Soutenance de thèse de M. Paul Mamba DIEDHIOU (https://nouvelles.univ-rennes2.fr/event/soutenance-these-m-paul-mamba-diedhiou)

Paul Mamba DIEDHIOU présentera ses travaux en vue de l'obtention du diplôme de doctorat en Sociologie, sous la direction de madame Ulrike Schuerkens et monsieur Sylvain Landry Faye.

Thèse en cotutelle avec le Sénégal.

Titre des travaux :

Circulation marchande et controverses sociales : Une ethnographie multi-située de la multinationale AUCHAN au Sénégal dans une perspective de la glocalisation inversée

Résumé :

Habitués au petit commerce de détail, les Sénégalais se trouvent confrontés à l'implantation d'une multinationale française, « Auchan », proposant des produits alimentaires et divers, importés et locaux. Cette implantation a reconfiguré les réseaux de commerce et de consommation, suscitant des controverses sociales autour des mouvements « Auchan dégage » et « Auchan reste ». Malgré ces contestations, la fréquentation de ces magasins demeure importante. Cette apparente contradiction conduit à s'interroger sur les raisons pour lesquelles « Auchan » occupe une place croissante dans les pratiques d'achat et de consommation au Sénégal.
À partir d'une approche qualitative et ethnographique fondée sur des entretiens semi-directifs et des observations directes et flottantes, cette recherche analyse les pratiques commerciales, culturelles, managériales et marketing d'« Auchan » dans le contexte de la globalisation. Les résultats montrent que le patriotisme socio-économique, la culture alimentaire, les stratégies managériales et commerciales ainsi que les perceptions de l'innovation reconfigurent les pratiques d'achat et de fréquentation des magasins « Auchan », dans une dynamique de la glocalisation inversée.

Abstract :

Accustomed to small-scale retail trade, the people of Senegal find themselves confronted with the arrival of a French multinational, 'Auchan', which offers both imported and locally sourced food and other goods. This development has reshaped trade and consumption networks, sparking social controversy centred on the 'Auchan out' and 'Auchan stay' movements. Despite these protests, footfall at these shops remains high. This apparent contradiction raises questions about why 'Auchan' is playing an increasingly significant role in shopping and consumption patterns in Senegal.
Using a qualitative and ethnographic approach based on semi-structured interviews and direct, unobtrusive observations, this research analyses 'Auchan's' commercial, cultural, managerial and marketing practices in the context of globalisation. The results show that socio-economic patriotism, food culture, managerial and commercial strategies, as well as perceptions of innovation, are reshaping purchasing practices and shop-visiting behaviour at 'Auchan' stores, within a dynamic of reverse glocalisation.

La soutenance est publique