avec des matériaux de récupération, sont souvent de qualité moindre que ceux industriels mais ils ont l'avantage d'être disponibles, à moindre coût, sur les marchés locaux (Diakhate, 2018). Cependant, ce marché informel est confronté à des problèmes tels que le manque d'organisation et de financement (Gaye, 1991; Sarr, 2013 et Diakhate, 2018). Ces problèmes constituent des limites pour la commercialisation de ce matériel sur des marchés locaux et de la sous-région ouest-africaine. Cette analyse situationnelle du marché sénégalais des agroéquipements nous amène à poser la question suivante: quelles

stratégies, les marchands d'outillages et d'agroéquipement de la région de Kaolack mettent-ils en place pour développer leur commercialisation ?

L'objectif général de notre étude est de contribuer à l'amélioration des connaissances du système de commercialisation de ces outils et équipements de traction animale dans la région de Kaolack. Spécifiquement, il s'agit:

- de caractériser les marchands d'outils et équipements de traction animale et leurs modes de commercialisation ;
- d'analyser les contraintes organisationnelles et commerciales au sein de ce marché ; et
- d'évaluer les stratégies proposées par ces marchands pour améliorer la commercialisation des agroéquipements dans la région de Kaolack.

MATERIEL ET METHODES

Presentation de la Zone D'étude: La région de Kaolack se situe au cœur du bassin arachidier, entre les régions de Fatick, au Nord et à l'Ouest, la région de Kaffrine, à l'Est et la République de Gambie, au Sud. Sa morphologie actuelle est issue de la réforme du 10 septembre 2008 qui l'a amputée du département de Kaffrine, érigé en région et renforcée du département de Guinguinéo, transféré de la région de

Fatick. Elle couvre 5 357 km², soit environ 2,8% du territoire national (ANSD, 2019). De type soudano-sahélien, le climat de la région se caractérise par des températures moyennes élevées, d'avril à juillet (18°C à 40°C), une saison sèche, de novembre à juin/juillet (8 à 9 mois) et une courte saison des pluies de juin/juillet à octobre (4 à 5 mois). La pluviométrie y est variable, avec 600 à 800 mm et elle est en baisse, par rapport à la décennie 1960 (ANSD, 2018). Les sols de la région sont de type ferrugineux tropical lessivés, avec différentes variantes suivant le relief (ANSD, 2019). Il s'agit de sols « dior », rosâtres, meubles et sablonneux dominant dans les plaines où ils accueillent, essentiellement, le petit mil et de l'arachide ; de sols « dekk », lourds et noirs, argileux et collants en saison des pluies et, parfois, craquelés, en saison sèche et qui sont propices à la culture du sorgho et du riz ; et de sols halomorphes que l'on trouve le long du fleuve Saloum, généralement pauvres et impropres à l'agriculture. En plus des céréales représentant près de 52% des superficies cultivées, l'arachide couvrant 46% des terres cultivées (ANSD, 2018) et d'autres cultures comme le niébé, la pastèque, les légumes, l'élevage et les produits forestiers non ligneux contribuent à la diversification de la production agricole dans cette zone (Dione *et al.*, 2008). L'intégration de l'agriculture et de l'élevage par l'utilisation de la traction animale a permis d'augmenter la productivité agricole. Les activités artisanales sont développées dans cette région qui abrite une Chambre des Métiers et un village artisanal (ANSD, 2019) dont l'agriculture est marquée par une faible niveau d'équipement et un matériel agricole vétuste (ANSD, 2018).



Figure 1. Carte de la région de Kaolack (d-maps.com)

MATERIEL

Le travail de terrain a mobilisé le matériel suivant: dix-sept questionnaires et guides d'entretien et un guide d'entretien soumis aux différents acteurs à enquêter; un téléphone portable, pour communiquer, faire des prises de photos et des enregistrements autorisés; un ordinateur portable, pour la saisie et le traitement des données sur Word, Excel et, des moyens de transport (moto, voiture), pour rallier les sites d'enquête.

METHODES

Le travail de terrain a mobilisé le matériel suivant: dix-sept questionnaires et des guides d'entretien et un guide d'entretien soumis aux différents acteurs à enquêter; un téléphone portable, pour communiquer, faire des prises de photos et des enregistrements

autorisés; un ordinateur portable, pour la saisie et le traitement des données sur Word, Excel et, des moyens de transport (moto, voiture), pour rallier les sites d'enquête.

