
Logistique et transport :

Analyse SWOT :

Forces :

- La région de l'Oriental fait partie des Zones Logistiques multi-Flux (ZLMF) au niveau du réseau national.
- Les infrastructures de la région :
 - 2 aéroports à Nador et à Oujda ;
 - 328 km pour l'autoroute Fès-Oujda et 507 km pour la route Saidia-Tanger ;
 - 684 km de réseau ferroviaire en activité ;
 - 2 ports maritimes et 2 ports de plaisance.
- Les infrastructures de transport constituent un facteur de localisation et un pouvoir d'intégration, et cela grâce à leurs effets de structuration dans l'espace.
- Réseau routier de la région est d'une longueur de plus de 5000 Km.
- La zone nord désenclavée à travers maints projets tels que l'autoroute Fès-Oujda, dédoublement de la route Oujda-Nador, dédoublement Oujda-Saidia, etc.
- La route méditerranéenne liant Saidia et Tanger.
- Programme d'investissement d'un TGV reliant Tanger et Casablanca.
- La réforme portuaire et l'émergence du port Beni Nsar comme hub international ont graduellement changé la compétitivité des ports marocains mais de la région Oriental spécifiquement.
- Le port Beni Nsar qui représente le

Faiblesses :

- Inégalité de répartition des infrastructures de transport entre les zones nord et sud de la région de l'Oriental.
- Etat alarmant du transport frigorifique.
- Existence d'un seul opérateur ferroviaire, l'ONCF.
- Pas d'opérateur spécialisé dans le transport combiné rail-route.
- Manque de prestataires Services logistiques maritimes.
- Manque de terminaux intermodaux et de zones logistiques appropriées, est la cause de quasi l'inexistence du transport intermodal.
-

poumon du commerce extérieur de la région Oriental.

- Infrastructure aéroportuaire, à Oujda, Nador et Bouarfa permet d'assurer une bonne couverture territoriale.
- Port sec de Taourirt pour améliorer le transport intermodal.
- Le réseau ferroviaire marocain est le plus développé du Maghreb.

Opportunités :

- Avec le dernier découpage territorial Nador est incluse dans la région Oriental, le port de Beni Nsar vient alors enrichir le réseau maritime de la région.
- Projet du port Nador West Med.
- Le dédoublement Oujda-Saidia : Facilier l'accès à l'aéroport Oujda-Angad.
- Développement du commerce transmaghrébin : L'ouverture des frontières et la résolution des problèmes avec le reste des pays du Maghreb Arabe.
- Projet d'une gare spéciale marchandises dans la zone Beni Oukil.
- Accord Open Sky avec l'Union Européenne.
- Entrée de nouvelles entreprises spécialisées dans le transport d'autrui ou le transport public.

Menaces :

- La fermeture durable des frontières avec l'Algérie peut affecter le rendement des efforts fournis par l'Etat en vue d'améliorer le secteur logistique transport.
- Monopole ferroviaire, l'ONCF.
- Internalisation de la logistique par les grandes entreprises industrielles et commerciales.
- Malgré les efforts de modernisation du secteur logistique et transport, ce secteur ne répond encore pas aux standards internationaux.
- Prépondérance de l'informel.

Analyse PORTER :

Pouvoir des acheteurs

Les clients sont en général peu exigeants en termes d'amélioration des prestations, d'une part, parce que la demande du secteur public joue encore un grand rôle, et d'autre part, parce qu'il existe des secteurs économiques peu développés ou des couches de consommateurs finaux à faible

revenu.

Pouvoir des fournisseurs

L'apport des fournisseurs à l'amélioration de la compétitivité est plus positif, en particulier dans le domaine des infrastructures, mais souffre de deux carences importantes : le manque de plates-formes logistiques et une formation professionnelle spécifique très insuffisante de l'avis de pratiquement toutes les personnes interrogées.

Menace des nouveaux entrants

Les barrières qui s'opposent à l'entrée de nouveaux opérateurs sur les marchés sont de moins en moins nombreuses.

Le Maroc a apporté des modifications à sa législation pour se rapprocher considérablement du modèle européen.

