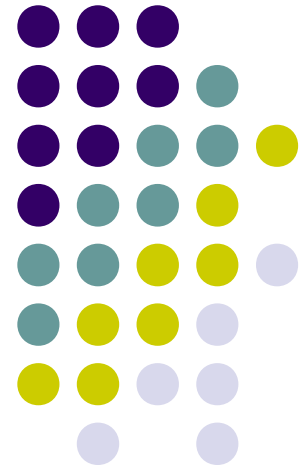
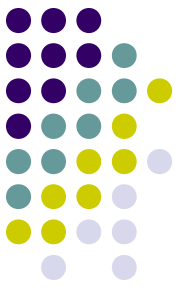


Analyse des forces de la concurrence

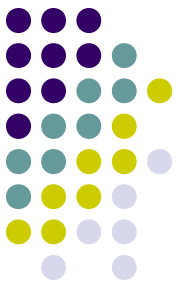




Analyse des forces de la concurrence

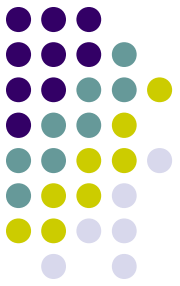
- Il s'agit de représenter les 5 (+1) forces de la concurrence à l'aide d'un ***hexagone sectoriel***
- Pour chaque force, le niveau de concurrence pour l'entreprise analysée est évaluée :
 - ***0 représente un niveau faible***
 - ***5 le niveau le plus élevé.***

Analyse des forces de la concurrence



- Rappelons que l'Etat n'est pas une force ou une concurrence en tant que telle.
- L'axe « influence de l'Etat » représente plutôt le rôle joué par l'Etat et les organismes de régulation dans le secteur
 - 0 marque un Etat qui ne prend aucune mesure réduisant les profits dans le secteur
 - 5 révèle un Etat qui limite les profits par des réglementations ou des taxes diverses.

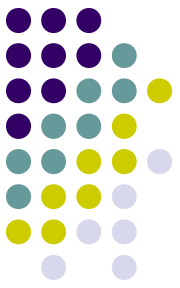
Analyse des forces de la concurrence



- Le fait de relier entre eux les différents axes représentant les forces concurrentielles permet d'obtenir l'hexagone sectoriel.
- Plus la surface de cet hexagone est grande, plus les forces concurrentielles dans le secteur sont importantes et moins une firme est susceptible d'y faire des profits importants.
- A l'inverse, une faible surface de l'hexagone sectoriel indique un secteur attractif pour les entreprises

Analyse des forces de la concurrence

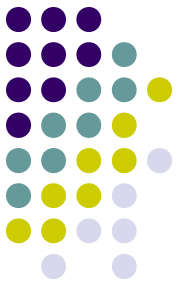
MC DONALD'S



- Mc Donald's évolue dans le secteur de la restauration rapide. Ce secteur est caractérisé par une **intensité concurrentielle assez forte (4)**.
- Certains concurrents sont de taille importante et représentent (Burger King ou Quick) une concurrence très sérieuse pour Mc Donald's.
- Par ailleurs de nombreux petits concurrents opèrent sur ce secteur.

Analyse des forces de la concurrence

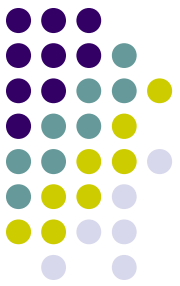
MC DONALD'S



- ***Le pouvoir des clients est faible (2) :***
 - Ce sont des individus qui ne disposent d'aucune marge de manœuvre pour négocier les prix
 - Toutefois, certaines associations de consommateurs ont récemment obligé à modifier certaines pratiques et certains menus.