Échantillonnage: Notre échantillon a porté sur deux types d'acteurs: un administratif, le Chef du service technique de la Chambre des métiers de Kaolack et les acteurs du terrain: les marchands (également chefs d'ateliers) évoluant dans la commercialisation des outils et équipements de traction animale. Les premiers marchands nous été recommandés par le chef du service technique de la chambre des métiers puis ils nous ont, à leur tour, orienté vers d'autres marchands. Cette méthode « boule de neige » nous a permis d'atteindre la saturation lorsque nous avons constaté une redondance dans les réponses des enquêtés (Tableau 1).

Tableau 1. Caractérisation des entretiens

Acteur	Nombre enquêté	Durée de l'entretien
Chef du service technique de la chambre des métiers de Kaolack	1	30 à 40 minutes
Marchands (chefs d'ateliers)	17 sur 6 sites (dont 2 à Sara, 6 à Léona Niassène, 1 à Ngane, 3 à Taïba, 4 à Nioro du Rip et 1 à Ecole Gambetta)	20 à 40 minutes

Traitement et analyse des données: Les données obtenues ont été dépouillées pour constituer une base de données et exploitées sous le logiciel Microsoft Excel. Ce dernier a permis de traiter, de calculer et d'analyser les données avec les représentations visuelles sous forme de graphiques et de tableaux. Ce sont ces graphiques et ces tableaux qui nous ont permis de présenter les résultats, de les analyser et de les interpréter. Par ailleurs, la rédaction de l'article a été faite sur le logiciel Microsoft Word.

RESULTATS

Caractérisation des marchands et de leurs modes de commercialisations

Caractérisation des marchands, selon le sexe: La figure 2 montre que tous les marchands d'outillage et d'équipement de traction animale, de la région de Kaolack sont des hommes.

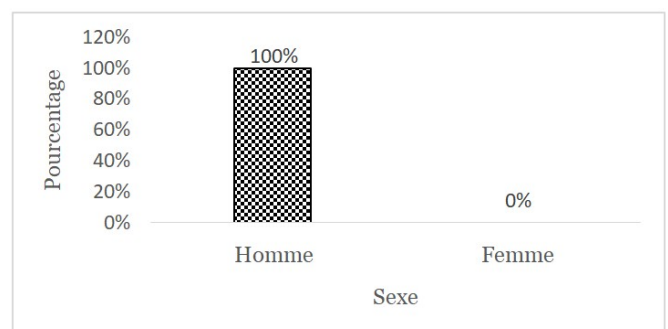


Figure 2. Répartition des marchands selon le sexe

Caractérisation des marchands selon l'âge: La figure 3 montre que ces marchands d'outillages et d'équipements de traction animale de la région de Kaolack sont essentiellement constitués de jeunes et de personnes âgées, soit 71% âgés de 25 à 50 ans et 29 % âgés de plus de 50 ans.

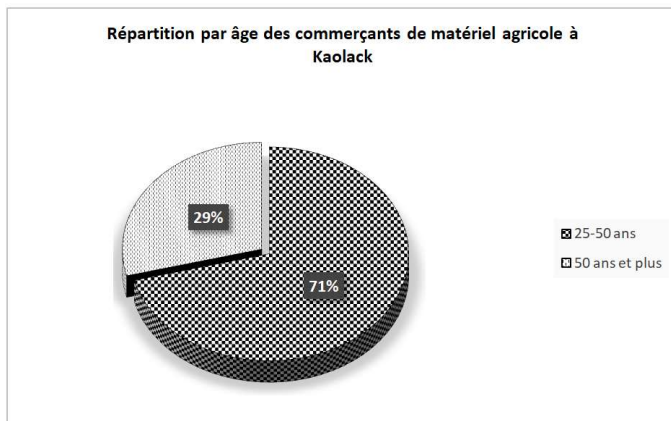


Figure 3. Répartition par âge des commerçants de matériel agricole à Kaolack

Niveau d'étude des marchands: La Figure 4 montre que 41% des marchands enquêtés ont fait l'école élémentaire, 6% ont atteint le niveau moyen et 53% ont fait l'école coranique.

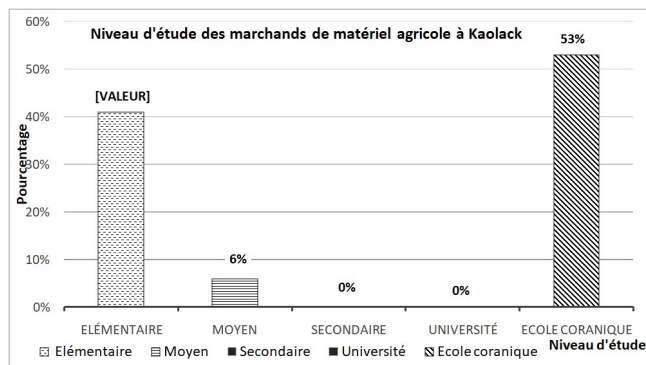


Figure 4. Niveau d'étude des marchands

- Ancienneté des marchands dans le métier de commercialisation d'outils et équipements de traction animale,

La figure 5 montre que 8% des marchands ont fait moins de 15 ans dans ce métier contre 28% entre 15 et 30 ans et 64% au-delà de 30 ans.