Les processus de libéralisation n'ont toutefois pas été accompagnés d'une stratégie gouvernementale visant à aider les entreprises privées et on a assisté à une prolifération de petits opérateurs qui ne peuvent bien souvent survivre qu'en enfreignant les normes ou en appliquant des tarifs inférieurs au coût réel, avec les effets pervers que cela implique sur les entreprises structurées.

Menace des produits de substitution

Les produits de substitution peuvent s'avérer les mêmes produits, de qualité différente ou d'origine internationale (Turquie, Egypte, Pays de l'est de l'Europe, etc.) ou de source nationale venant des autres onze régions du royaume.

Pour la région de l'Oriental le transport informel pose un grand problème.

Intensité de la concurrence

Enfin, le poids de la rivalité interne n'est pas suffisant pour accroître la compétitivité du secteur, d'une part, parce que, indépendamment de leur niveau d'efficacité, les opérateurs publics peuvent accéder plus facilement aux contrats du secteur public, et d'autre part, parce que le manque de contrôles permet à bon nombre de petites entreprises de maintenir leurs marges sans avoir à augmenter leur productivité ni à se moderniser.

Formation

Analyse SWOT :

Forces :

- [Formation professionnelle :](#)
- Existence d'un grand ensemble des parties prenantes à la formation professionnelle dans la région (Organismes de formation publics et privés, représentants professionnels, syndicats, etc.)
- Mise en place de deux types de formation professionnelle, formation

Faiblesses :

- [Formation professionnelle :](#)
- Mauvaise articulation entre les politiques formation et emploi et les politiques industrielles.
- Corps professoral insuffisant.
- [Formation supérieure :](#)

par apprentissage et la formation alternée.

- La région de l'Oriental compte plus de 25 établissements relevant de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT).
- Les établissements privés et publics de la région dispensent des formations dans 80 métiers couvrant tous les secteurs d'activité.

- Formation supérieure :

- Secteur public :

- Crédibilité institutionnelle (Diplôme reconnu qui garantit l'accès à la fonction publique).
- L'offre de service aux étudiants : Bourses et hébergement (internat, cité universitaire).
- Grande adaptation aux besoins du marché.
- Disponibilité dans quelques établissements de laboratoires structurés (ENSA Oujda par exemple).
- Grande diversité des filières d'enseignement.

- Secteur privé :

- Grande adaptation aux besoins du marché.
- Disponibilité des moyens matériels.
- Flexibilité et efficacité de gestion.
- Qualité des conditions d'enseignement.
- Taux d'encadrement élevé.

- Secteur public :

- Sélectivité des candidats.
- Faible impact quantitatif sur l'emploi.
- Insuffisance d'infrastructure.
- Un modèle d'enseignant caractérisé par un faible taux d'encadrement, un sur effectif, et un manque de partenariats avec l'environnement économique et social.
- Lourdeur (service centraux administratifs) -Insuffisance du corps professoral.

- Secteur privé :

- Relative crédibilité institutionnelle.
- Sélectivité par le coût.
- Faible capacité relative de la recherche.

Opportunités :

Menaces :

➤ Formation professionnelle :

- Le plan de relance de la formation professionnelle à l'horizon 2020 publié par la CGEM, où elle identifie les chantiers de l'emploi, de la formation professionnelle, de l'éducation et des relations entre formation professionnelle et enseignement supérieur.
- Coopération éducative avec les pays de l'Union Européenne, et surtout avec la France.
- Installation de grandes écoles étrangères dans la région.

- Formation supérieure :

- Secteur public :
- Soutien des ministères de tutelle administrative.
- Développement des métiers mondiaux du Maroc et des secteurs recruteurs.
- La réforme 2015/2030.
- Se lancer dans une structuration de recherche scientifique en créant de nouvelles institutions de recherche (Labo ENCG)
- Secteur privé :
- Accréditations des diplômes par l'Etat.
- Reconnaissance par les entreprises.
- Développement des métiers mondiaux du Maroc et des secteurs recruteurs.
- Taux croissant de scolarisation dans l'enseignement privé.
- Possibilité d'équivalence de diplôme.

