



Chapitre 8 Le diagnostic stratégique interne

Etude de cas sur la Fromagerie de la Durance

Identifier une compétence distinctive

Située au cœur des Hautes-Alpes, la Fromagerie de la Durance fabrique une gamme d'une trentaine de fromages de vache, de brebis et de chèvre. La production se fait selon une méthode artisanale. L'entreprise compte une dizaine de salariés. Elle est détentrice depuis 2015 d'un label « Qualité tourisme », seule marque de l'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil, de leur service et de leur établissement.



A l'aide des documents et des vidéos répondez aux questions suivants :

1. Réalisez le diagnostic interne de la fromagerie en utilisant la structure du tableau

		Forces	Faiblesses
Ressources	Financières CA, apports des associés, prêts bancaires...		
	Humaines Effectif salarié et qualification		
	Matérielles Sites de production, machines...		
	Immatérielles Marques, réputation, brevets, labels...		
Compétences	Professionnelles Savoirs et savoir-faire		
	Organisationnelles Processus internes, gestion de la qualité, processus d'innovation		
	Commerciales Distribution, partenariat		

2. Identifiez la compétence distinctive sur laquelle repose la stratégie de l'entreprise.

Document 1 : La Fromagerie de la Durance..Un esprit partenarial au service de la filière agricole haut-alpine

Créée à Arvieux dans le Queyras en 1991, La Fromagerie de la Durance s'installe à Guillore en 2002, entre le Parc Régional du Queyras et le Parc National des Écrins. Elle a été récemment reprise par la fille du fondateur, Christelle Alberge, avec l'appui du responsable fromager, Jérôme Tramuset.

Affinée avec passion et amour de façon artisanale, la gamme compte une trentaine de fromages allant de la pâte pressée à la pâte cuite en passant par les pâtes persillées ou molles. La fromagerie a fait le choix de valoriser sa matière première, le lait, en rémunérant les producteurs de lait de vache 30 % au-dessus du marché national français. Aussi elle développe des partenariats avec les producteurs de lait locaux et collecte ainsi en moyenne 3 millions de litres de lait dans les Hautes-Alpes chaque année. Ceux-ci suivent un cahier des charges rigoureux pour produire un lait de très bonne qualité que la fromagerie souhaite bientôt labelliser « lait de foin ». Ce lait est collecté directement par la fromagerie, jusqu'à 2000 m d'altitude, ce qui lui confère son identité montagnarde. Cette passion et ce savoir-faire sont reconnus au-delà des frontières régionales et ont été médaillés lors des concours agricoles : Médaille d'Or pour leur bleu du Queyras au concours mondial du Fromage en juin 2017 et Argent pour la raclette au lait cru, Bronze en 2018 pour la raclette du Fruichier, Bronze en 2019 pour la raclette du Fruichier nature, la raclette à la truffe et Extrabrebis, Argent en 2020 pour la raclette à la truffe et Argent en 2022 pour les raclettes Ail des ours et 3 poivres.



Document 2 : Une entreprise locale, une activité saisonnière



La commercialisation est locale, les fromages étant commercialisés au magasin et depuis peu en distributeur. En effet, depuis 2018, la Fromagerie de la Durance propose aux amateurs un distributeur automatique de fromage, disponible 24 heures sur 24. De même, la fromagerie travaille au développement de nouveaux débouchés hors département : Rungis, Belgique, gamme bio pour les magasins Biocoop. En revanche, la vente en ligne n'est pas développée. Par ailleurs, la fromagerie est directement impactée par

l'activité saisonnière locale. Si les « mois froids » sont creux en termes de production, ils sont très intenses en termes de vente, car la fromagerie s'est spécialisée dans le fromage à raclette, très apprécié dans une région de sports d'hiver.