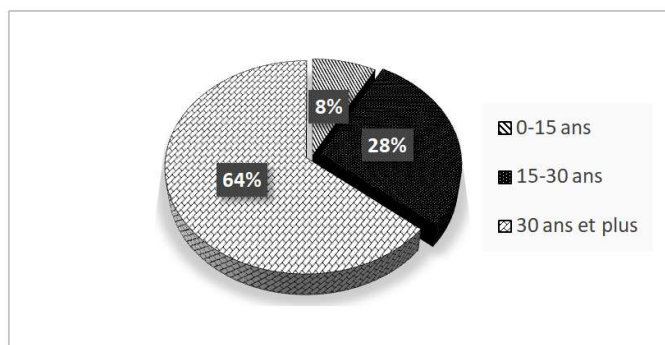


Figure 5. Ancienneté dans la commercialisation d'outils et équipements de traction animale

Caractérisation des Ateliers des Marchands: Mode d'acquisition de leurs ateliers par les fabricants-marchands de matériel agricole.

Suivant la figure 6, nous remarquons que 82% des marchands obtiennent leurs ateliers par location contre 18% par héritage.

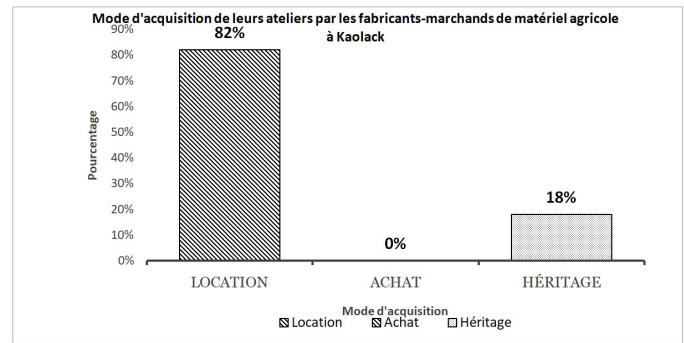


Figure 6. Mode d'acquisition de leurs ateliers par les fabricants-marchands de matériel agricole à Kaolack

Caractérisation de la main-d'œuvre des ateliers des marchands: Les résultats sur la caractérisation des ateliers (figure 7) laissent montrer que la plupart des ateliers enquêtés n'ont que des apprentis, seulement ceux qui ont des capacités de production élevées ont des salariés.

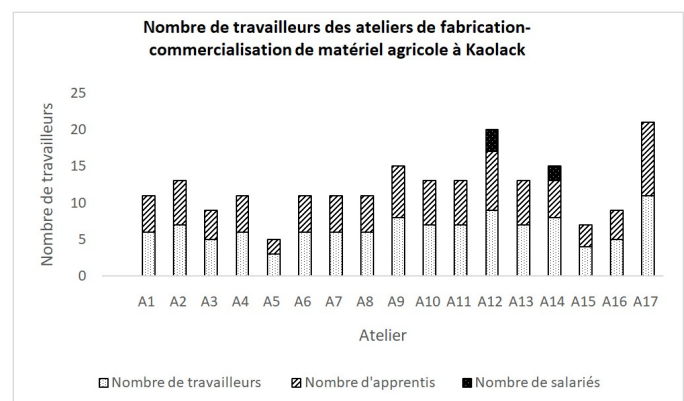


Figure 7. Caractérisation de la main-d'œuvre des ateliers des marchands

Affiliation à la Chambre des Métiers de Kaolack: La figure 8, montre que 88% des marchands enquêtés sont membres à la Chambre des Métiers de Kaolack contre seulement 12% qui n'ont aucun lien avec cette dernière.