➤ Formation professionnelle :

- Grèves des étudiants et élèves qui ne cessent d'augmenter.
- Formation supérieure :
 - Secteur public :
 - Perte d'attractivité de bons étudiants de bon niveau.
 - Perte du corps professoral due aux retraites.
 - Secteur privé :
 - Difficulté financière à atteindre la masse critique.
 - Compétitivité des études à l'étranger.
 - Improbable équivalence des diplômes.
 - Guerre des prix.

Analyse PORTER :

Pouvoir des acheteurs

Les clients sont de plus en plus exigeants en termes de :

- Choix de spécialité qui est de plus en plus technique.
- Conditions d'apprentissage.
- Insertion dans le monde professionnel.

Pouvoir des fournisseurs

C'est un axe à surveiller spécialement dans le secteur privé, en termes de :

- Service proposé.
- Prix pratiqué.
- Accréditation.
- Technologie.
- Part de marché.
- Insertion des diplômés.

Dans le secteur public le pouvoir des fournisseurs est absent, car on procède aux appels d'offre pour choisir les fournisseurs et les prestataires de services selon le critère du moins disant ou bien le mieux disant.

Menace des nouveaux entrants

- Le rapport infrastructure /effectif :

La qualité de ce rapport présente un défi pour un nouveau entrant pour pouvoir soit s'aligner par rapport aux établissements déjà existants, soit proposer une qualité supérieure et se démarquer de la concurrence.

- La différenciation des services :

Un nouvel entrant se trouve face à la contrainte de diversifier ses offres proposées pour satisfaire les choix des étudiants en termes de spécialité.

- Les besoins en capitaux :

Les coûts des investissements et d'exploitation des établissements de formation supérieure constituent la contrainte majeure pour un nouvel entrant. Ceci s'explique par le fait que les investissements dans le domaine de la formation sont excessivement élevés, et les dossiers d'investissement sont difficilement bancables car la rentabilité de l'investissement est très incertaine surtout pour les nouveaux entrants du secteur privé.

- L'accès à un corps professoral compétent :

A l'Oriental, un nouvel entrant trouvera de la difficulté à recruter un Corps enseignant compétent et couvrant un large spectre de spécialités puisque la région de l'orientale attire un nombre faible de compétence.

- L'expérience et la notoriété des établissements déjà existants :

L'expérience et la notoriété des établissements déjà existants présentent une réelle contrainte pour les nouveaux entrants surtout si cet établissement.

- Les politiques gouvernementales :

Un nouvel entrant se trouve face à une grande intervention de l'Etat qui régleme différents éléments comme l'accréditation.

Menace des produits de substitution

Les différents types de formation (publique et privée) se substituent. Et cela s'explique

Intensité de la concurrence

par l'analyse SWOT de chaque type de formation.

L'intensité de la rivalité dans le secteur de formation supérieure dépend de plusieurs facteurs :

- Du nombre de concurrents disposant des mêmes ressources :

Il y a un grand nombre d'établissements d'égale importance dans le secteur public, et d'autres dans le secteur privé, ce qui rend la concurrence plus intense dans ce secteur.

- La croissance du secteur d'activité :

La croissance du nombre d'étudiants à l'oriental viendra également accroître le nombre d'institutions de formation supérieure.

- La qualité de l'enseignement :

- Le niveau de l'offre publique est perçu dans ce secteur comme la référence en termes de formations supérieures, principalement quand il s'agit des grandes écoles publiques (ENCG, ENSA, Faculté de médecine et de pharmacie...), et ce, parce que ces institutions allient qualité et gratuité. Néanmoins, la faculté (faculté de science, faculté d'économie...) ne jouit pas du même positionnement, au contrario elle renvoie une image négative.

- Secteur privé : Avec le développement de l'offre privée d'enseignement supérieur créant une multiplicité et une diversification des formations, les dispositifs d'accréditation et d'évaluation se mettent progressivement en place.

- La volonté de coopération :

La volonté de coopération est considérée à son tour comme étant un avantage concurrentiel déterminant entre les différents établissements dans le secteur de la formation supérieure au Maroc.

(Coopération aussi bien au niveau de la

région méditerranéenne, du continent africain, européen, qu'avec l'Amérique du Nord).