Analyse des forces de la concurrence

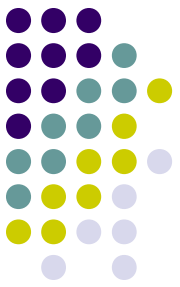
MC DONALD'S



- ***Le pouvoir de négociation des fournisseurs est moyen (3) :***
- En général, les entreprises du secteur de la restauration rapide s'approvisionnent en partie localement auprès de petits producteurs et en partie auprès d'industriels de l'agro-alimentaire (pour les boissons et les desserts par exemple)

Analyse des forces de la concurrence

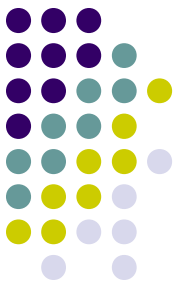
MC DONALD'S



- ***Les produits de substitution sont très nombreux et constituent une véritable menace (5) :***
 - La restauration traditionnelle, les boulangeries, les plats à préparer rapidement au four à micro-ondes ou les soupes vendues dans les surfaces sont autant de substituts.
 - Certains de ces produits de substitution, bio ou diététiques, disposent actuellement d'une meilleure image que les produits de Mc Donald's

Analyse des forces de la concurrence

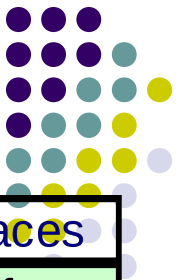
MC DONALD'S



- **Les entrants potentiels sont très nombreux (4) car les barrières à l'entrée du secteur sont très faibles :**
 - Il faut peu de capitaux ou d'expérience pour entrer dans le secteur de la restauration rapide.
- Enfin dans ce secteur ***l'Etat n'utilise pas son influence pour réduire les profits des entreprises (1)***

Analyse des forces de la concurrence

MC DONALD'S

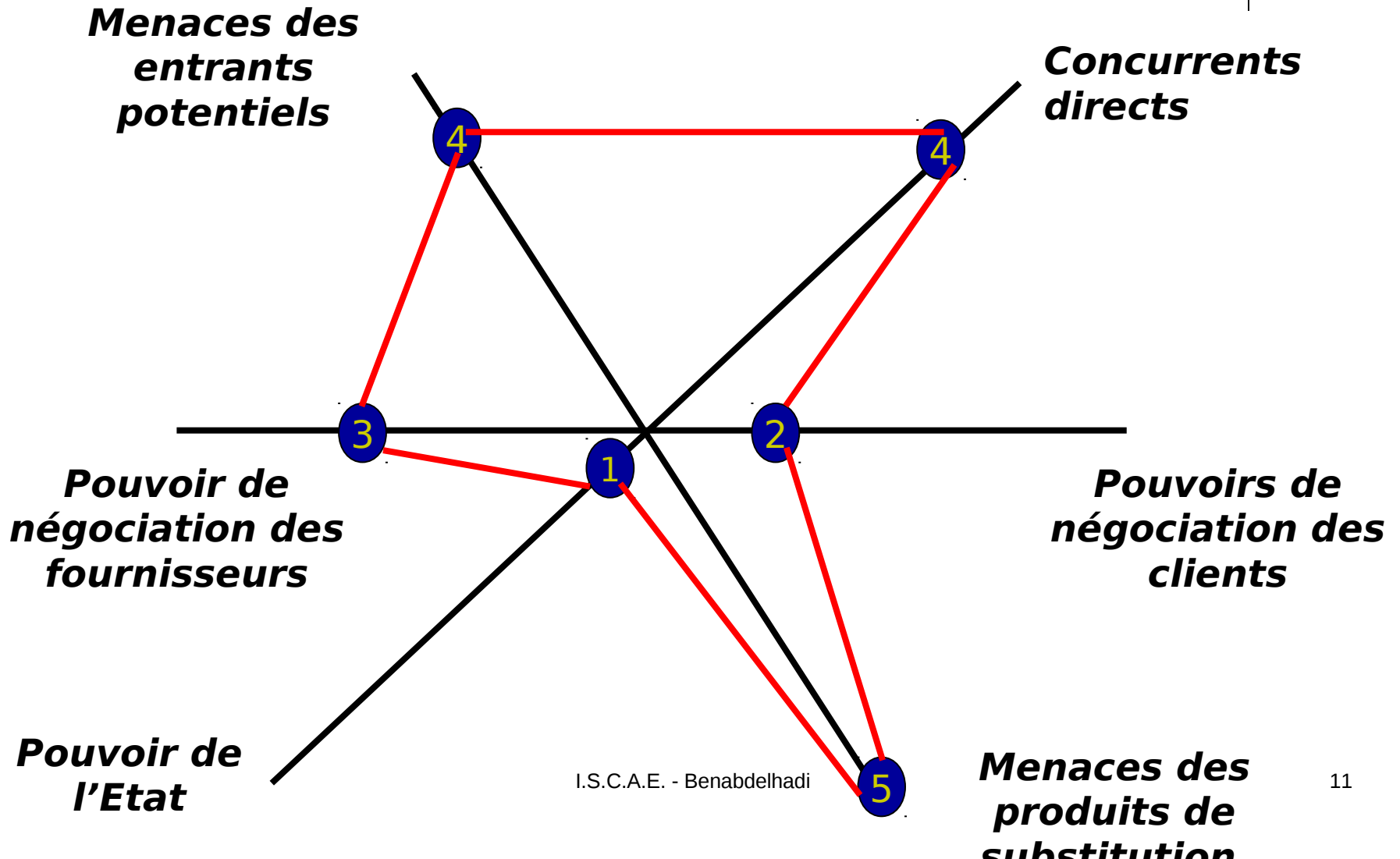
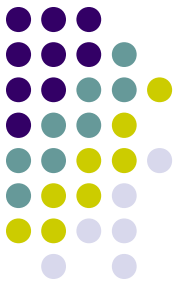