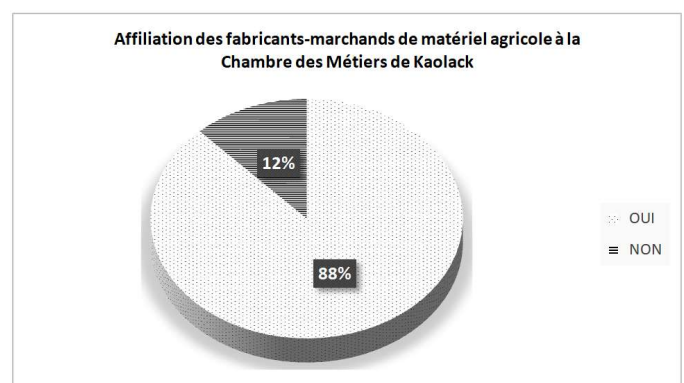
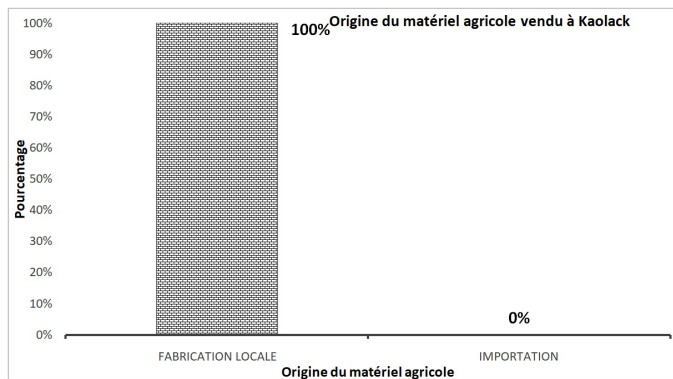


Figure 8. Affiliation des fabricants-marchands de matériel agricole à la Chambre des métiers de Kaolack

Commercialisation du Matériel Agricole par les Marchands

Provenance du matériel agricole vendu par les marchands: La figure 9 montre que 100% du matériel agricole vendu par les marchands au niveau de la région de Kaolack est d'origine nationale.



Destination du matériel agricole vendu par les fabricants-marchands à Kaolack: La figure 10 nous montre que 100% du matériel agricole est vendu à l'intérieur du pays.

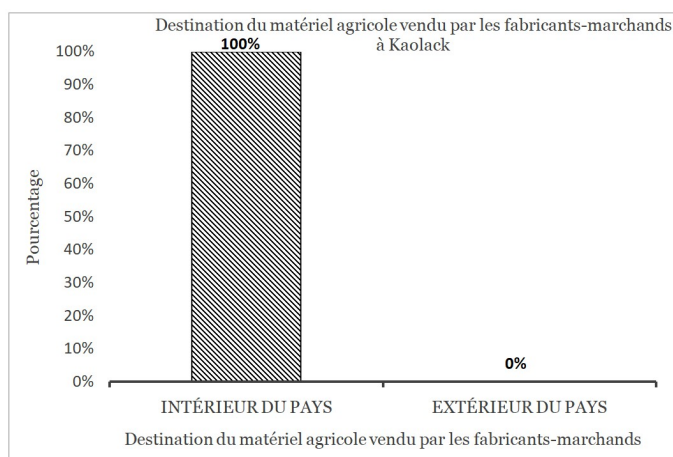


Figure 9. Provenance du matériel agricole vendu par les marchands

Destination du matériel agricole vendu par les fabricants-marchands à Kaolack: La figure 10 nous montre que 100% du matériel agricole est vendu à l'intérieur du pays.

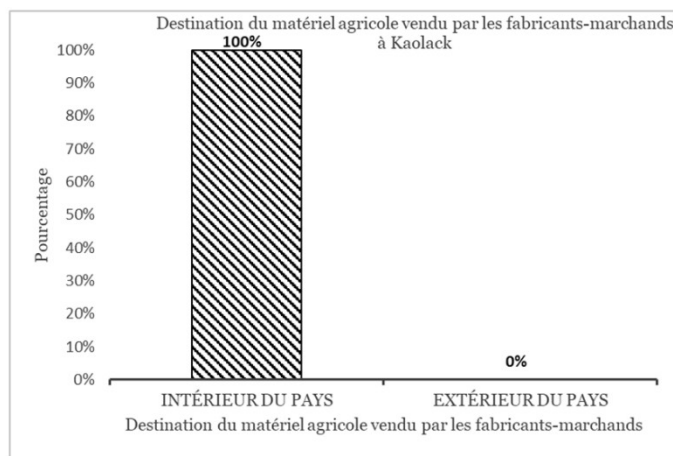


Figure 10. Destination du matériel agricole vendu par les fabricants-marchands à Kaolack

Caractérisation de la clientèle des marchands: Suivant la figure 11, 50% du matériel agricole est vendus aux producteurs, 33% aux petits artisans et 17% aux petits commerçants.

Matériel le plus vendu en période de pointe (Mai-Juin): La figure 12a montre que les outils manuels sont les matériels les plus vendus en période de pointe, représentant 40% des matériels vendus suivis, les pièces de rechange et les semoirs et houes représentant 30%

chacun. La figure 12b montre du matériel de traction animale dans un marché hebdomadaire ou « louma ».