- L'employabilité :

Le taux d'insertion des diplômés est l'expression la plus manifeste de l'appréciation par les recruteurs de qualité des formations dispensées par un établissement de formation supérieure. Les établissements publics sont certes mieux positionnés sur le marché de travail, cependant, les établissements privés sont en pleine évolution au regard de l'insertion de leurs lauréats sur le marché du travail.

Offshoring et NTIC

Analyse SWOT :

Forces :

- Le plan Numeric qui s'articule autour de quatre priorités stratégiques qui consistent à :
 - Rendre accessible aux citoyens l'Internet haut débit.
 - Rapprocher l'administration des besoins de l'utilisateur à travers un ambitieux programme d'e-gouvernement
 - Inciter à l'informatisation des PME.
 - Développer la filière locale des technologies de l'information, notamment en favorisant l'émergence de pôles d'excellence à fort potentiel à l'export.
- L'importante disponibilité de ressources humaines qualifiées.
- L'offshoring est un pilier central du Pacte national pour l'émergence industrielle (PNEI) qui prévoit la mise en place d'infrastructures spécifiques adaptée aux besoins des entreprises de cette filière.
- Rythme d'utilisation d'internet élevé.
- Le Technopôle d'Oujda a dédié une zone réservée aux spécialistes de

Faiblesses :

- Les principales entreprises actives sur ce secteur sont des PME.
- Les porteurs de micro-projets sont peu aidés.
- Logiciels d'infrastructure faibles.
- Existence d'une seule station radio régionale.
- Equipements vétustes.
- Cadre réglementaire et institutionnel contraignant.
- Le secteur de l'Offshoring dans la région de l'Oriental est toujours concentré sur les centres d'appel.
- Manque d'acteurs Offshoring et TIC ayant la taille critique pour gérer des processus complets.
- Absence d'une autorité centrale de coordination des activités Offshoring et TIC.

l'offshoring, l'Oujda Shore.

- La région Oriental représente une bonne niche pour les centres d'appel puisque les salaires sont relativement bas et que la population y possède une bonne connaissance des langues étrangères et un bon niveau d'études.

Opportunités :

- Les incitations fiscales proposées aux entreprises voulant investir dans cette zone. Il s'agit, entre autres, de l'exonération de l'impôt sur les sociétés pendant une période de cinq ans et de l'application d'un taux de 17,5 % au-delà de cette période.
- Le marché local est encore sous équipé en matériel informatique.
- L'état s'engage à former les ressources nécessaires au développement du secteur.
- Le Maroc s'engage à apporter une aide financière aux investisseurs, en contribuant à l'embauche et à la formation continue des recrues des investisseurs.
- Une exonération de la TVA sur les exportations.
- Stabilité politique.
- Baisse des coûts de facteurs de production, notamment, les coûts des infrastructures de base.
- Prospection des marchés francophone et hispanophone.
- Constitution de partenariats avec des groupes étrangers pour un transfert de savoir-faire et de technologie.
- Promotion de la destination Maroc Offshoring chez les captives et les Sociétés de Services et d'Ingénierie Informatique "SSII".

Menaces :

- Location d'applications sur internet (le modèle SAAS).
- Piratage des logiciels.
- Contrefaçon.
- Le marché informel.
- Les grandes entreprises s'intéressent plus aux grandes villes que les villes de la région Oriental.
- Perspectives d'augmentation des coûts salariaux.
- Forte concurrence des pays de l'Europe de l'Est et du Maghreb sur le marché mondial de l'offshoring.

Analyse PORTER :

Pouvoir des acheteurs

Les acheteurs dans ce secteur ont un pouvoir moyen voire fort.

- Ils cherchent un service de bonne qualité mais avec le plus bas prix.
- Avec le nombre faible des centres d'appel dans la région le problème du prix peut ne pas poser de problème, mais les clients peuvent facilement se référer à des centres d'appel implantés dans d'autres régions.
- Les opérateurs téléphoniques : Ils peuvent imposer les coûts qu'ils veulent de la ligne internationale.
- Les entreprises faisant partie du secteur des NTIC (fabrication des ordinateurs, appareils téléphoniques, etc.)