	Force de l'intensité concurrentielle : pouvoirs / menaces				
Acteurs	très faible	faible	moyenne	forte	très forte
les fournisseurs	1	2	3	4	5
les clients	1	2	3	4	5
les concurrents	1	2	3	4	5
les entrants potentiels	1	2	3	4	5
les substituts	1	2	3	4	5
synthèse de l'intensité concurrentielle du secteur	très faible (5-8)	faible (9-12)	moyenne (13-17)	forte (18-21)	très forte (22-25)

- *L'intensité concurrentielle du secteur est forte :*
 - $2 + 3 + 4 + 4 + 5 + 1$ (Etat) = 19
- *Cette configuration donne lieu à des profits moyens*
 - (Cf. Hexagone sectoriel)

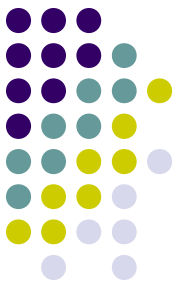
Analyse des forces de la concurrence

MC DONALD'S - Hexagone sectoriel -



Analyse des forces de la concurrence

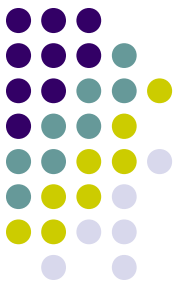
MARJANE



- Marjane opère dans le secteur de la grande distribution. Dans ce secteur, ***l'intensité concurrentielle est moyenne (3)***.
 - Quelques firmes se partagent le marché
- ***Les clients disposent d'un pouvoir de négociation quasi-inexistant (0)***
 - Puisqu'il s'agit d'individus isolés.
- ***Les fournisseurs ont le plus souvent un pouvoir de négociation faible (2)***.
 - Il s'agit généralement de petites ou moyennes entreprises qui subissent les conditions des distributeurs en termes de prix et de délais de paiement

Analyse des forces de la concurrence

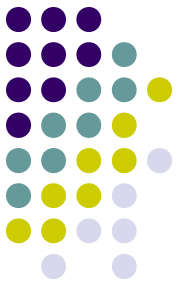
MARJANE



- ***L'influence de l'Etat n'a que peu de conséquences négatives sur les profits des entreprises du secteur (2) :***
 - Si les implantations de nouvelles surfaces sont relativement limitées, les entreprises en place sont bien établies sur le territoire marocain
- Ces réglementations constituent par contre des barrières à l'entrée du secteur qui limitent l'arrivée de nouveaux entrants :
 - ***La menace des entrants potentiels est donc assez faible (2)***