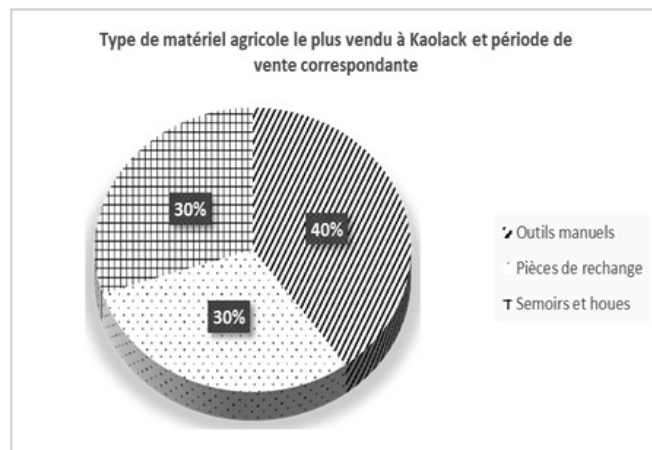


Figure 12a. Type de matériel agricole le plus vendu à Kaolack, en période de pointe (Mai-Juin) et



Figure 12b. Matériel de traction animale dans un « louma »

Prix de vente du matériel agricole à traction animale: L'analyse du tableau 2 montre une variabilité des prix du matériel agricole à traction animale avec 95 000 FCFA comme prix moyen pour les semoirs super Eco, 45 000 FCFA, pour les houes sine, 70 000 FCFA, pour les houes occidentales, 60 000 FCFA, pour les souleveuses arara, 140 000 FCFA, pour les charrettes équinées et 115 000 FCFA, pour les charrettes asines (Tableau 2).

Tableau 2. Prix de vente de certains matériels agricoles à traction animale

Matériel agricole à traction animale	Prix (en FCFA)		
	Minimal	Maximal	Moyen
Semoir super Eco	60 000	130 000	95 000
Houe Sine	20 000	70 000	45 000
Houe occidentale	40 000	100 000	70 000
Souleveuse Arara	20 000	100 000	150 000
Charrette équine	150 000	180 000	140 000
Charrette asine	100 000	180 000	115 000

Analyse des Contraintes de Commercialisation des outils et Equipements de Traction Animale: Le tableau 3 présente l'analyse des contraintes de commercialisation issues de nos entretiens effectués avec les différents marchands opérant dans la commercialisation d'outillage et d'équipement de traction animale. Ces résultats ont été analysés, reformulés et classés en fonction des thématiques identifiées ci-dessous (Tableau 3).

Tableau 3. Analyse des contraintes de commercialisation des outils et équipements de traction animale

N°	DOMAINE	CONTRAINTE	SOUS-CONTRAINTE
1.	Gestion et financement	Problèmes dans la gestion financière	- Faible capacité d'estimation des revenus - Manque d'outils de gestion
		Difficultés d'établir un fond de roulement solide	- Manque d'appui de l'Etat - Non accès au crédit bancaire
2.	Organisation	Manque d'organes de régulation et de réglementation des marchés	- Marchés non régulés (discrimination dans l'octroi des marchés)
		Entrée de nouveaux concurrents sur le marché	- Augmentation des importateurs de matériels agricoles - Concurrence déloyale avec les matériels importés et ceux des industries
		Problèmes dans l'octroi des marchés	- Sous-traitance - Faible niveau de vente
3.	Commercialisation	Faible pouvoir d'achat des agriculteurs	- Commandes de matériels très faibles de la part des agriculteurs - Saisonnalité des activités des agriculteurs - Faible revenu des agriculteurs
		Prix de vente du matériel agricole non réguliers	- Variation des prix du matériel agricole d'un atelier à un autre - Prix de vente du matériel agricole non homogènes

Tableau 4. Les différentes stratégies proposées par les marchands

N°	DOMAINE	STRATEGIE	SOUS-STRATEGIE
1.	Organisation	Créer une organisation professionnelle solide et organisée	- Organiser des foires et des salon d'exposition-vente, pour acquérir de nouveaux clients
		Renforcer la formation technique des marchands en gestion des entreprises, normes et qualité	- Accompagnement de l'état dans les projets de formation initiés par la Chambre des Métiers de Kaolack
2.	Commercialisation	Assurer la commercialisation de matériel agricole de qualité	- Euvrer pour la satisfaction et la fidélisation des clients, - Garantir le matériel agricole (service après-vente)
		Avoir une bonne visibilité sur le marché	- Réaliser des publicités sur les réseaux sociaux et sites Internet ciblés, - Valoriser le matériel agricole artisanal
		Décentraliser les offres publiques de matériels agricoles	- L'Etat doit lancer des marchés spécifiques pour ces marchands, - Harmoniser davantage les prix du matériel agricole

Stratégies Proposées par les marchands pour améliorer la commercialisation des agroéquipements dans la région de Kaolack: Le tableau 4 présente les différentes stratégies proposées par les marchands pour développer la commercialisation des outils et équipements de traction animale au niveau du marché informel des agroéquipements de la région de Kaolack.