Pouvoir des fournisseurs

Menace des nouveaux entrants

Ce secteur reste un marché facilement pénétrable avec les atouts de la région, mais d'un autre côté la région présente certaines insuffisances :

- Une insuffisance en énergie ;
- La taille du marché local est petite ;
- Les taxes et avantages fiscaux ;

Menace des produits de substitution

L'impact des produits de substitution est faible, ils peuvent être :

- Robotisation.
- Arrêt de toute forme de sous-traitance.
- Internalisation des services.

Intensité de la concurrence

Outre que les concurrents nationaux les centres d'appel de la région de l'Oriental se trouvent face aux concurrents tunisiens et les autres concurrents faisant partie du « Peer group » aussi connus que les marocains par leur qualité de service.

Tourisme

Analyse SWOT :

Forces :

- **Secteur d'hôtellerie :**
- Marché en expansion dans la région orientale.
- Le secteur de l'hôtellerie offre des possibilités d'emploi aux jeunes et aux femmes. Les peu-qualifiés peuvent par ailleurs y faire carrière.

Faiblesses :

- **Secteur d'hôtellerie :**
- Une Communication très faible et un budget publicitaire très limité.
- Programmes de vacances pas très développés ou qui ne correspondent pas à la demande

- Le secteur de l'hôtellerie est un secteur flexible, capable de faire face aux changements.

➤ **Secteur d'agences de voyage :**

- Offres spécifiques et complexes.
- Services personnalisés et suivi.
- Bonne relation avec les partenaires.
- Professionnalisme

➤ **Secteur d'agences de location de voitures :**

- Facilité de réservation. (En ligne, sans engagement.).
- Services adaptés aux besoins des clients.
- Existence des MRE originaires de la région.
- Diverses potentialités touristiques de la région orientale.
- Proposition de prix raisonnables et encourageants.

Opportunités :

➤ **Secteur d'hôtellerie :**

- Une sécurité et une stabilité politique.
- Secteur en évolution (Vision 2020 : Une vision novatrice).
- La position géographique de la plage Saidia.
- Elle est proche de l'Europe et des pays maghrébins et se trouve à proximité de deux aéroports internationaux de la région : l'aéroport d'Oujda-Angad et celui d'El Aroui-Nador.
- Touristes du troisième âge très actif, disposant de revenus assez élevés et ayant plus de temps libre et une grande autonomie de voyages.
- La tendance à l'accroissement des exigences en matière de qualité pourrait

moderne des consommateurs.

- La rareté de promotion du tourisme national.

➤ **Secteur d'agences de voyage :**

- Maîtrise des coûts/tarifs.
- Faible communication et visibilité.
- Marché des voyages standards difficile à concurrencer.

➤ **Secteur d'agences de location de voitures :**

- Isolement de la région orientale par rapport aux circuits touristiques nationaux.
- Accès à la profession trop facile (faibles barrières à l'entrée).
- Baisse du niveau d'activité au cours du premier semestre de l'année.

Menaces :

➤ **Secteur d'hôtellerie :**

- La concertation de concurrence oblige les hôtels à réduire les prix et par conséquent des marges bénéficiaires faibles.
- Le manque de personnel suffisamment qualifié compromet la qualité du secteur.
- Préférences aux voyages domestiques et intra régionaux.

➤ **Secteur d'agences de voyage :**

- Concentration de la concurrence (intégration verticale des activités touristiques).

augmenter la valeur de ce secteur.

➤ **Secteur d'agences de voyage :**

- Spécialisation dans des niches (selon le profil de la population et les structures familiales).
- Nouvelles tendances (tourisme durable, besoin d'offre sur mesure...).
- Intégration des NTIC.
- Amélioration de la qualité des services.

➤ **Secteur d'agences de location de voitures :**

- Programme de formation pour renforcer les compétences en gestion.
- Existence de deux aéroports dans la région (à Oujda et Al Aroui) et un port à Nador.
- Encouragement par les banques.

- Croissance et développement des agences en ligne (grâce aux NTIC).