Analyse des forces de la concurrence

MARJANE



- Par contre, les ***produits de substitution représentent un danger important (4)***.
- Les principaux produits de substitution sont les enseignes qui commencent à fleurir dans certains quartiers de plusieurs villes au Maroc

Analyse des forces de la concurrence

MARJANE

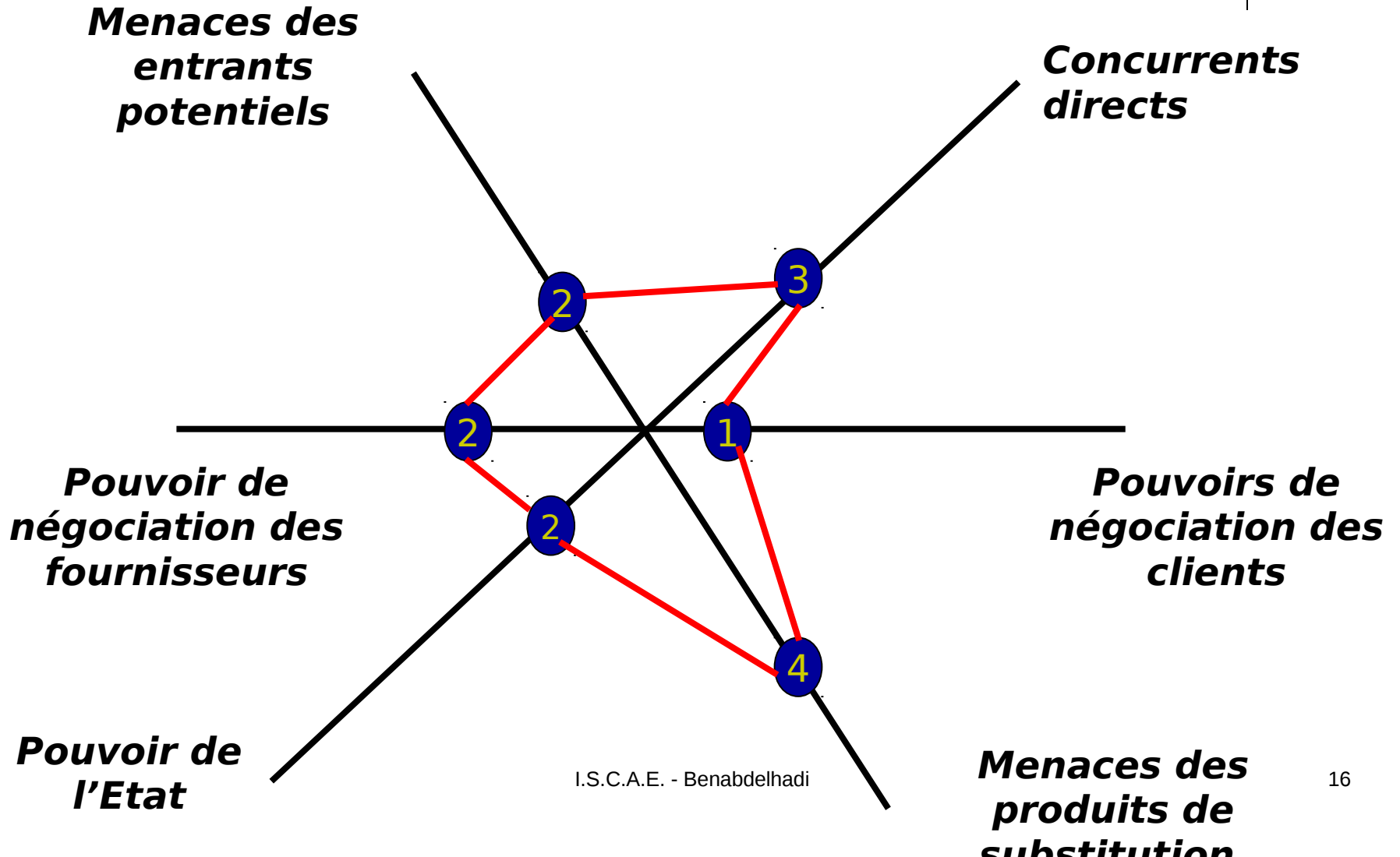
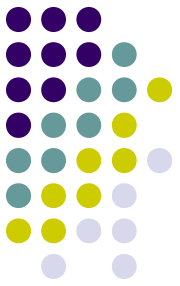