DISCUSSION

La présente étude a révélé que le marché informel des agroéquipements de la région de Kaolack, est constitué essentiellement de jeunes et de vieux hommes. Ceci s'explique par le fait que le statut social de la femme dans notre société ne lui permet pas d'être actrice sur ce type marché. L'analyse des données sur le niveau d'étude des marchands, nous montre essentiellement trois classes d'alphabétisation : l'élémentaire, le moyen et les écoles coraniques. Ce qui en déduit un faible niveau de scolarisation de ces derniers, occasionnant un manque d'organisation professionnelle solide, un faible accès à l'information et une faible valorisation de leur activité. L'analyse sur la caractérisation des ateliers, montre que la plupart des ateliers enquêtés n'ont que des apprentis, seulement ceux qui ont des moyens de production plus ou moins élevés ont des salariés. Cette analyse montre que l'effectif de la main-d'œuvre reste très limité. En effet, les ateliers sont organisés de telle sorte qu'il y'a un patron qui gère l'aspect financier et aussi les commandes, c'est lui le chef d'atelier, il y'a aussi un deuxième patron qui le remplace lorsqu'il n'est pas là et, c'est lui qui gère les apprentis, le encadre et les corrige dans les manières de travailler, c'est lui le chef d'équipe. De plus, leurs ateliers sont obtenus soit par location soit par héritage. Selon certains marchands, la majeure partie des propriétaires de ces ateliers préfèrent la location qu'à la vente et que pour d'autres, ils n'ont pas suffisamment de moyen pour en acheter un atelier. L'analyse des données sur l'affiliation avec la chambre des métiers montre que tous les marchands ne sont pas membres sur cette dernière. En effet, pour certains marchands, l'intégration à la chambre des métiers est bénéfique car cette dernière organise parfois, des

sessions de formation en rapport avec leur activité et que pour d'autres, ils ne voient aucun avantage d'y intégrer. L'offre de matériel agricole au niveau du marché est assez diversifiée, que ce soit avec les outils manuels, qu'avec les équipements à traction animale mais les coûts restent élevés compte tenu des modalités d'acquisition de ces matériels agricoles au Sénégal. De plus, des matériels comme les outils manuels, les pièces de rechanges, les semoirs et houes sont les plus vendus en période de pointe (mai-juin). En effet, selon les marchands, « La vente dépend du type de matériel demandé, la vente est lente et ça dépend aussi de la période de l'année. Par exemple, les semoirs ne sont vendus que pendant le début de l'hivernage. Chaque machine à son temps d'utilisation, seulement, les charrettes n'ont pas de période fixe, on peut les vendre à toutes les périodes de l'année. En général, si l'hivernage est bon, tu vends plus mais si l'hivernage n'est pas bon, on voit que les ventes ont tendance à baisser ». Leurs zones de vente s'effectuent essentiellement à l'intérieur du pays. Ceci s'explique par une faible capacité financière des marchands pour pouvoir commercialiser leurs produits en dehors du pays. L'étude nous a permis également de déceler l'existence d'un circuit de commercialisation des matériels agricoles. En effet, les dirigeants des ateliers utilisent comme stratégie de vente l'exposition ; par ailleurs les « Loumas » ou marchés hebdomadaires constituent également une alternative permettant aux marchands d'écouler leurs produits surtout pour les petits matériels et certaines pièces de rechange. Ces résultats sont conformes à ceux de Dacosta (2021), dans son circuit de commercialisation des matériels agricoles artisanaux. Leurs principaux clients sont les producteurs, les petits artisans et les petits commerçants. Cependant, ce secteur est confronté à un certain nombre de problèmes structurels et conjoncturels, ce qui le rend vulnérable. On note une concurrence déloyale, une capacité financière réduite au profit des industriels et des importateurs, un manque de communication auprès des agriculteurs et des clients, un faible système d'information et un manque d'organisation professionnelle solide. Ces résultats sont parfaitement en phase avec ceux de Vall (2009) et Havard (1987) dans les contraintes qu'ils ont relevé au niveau du marché informel des agroéquipements sénégalais. Dans une autre mesure, les données issues de notre analyse révèlent que les