- Changement dans le processus d'achat des consommateurs (recherche et comparaison en ligne avant d'acheter en ligne/agence).

➤ **Secteur d'agences de location de voitures :**

- Pression concurrentielle des nouveaux entrants.
- Le transport public.
- Limitation des voyages touristiques (crise internationale par exemple).

Analyse PORTER : Pouvoir des acheteurs

- Pour les hôtels, on peut distinguer deux types de clients :

- Des clients à faible niveau de négociation : Voyageurs de passage, les voyages d'affaire, clients de haut niveau ayant un pouvoir d'achat significatifs.
- Des clients à haut niveau de négociation acheteurs concentrés ou en vrac de chambres d'hôtel (les voyagistes, les compagnies aériennes nationales ou internationales et grande clients, tels que les organisateurs de congrès).

Le pouvoir de négociation des acheteurs varie considérablement au sein de l'industrie, en fonction de la cible d'un hôtel et groupe d'acheteurs.

- Pour les agences de voyage :
 - Le client peut facilement organiser son voyage sans passer par une agence de voyage.
 - Existence d'un nombre important de concurrents qui peuvent répondre à ses attentes.
 - Le client peut jouer beaucoup sur les prix.
- Par contre le client a peu ou pas de pouvoir sur les agences de location de voitures :
 - Large choix de compagnies de location de voitures.
 - Faible sensibilité aux prix.

Pouvoir des fournisseurs

- Approvisionnement limité (fournisseurs peu nombreux + notoriété).
- Rapprochement des fournisseurs du consommateur final (vente directe sans passer par les agences de voyages).
- Dépendance des agences de voyages au système de réservation centralisé (GDS).
 - Les principaux fournisseurs de l'industrie de location de voiture sont les concessionnaires de voitures, le carburant, les produits de technologie, etc.
 - Les concessionnaires automobiles ont une faible négociation, car il y a de nombreux concessionnaires automobiles sur le marché.
- Les fournisseurs de carburant ont un pouvoir de négociation faible à modéré car il y a pas mal de fournisseurs sur le marché.

Menace des nouveaux entrants

- L'industrie Hôtelière :
 - Coûts d'investissement élevés et une forte proportion de coûts fixes aux coûts totaux. Il y a

de considérables économies d'échelle dans l'industrie d'hôtel locale.

- Le coût d'investissement considérablement élevé et la nature de la région de l'oriental font que cette menace est plus ou moins maitrisable du fait que peu d'hôtels y s'installent et que le tourisme dans cette région connaît un taux de récession élevé.
- Pour les agences de voyage :
 - Forte concentration des entreprises.
 - Economie d'échelle importante.
 - Développement des agences virtuelles (intégration des NTIC).
 - Faible différenciation des offres.
 - L'image de marque.
 - Pour les agence de location de voitures :
 - Les agences de location de voitures comptent sur leurs économies d'échelle considérables pour augmenter le résultat financier : entretenir et réparer leurs véhicules moins cher en utilisant les relations avec les fournisseurs existants.
 - Cette industrie a de faibles clients fidèles.
 - Obstacles à l'entrée comme la réglementation gouvernementale, l'assurance, l'entretien, etc. ...

Menace des produits de substitution

- Les produits de substitution des hôtels sont assez nombreux et présentent une rivalité intense avec les hôtels : auberges, maisons et appartements de location, résidences dédiées à des

personnes œuvrant dans un secteur spécifique (Fondation Med 6 pour les œuvres sociales par exemple...), échanges de maisons...

- Pour les agences de voyage on se trouve face à :
 - L'émergence des agences de voyages en ligne.
 - Possibilité d'achat des produits touristiques sans passer par les agences de voyages.
 - Intégration verticale en faveur des fournisseurs.
- La plus grande menace pour le service de location de voiture est la menace des substituts. Le plus grand substitut est le transport public qui comprend des autobus et les taxis locaux, les trains, etc.
- Rivalité intense dans le secteur hôtelier :
 - Barrières à la sortie.
 - Coûts forts d'investissement.
 - Existence de plusieurs types de concurrents.
- Forte rivalité en les agences de voyage :
 - Concurrence accrue entre agences de voyages et les différents acteurs du secteur (directs et indirects).
 - Canaux de distribution multiples.
 - Pression des prix à la baisse.
 - Renforcement des positions sur le marché.
 - Déséquilibre des forces (poids des grands groupes).
- Et c'est idem pour les agences de location de voitures :
 - Concurrence intensive entre les différentes agences de location.