	Force de l'intensité concurrentielle : pouvoirs / menaces				
Acteurs	très faible	faible	moyenne	forte	très forte
les fournisseurs	1	2	3	4	5
les clients	1	2	3	4	5
les concurrents	1	2	3	4	5
les entrants potentiels	1	2	3	4	5
les substituts	1	2	3	4	5
synthèse de l'intensité concurrentielle du secteur	très faible (5-8)	faible (9-12)	moyenne (13-17)	forte (18-21)	très forte (22-25)

- **L'intensité concurrentielle du secteur est moyenne :**
 - $2 + 1 + 3 + 2 + 4 + 2$ (Etat) = 14
- **Le secteur de la grande distribution permet de réaliser des profits assez confortables**
 - **Configuration (Cf. Hexagone sectoriel)**

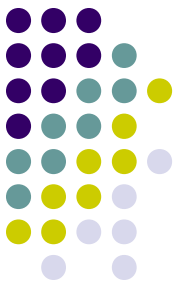
Analyse des forces de la concurrence

MARJANE - Hexagone sectoriel -



Analyse des forces de la concurrence

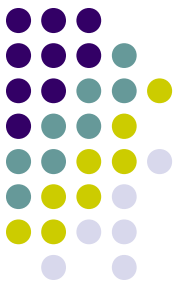
Transport routier de fret



- Le ***transport routier de fret est un secteur très concurrentiel (5)*** :
 - De nombreux transporteurs se partagent le marché, du petit entrepreneur propriétaire de son camion aux grandes entreprises.
- Les ***clients sont des entreprises qui peuvent faire jouer la concurrence et négocier les prix (4)***
- Les fournisseurs comprennent essentiellement les constructeurs de camions et leurs concessionnaires ainsi que les distributeurs de carburant
 - ***La menace reste donc normale (3)***

Analyse des forces de la concurrence

Transport routier de fret



- Les produits de substitution sont les autres types de transport notamment ferroviaire (ONCF) :
 - **Ces modes de transport représentent une menace réelle (4)**
- **Les entrants potentiels sont assez nombreux (4) :**
 - Les barrières à l'entrée du secteur se limitent à la détention du permis poids lourd et au coût d'achat d'un camion
- Enfin, **l'Etat a eu au cours des dernières années une influence négative sur les profits des entreprises du secteur (4) :**
 - Des réglementations vont limiter le temps du travail des routiers