contraintes notées au niveau de la commercialisation sont une réalité au Sénégal, notamment, avec les matériels et outillages agricoles. En effet, ils peuvent être résumés ainsi: problème de financement des activités, manque d'outils de gestion, accès limité aux marchés publics, problème de la qualité des matériels agricoles qui fait défaut même si des progrès sont notés sur ce point. Nos résultats convergent aussi avec ceux de Diakhaté (2018) dans sa thèse intitulée: « Semoir de semis direct sous couvert végétal à traction animale adapté aux conditions du Sénégal » sur la partie concernant la caractérisation des artisans fabricants le matériel agricole au niveau des contraintes qu'il a eu à soulever et aussi ceux de Sarr (2013) dans sa partie concernant le circuit d'approvisionnement en matériel agricole. Néanmoins, de nouvelles contraintes ont été soulevées par l'étude à savoir: la problématique de la sous-traitance, la baisse de la clientèle ainsi que des ventes, l'absence de prix fixes des matériels agricoles sur le marché et un manque de financement et de fonctionnement des services d'aide, notamment, la chambre des métiers. De plus les marchands mal informés sur la situation du marché sont obligés de brader leurs produits à des prix dérisoires imposés par les sous-traitants. En effet, les industriels détiennent ainsi un monopole total du marché des matériels agricoles grâce à leur fort pouvoir. Toutefois, des stratégies sont proposées par ces marchands en vue d'améliorer leur activité. En effet, dans les stratégies organisationnelles, figure en bonne place la création d'une organisation professionnelle solide et organisée avec des organisations de foires et d'expositions mais également, des formations techniques sur la gestion des entreprises. Dans les stratégies commerciales, on peut noter le service après-vente ; à travers des formations sur l'utilisation des matériels ainsi que la garantie. Ce dernier représente tout le paquet technologique déployé pour accompagner le client afin qu'il utilise le matériel de manière la plus efficace possible. Ce service se caractérise généralement de la mise en route, l'entretien et la réparation, la gestion des pièces de rechange. De plus décentraliser les offres publiques de matériels agricoles. Autrement dit, faire des lancements de marché spécifique de la part de l'état pour ces marchands des outillages et des équipements de traction animale. Ces résultats sont parfaitement en phase avec ceux de (Dacosta, 2021), dans son analyse des stratégies à adopter pour la valorisation des matériels agricoles artisanaux.

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Le marché informel des agroéquipements de la région de Kaolack fait face à de nombreuses difficultés qui freinent son développement, avec des marchands qui n'ont pas accès aux marchés publics et on assiste à un marché non réglementé et désorganisé. Malgré les efforts consentis par les pouvoirs publics, la commercialisation des matériels agricoles artisanaux demeure une problématique, tout cela au profit des industriels. Il a été noté lors de la revue bibliographique, que beaucoup d'auteurs ont eu à faire des études de caractérisation du marché informel des agroéquipements au Sénégal. D'autres auteurs ont eu à soulever la problématique de la mécanisation agricole en Afrique Occidentale. Cependant, notre étude nous a permis de connaître : la structuration du marché, les caractéristiques des ateliers d'agroéquipements, le circuit de commercialisation ainsi que les contraintes liées à la commercialisation. L'ensemble des contraintes qui ont été soulevées sont les suivantes : un marché désorganisé où les prix ne sont pas fixes et qui varie d'un atelier à un autre, une baisse accrue de la clientèle ainsi que des ventes, le manque d'organisation professionnelle solide ainsi que les problèmes de sous-traitance qui existe au sein du marché ou les plus forts exploitent les plus faibles, l'absence d'une visibilité sur le marché dans lequel ils opèrent, le manque de fonds et de fonctionnement de la chambre des métiers. En ce qui nous concerne, il serait judicieux pour une meilleure valorisation de l'activité des marchands que le gouvernement et les acteurs de ce marché tiennent compte des principales recommandations qui suivent :

Aux marchands des outillages et des équipements de traction animale: Ils doivent coopérer entre eux afin de créer une organisation professionnelle solide, ce qui permettra de booster la

commercialisation et d'assurer la pérennité de leurs activités. Ils doivent essayer de formaliser leurs activités pour pouvoir participer aux différentes offres de marchés publics et de bénéficier des mêmes avantages que les industriels dans l'accès aux différents marchés et à la promotion du secteur des agroéquipements. De plus, avoir une bonne stratégie marketing à travers l'utilisation des réseaux sociaux et des sites Internet pour favoriser leur visibilité au sein du marché. Nous proposons également des stratégies collectives et organisationnelles que les acteurs de ce marché pourraient mettre en place en vue de lever les contraintes de commercialisation des matériels agricoles artisanaux. Ces stratégies ne sont entre autres que, la coopération et la collaboration entre marchands, maintenir un contact commercial solide avec les clients, faire des sessions de renforcement des capacités du point de vue gestion, assurer le suivi de ces formations.