Intensité de la concurrence

- Les agences de location sont confrontées à des coûts élevés d'exploitation fixes y compris la location de biens, l'assurance et l'entretien. Par conséquent, les agences de location adoptent des tarifications à prix bas juste pour recouvrer les coûts d'exploitation et de répondre adéquatement aux demandes de leurs clients.
- Les barrières à la sortie sont élevées.

Restauration

Analyse SWOT :

Forces :

- Plus d'une centaine de restaurants de différentes cuisines et prix.
- Rapidité du service
- Proximité des restaurants : dans les lieux phares des villes mais aussi en route entre les grandes villes.
- Qualité variée des produits proposés.
- Commande en ligne.

Faiblesses :

- Plus de fast-food que des grands restaurants.
- Existence de trois franchises sur la région Oriental (deux de McDonald's sur Oujda et Nador et Mr Smith sur Oujda).
- Mauvaises conditions de travail et d'hygiène.
- Long délai de livraison.
- Incertitude du résultat.
- Manque d'expériences professionnelles.

Opportunités :

- La maturité de certains concurrents.
- Main d'œuvre peu coûteuse.
- Nombre d'employés limité.
- Marché en constante expansion, sur le marché du fast-food.
- Spécialisation dans les spécialités nouvelles et émergentes.
- Création de gamme de menus équilibrés.

Menaces :

- Une forte intensité concurrentielle.
- Mauvaise image auprès du public.
- Marché saturé.
- Clientèle versatile.
- Diminution du pouvoir d'achat.
- Augmentation de l'obésité dans la région.
- Emergence des plats cuisinés.

Analyse PORTER :

Pouvoir des acheteurs

Même si les clients n'ont aucune marge de manœuvre pour négocier les prix, leur pouvoir est assez fort en raison de :

- Clients pointilleux, cherchant la qualité des produits et des aliments.
- Clientèle versatile.

- Produits standardisés.
- Produits de substitution facilement disponibles.
- Associations de consommateurs.

Pouvoir des fournisseurs

Les fournisseurs se partagent en deux groupes principaux :

- Les fournisseurs de machines et autres équipements : équipement pour la cuisine, la surface de restauration et la vaisselle jetable.
- Les fournisseurs d'aliments : matières premières, produits de base, boissons et produits préparés (industriels de l'agroalimentaire).

- Les fournisseurs n'ont pas un grand pouvoir de négociation dans la mesure où ils sont nombreux et qu'il existe une forte concurrence sur leur marché.
- Les produits sont facilement disponibles sur l'ensemble marché car ce sont généralement des produits de base.

Menace des nouveaux entrants

- Difficulté de s'imposer aux concurrents ;
- Coût d'implantation très important.
- Nécessité d'avoir un peu d'expérience et de savoir-faire pour rentrer dans le marché. Dans le cas d'une franchise les barrières à l'entrée sont alors plus fortes, avec un investissement colossal.
- La standardisation des produits permet de réaliser des économies d'échelle considérables sur les achats.

Menace des produits de substitution

Les produits de substitution constituent une véritable menace. Ils sont à la fois nombreux et faciles d'accès pour les clients.

Parmi les produits de substitution, il y a :

- Les plats prêts surgelés, micro-ondes ;
- Les distributeurs automatiques de nourriture ;

Intensité de la concurrence

Ce secteur est l'un des plus attractifs de la région, il est caractérisé par une forte intensité concurrentielle due à :

- L'expansion des réseaux sous enseigne qui a conduit à la saturation du marché dans certaines zones (Oujda). La concurrence entre les acteurs de la restauration met en péril les indépendants et fragilise les parts de marché des réseaux sous enseigne.
- Guerre sur les prix.
- Concurrents nombreux.
- Le marché est dominé par les petits restaurants, les fast-food à 90 %.