Analyse des forces de la concurrence

Transport routier de fret



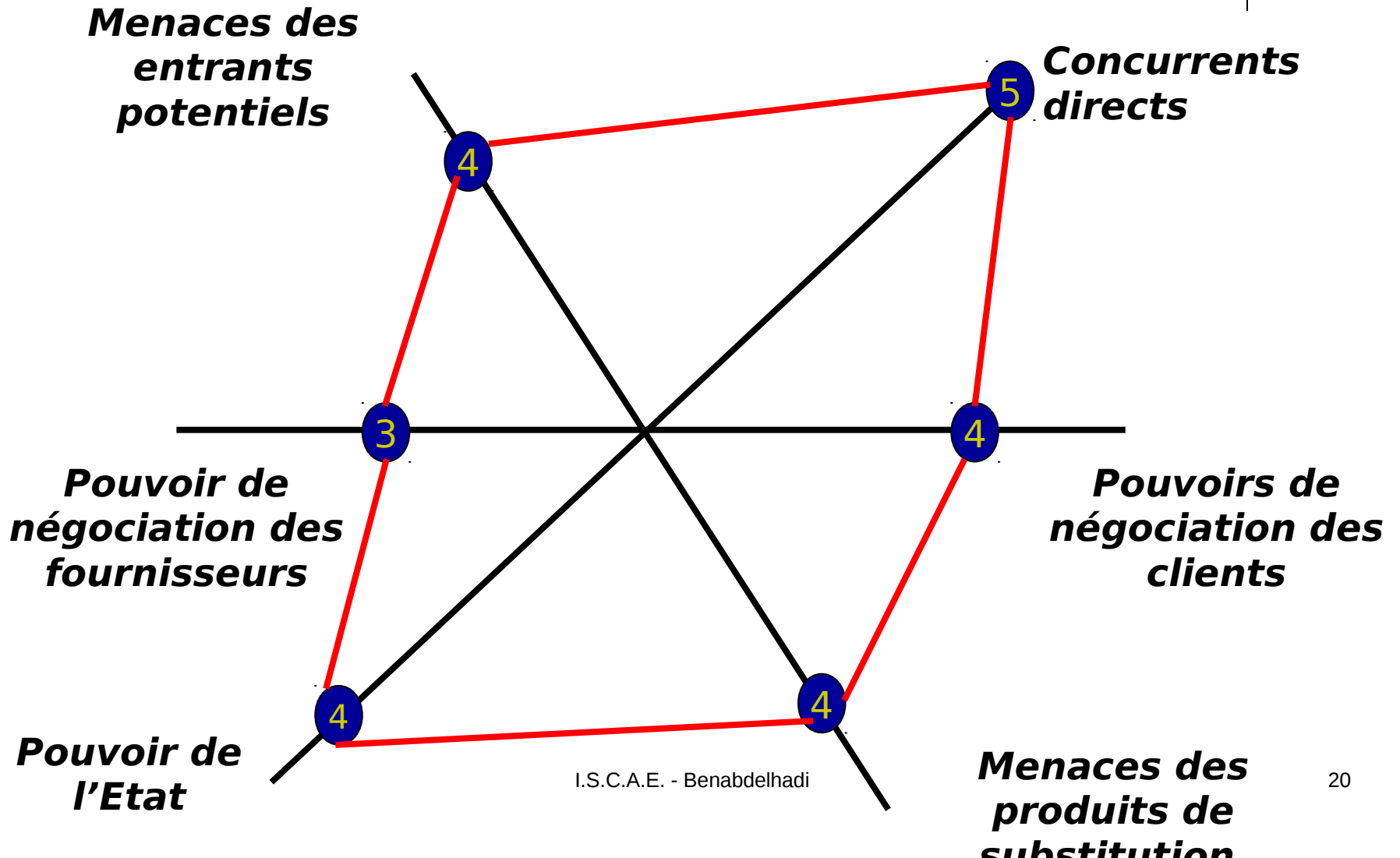
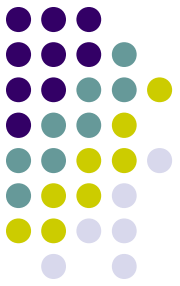
	Force de l'intensité concurrentielle : pouvoirs / menaces				
Acteurs	très faible	faible	moyenne	forte	très forte
les fournisseurs	1	2	3	4	5
les clients	1	2	3	4	5
les concurrents	1	2	3	4	5
les entrants potentiels	1	2	3	4	5
les substituts	1	2	3	4	5
synthèse de l'intensité concurrentielle du secteur	très faible (5-8)	faible (9-12)	moyenne (13-17)	forte (18-21)	très forte (22-25)

L'intensité concurrentielle du secteur est très forte :