A l'Etat: L'Etat doit organiser et réglementer le secteur, afin de maîtriser les prix et les maintenir à des niveaux plus accessibles aux agriculteurs, par exemple en subventionnant ces matériels agricoles. De plus, il doit mener une étude auprès des chambres de métiers pour identifier les besoins, les handicaps et les sources de dysfonctionnement afin d'y trouver des solutions. L'Etat peut aussi en parallèle, créer une structure de financement spéciale avec des conditions de remboursements moins strictes par rapport aux banques afin de régler le problème de financement de ces acteurs mais également de lancer des appels de marché spécifique pour ces marchands des outillages et des équipements de traction animale.

Aux structures d'encadrement: Les structures d'encadrement, notamment la chambre des métiers, doivent aider à la création d'une organisation professionnelle solide, permettant de défendre les intérêts des marchands face à la concurrence déloyale et à la sous-traitance dont ils sont victimes, formaliser et les suivre dans leurs activités. Ils doivent aussi renforcer les sessions de formation afin de leur permettre de faire face à leurs problèmes, d'être formés sur les différents outils de gestion plus précisément dans l'élaboration des contrats et des factures pour une meilleure traçabilité du matériel vendu. Ils doivent également être capable de les informer quand des appels de marché sont lancés.

REFERENCES

- Agricole. Vol 4 N°2, 20p+annexe, <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/items/e4c1ac8b-acc3-4e83-8f66-1fb5a3fe9d8d>
- Akobundu E, (1998). Farm-Household analysis of policies affecting Groundnut Production in Senegal, Thesis de Master of Science in Agricultural and applied Economics de la faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University , 141 p. <https://vtechworks.lib.vt.edu/server/api/core/bitstreams/def40472-e29c-4f07-a933-e2d1417b2b75/content>
- ANSD, (2013). Enquêtes national sur le secteur informel au Sénégal en 2010, 90 p. www.ansd.sn
- ANSD, (2018). Situation économique et sociale du Sénégal en 2015, Agence nationale de la Statistique et de la Démographie, Ministère de l'économie et des finances, Dakar, Sénégal, 350 p. www.ansd.sn
- ANSD, (2019). Situation économique et social de la région de Kaolack, 161 p. www.ansd.sn
- Dacosta R., (2021). Le marché informel des agroéquipements dans la zone du bassin arachidier : structuration, contraintes et proposition de stratégies : mémoire de master Agrobusiness UGB/UFR -- S2ATA & SEG, 138 p.
- Diakhaté D., (2018). Implantation d'un système de culture et adaptation d'un semoir pour le semis direct aux conditions du Sénégal. Thèse de doctorat en agronomie à la UEL au Brésil, 225 p.
- Dione, M., Diop O., Dièye P.N., Ba D.N. et Ndao B., (2008). Caractérisation et typologie des exploitations familiales au Sénégal, Tome 3, Bassin Arachidier. ISRA 2008, études et documents vol.8, No3, ISSN 0850-8933, 31 p. <https://www.isra-bame.sn/wp-content/uploads/2025/04/3-3.pdf>

- Fall A., (2018). Systèmes de production du matériel agricole au Sénégal 1960-2000 : Cas des forgerons de Thiès dans le processus d'industrialisation du pays après l'Indépendance. Mémoire de master 2 : épistémologie, Histoire des sciences et des techniques. Centre François Viete-Université de Nantes, Mention Bien
- FAO/UNIDO, (2008). La mécanisation de l'agriculture en Afrique. Il est temps d'agir, Rapport d'un comité d'experts, Programme des investissements pour accroître la productivité agricole, 27 p. <https://www.inter-reseaux.org/ressource/la-mecanisation-en-afrique-il-est-temps-dagir/>
- Gaye M., (1991). Les forgerons et le matériel de culture attelée, Institut Sénégalais de
- Havard M., (1987) "L'apport de la Recherche en machinisme à la mécanisation de l'agriculture au Sénégal". ISRA/Direction de Recherches sur les Systèmes Agraires (DRSAEA), 46 p. (Document de travail : ISRA, n°4), <https://agritrop.cirad.fr/357745/>.
- Kaolack (Sénégal). Région de Kaolack. https://d-maps.com/carte.php?num_car=282466&lang=fr, consulté le 05/11/2024, à 16h29'.
- Recherches Agricoles/ Direction des Recherches sur les Systèmes Agraires et l'Economie
- Sarr S., (2013). La mécanisation agricole et productivité des filières céréalières : cas du bassin arachidier. Mémoire, Ecole National Supérieur d'Agriculture de Thiès, 88 p. https://www.isra-bame.sn/wp-content/uploads/2025/04/MEMOIRE_SAER_SARR.pdf
