

SOMMAIRE

Introduction générale	11
-----------------------------	----

PARTIE 1. CONSOMMATION

Chapitre 1. La mise à l'épreuve, dans un pays du Sud, des corpus sur les déterminants de la satisfaction des clients à l'égard des prestataires de service : les services de pressing au Mali, une étude exploratoire.....	19
---	-----------

Youba Minta, Adama Diabate, Sékou Boukadary Coulibaly et Amara Nimaga

Introduction.....	20
1. Revue de littérature.....	22
2. Méthodologie de recherche	25
3. Présentation des résultats.....	27
4. Discussion des résultats.....	31
5. Implications managériales	34
Conclusion	36

Chapitre 2. Une approche postmoderne de la consommation des séries télévisées sénégalaises	41
---	-----------

Fatoumata Gaye et Birahim Gueye

Introduction.....	42
1. Cadre théorique.....	44
2. Méthodologie.....	47

3. Résultats	50
4. Discussion et conclusion.....	55
Annexes	61

PARTIE 2. GOUVERNANCE

Chapitre 3. Cognition entrepreneuriale pour la frugalité et l'agilité des petites exploitations agricoles rurales : une analyse par les micro-fondations

67

Chabi Benoît Kpassi Gobi et Birahim Gueye

Introduction.....	68
1. Agir entrepreneurial et cognition entrepreneuriale	71
2. Micro-fondations et cognition managériale des ressources.....	73
3. Méthodologie.....	74
4. Résultats	76
5. Discussion.....	85
Conclusion	86
Annexe.....	89

Chapitre 4. De la démocratie participative dans les projets de développement locaux dans un pays du Sud : le cas de la commune de Dinguiraye au Sénégal.....

93

Moustapha Faye et Aly Ndong

Introduction.....	94
1. Fondements théoriques.....	96
2. Choix méthodologiques.....	101
3. Résultats et discussion.....	103
Conclusion	113

Chapitre 5. Gestion des déchets d'emballages des bouillons culinaires « MAGGI » par Nestlé au Cameroun et en Afrique du Sud : vers une approche responsable ?.....

117

Jean-Jacques Poumo

Introduction.....	118
1. Déchets et mode de consommation en Afrique	119
2. Cadre théorique et méthodologie.....	124
3. Résultats	132
4. Discussion.....	139
Conclusion	142

PARTIE 3. STRATÉGIE

Chapitre 6. Quand le charisme devient un frein : leadership charismatique et échec d'une fintech africaine, Wari..... 151

Birahim Gueye

Introduction.....	152
1. Revue de littérature sur les dérives du leadership charismatique....	154
2. Méthodologie.....	156
3. Analyse des résultats	160
4. Discussion.....	164
Conclusion	166

Chapitre 7. Stratégies hors marché des entreprises multinationales opérant dans les pays du Sud : cas des opérateurs de téléphonie mobile au Burkina Faso 171

Noswaoga Cécile Tiemtore, Florent Song-Naba et Alidou Ouedraogo

Introduction.....	172
1. Revue de la littérature.....	174
2. Démarche méthodologique	178
3. Présentation et discussion des résultats	182
Conclusion	190

PARTIE 4. MANAGEMENT ET ÉCONOMIE INFORMELLE

Chapitre 8. Coopétition dans le processus d'émergence des espaces spécialisés : cas des cordonniers du marché de Tilène à Dakar 197

Diara Sall

Introduction.....	198
1. Coopétition et espace spécialisé.....	200
2. La démarche méthodologique : le choix de la <i>grounded theory</i>	205
3. Présentation et analyse des résultats.....	208
4. Discussion des résultats.....	220
Conclusion	223

Chapitre 9. Stratégies de financement des femmes entrepreneurs du secteur informel au Sénégal : cas des commerçantes de tissus au marché Sandaga..... 229

Maramé Loum

Introduction.....	230
1. Cadre théorique : entrepreneuriat féminin et secteur informel	231
2. Méthodologie de recherche	239
3. Présentations des résultats	242
Conclusion	251

PARTIE 5. GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Chapitre 10. Peut-on parler de « professionnel » à propos du management de projet de développement international : enquête auprès de 19 managers de projet de développement international au Sénégal..... 257

Joseph Gniaka Kama, Edouard Somnoma Edouard Kabore, Yvon Pesqueux, Seydou Sane et Pascaline Abo

Introduction : contexte et problématique	258
1. Professionnel et professionnalisation	261
2. Les managers de projets de développement international (MDPI) ...	264
3. Méthodologie de la recherche	268
4. Analyse des résultats.....	270
Conclusion	283
Annexes.....	288

Chapitre 11. Stratégies individuelles des femmes face au Plafond de verre dans les entreprises sénégalaises : entre dépassement et résignation 289

Khady Manel Fall et Assane Ndao

Introduction.....	289
1. Cadre théorique.....	292
2. Cadre méthodologique.....	300
3. Résultats	304
4. Discussion.....	308
Conclusion	311

PARTIE 6. FAIT RELIGIEUX DANS LES ORGANISATIONS

Chapitre 12. Gestion des faits religieux dans les entreprises privées sénégalaises : entre réalités et cadres d'interprétation – enquête auprès de deux entreprises sénégalaises	325
<i>Mbaye Sene, Serge Francis Simen Nana et Mamadou Silla</i>	
Introduction	326
1. Revue de la littérature.....	328
2. Méthodologie.....	334
3. Présentation des résultats.....	340
4. Discussion.....	347
Conclusion	351
Chapitre 13. La religiosité comme vecteur de sens : quand les valeurs religieuses réenchangent la motivation au travail.....	355
<i>Marèma Ndoye Gueye et Bassirou Tidjani</i>	
Introduction.....	356
1. Religion, religiosité, et motivation au travail : l'importance croissante des valeurs religieuses pour le management.....	358
2. La religion catalyseur de motivation au travail.....	361
3. Les valeurs comme passerelles entre religiosité et motivation au travail	362
4. Méthodologie de la recherche	363
5. Les résultats de la recherche	364
6. Discussions de la recherche	367
Conclusion	369
Limites de la recherche.....	370
Index	375
Présentation des auteurs	377
Coordinateurs	377
Contributeurs	378