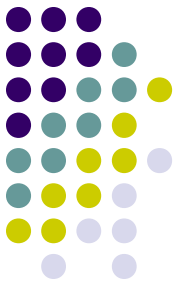
- ***3 + 4 + 5 + 4 + 4 + 4 (Etat) = 24***
- ***Le secteur du transport routier de fret est très concurrentiel car la plupart des forces du secteur sont susceptibles de réduire les profits des firmes.***
- ***Configuration (Cf. Hexagone sectoriel)***

Analyse des forces de la concurrence

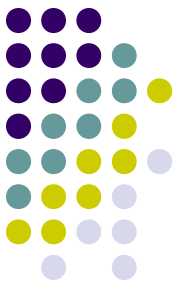
Transport - Hexagone sectoriel -



Analyse des forces de la concurrence : **restauration rapide, grande distribution, transport routier de fret**



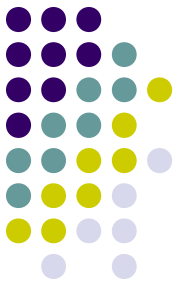
- **Les trois secteurs analysés laissent entrevoir des différences en termes de profitabilité : pour les comparer, les niveaux des forces concurrentielles peuvent être additionnés pour chaque cas :**
- **L'intensité concurrentielle du secteur de la restauration rapide est forte :**
 - **$2 + 3 + 4 + 4 + 5 + 1$ (Etat) = 19**
 - **Ce secteur donne lieu à des profits moyens**
- **L'intensité concurrentielle du secteur de la grande distribution est moyenne :**
 - **$2 + 1 + 3 + 2 + 4 + 2$ (Etat) = 14**
 - **Ce secteur permet de réaliser des profits assez confortables**
- **L'intensité concurrentielle du secteur transport routier de fret est très forte :**
 - **$3 + 4 + 5 + 4 + 4 + 4$ (Etat) = 24**
 - **Ce secteur est très concurrentiel car la plupart des forces du secteur sont susceptibles de réduire les profits des firmes.**



Analyse des forces de la concurrence restauration rapide, grande distribution, transport routier de fret

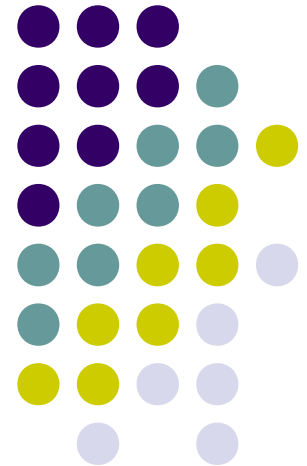
- Le fait de relier entre eux les différents axes représentant les forces concurrentielles a permis d'obtenir l'hexagone sectoriel.
- Plus la *surface de cet hexagone est grande*, plus les forces concurrentielles dans le secteur sont importantes et moins une firme est susceptible d'y faire des profits importants.
- A l'inverse, une *faible surface de l'hexagone* sectoriel indique un secteur attractif pour les entreprises

Analyse des forces de la concurrence
restauration rapide, grande distribution,
transport routier de fret



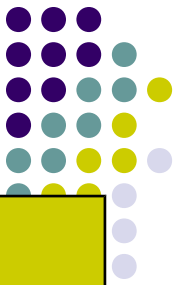
- ***Le secteur de la grande distribution est donc celui dans lequel une entreprise peut s'attendre, dans une approche porterienne (relative au modèle de Porter), à faire le plus de profits tandis que le transport routier de fret s'avère le moins intéressant.***

SWOT : ***CAS ABBOTT LABORATORIES***



SWOT :

CAS ABBOTT LABORATORIES



FORCES :

- *Forte compétence d'innovation*
- *Forte croissance et profits élevés*
- *Présence sur des marchés multiples (nombre de segment et zones géographiques)*

OPPORTUNITÉS :

- *Partenariats nombreux*
- *Marché en croissance*

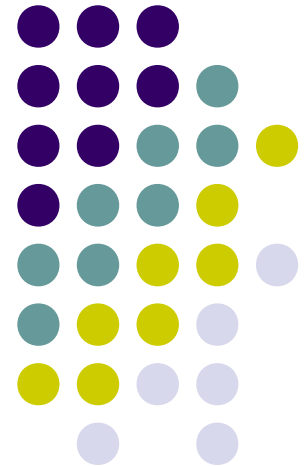
FAIBLESSES :

- *Dépendance envers des produits matures sur certains segments*
- *Mauvaise image en matière de respect du jeu de la concurrence*

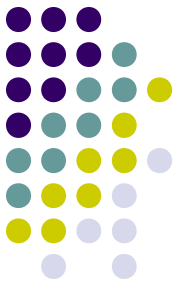
MENACES :

- *Concurrence des génériques*
- *Régulations des prix sur plusieurs marchés*
- *Risque d'amendes importantes*

La segmentation stratégique de BOUYGUES

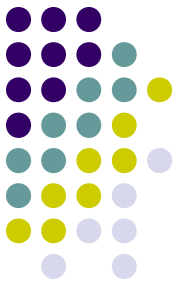


CAS BOUYGUES



- Étant donné les effets de synergie entre DAS, Bouygues identifie deux métiers dans ses activités :
 - **Base stratégique (ou métier) 1 :**
 - **La construction**
 - **Base stratégique (ou métier) 2 :**
 - **Les télécoms-médias**

CAS BOUYGUES



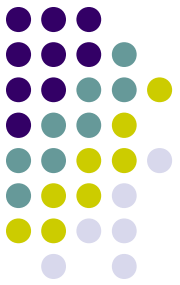
- ***Le métier « construction » comprend trois DAS correspondant à des filiales :***
 - Le BTP et l'électricité (Bouygues Construction)
 - L'immobilier (Bouygues immobilier)
 - Construction et entretien de routes (Colas)
- En 2005, le métier « construction » emploie 97.000 salariés dans le monde et réalise un CA de plus de 17 Mds d'euros.
- ***Le métier de base de Bouygues est donc la construction*** qui représente encore aujourd'hui plus de deux tiers de l'activité du groupe et a permis le financement des activités dans les télécoms et les médias.

CAS BOUYGUES



- ***Le métier « télécoms-médias » regroupe deux DAS correspondant, là aussi, à des filiales :***
 - La communication et les médias (TF1)
 - Les télécommunications (Bouygues telecom)
- En 2005, le métier « télécoms-médias » totalise plus de 11.000 salariés pour un CA de 7 Mds d'euros.

CAS BOUYGUES



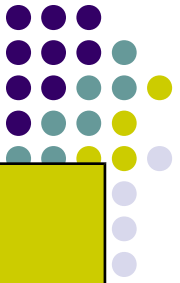
- D'après l'entreprise Bouygues, **ses activités sont organisées autour d cinq DAS** :
 - *Le BTP (à travers Bouygues Construction)*
 - *L'immobilier (Bouygues Immobilier)*
 - *La construction et l'entretien des routes (Colas)*
 - *Les médias (TF1)*
 - *Les télécommunications (Bouygues Telecom)*

CAS BOUYGUES



<u>Critères</u>	Technologie	Clients servis	Besoins satisfaits
<u>DAS</u>			
BTP	Béton, électricité	États, collectivités, entreprises	Construire de grands édifices
Immobilier	Promotion / Vente	Individus, entreprises, institutions	Se loger, trouver un local professionnel, aménager
Construction et entretien de routes	Agrégats, enrobés, émulsions	Entreprises, collectivités	Disposer d'infrastructure de qualité

CAS BOUYGUES



<u>Critères</u>	<i>Technologie</i>	<i>Clients servis</i>	<i>Besoins satisfaits</i>
<u>DAS</u>			
<i>Médias</i>	<i>Technologie de P°, d'édition et de diffusion de programmes</i>	<i>Individus, producteurs, distributeurs</i>	<i>S'informer, se distraire</i>
<i>Télécommunications</i>	<i>Technologie de communication mobile</i>	<i>Particuliers, entreprises</i>	<i>Communiquer</i>