

## **DIAGNOSTIC INTERNE**

La lecture des documents permet de repérer les forces et les faiblesses de l'entreprise. Il faut distinguer celles qui relèvent des ressources et celles qui relèvent des compétences. **Faites le diagnostic interne de l'organisation suivante :**

### **DOCUMENT:**

Acteur historique sur le marché fromager, le groupe Bel s'est développé sur le créneau du fromage en portion individuelle. Le groupe rassemble un portefeuille de 30 marques très connues commercialisées dans plus de 130 pays. Il compte 32 sites de production et 12 700 collaborateurs dans le monde. Avec un chiffre d'affaires en hausse de 14 %, le groupe dégage en 2017 un résultat net de 186 milliards d'euros. Ses marques bénéficient d'une formidable réputation auprès des consommateurs en Europe et reposent sur un lien affectif qui les unit aux familles.

À la base du succès, le fromage en portion. Le groupe s'appuie sur une politique d'innovation : (nouveaux emballages et conditionnements recyclables) et gère un ensemble de brevets. Bel a développé un important savoir-faire industriel, et les équipes disposent de qualifications pointues en technologies fromagères et en sciences appliquées (génie alimentaire, microbiologie, physico-chimie, etc.). Cependant, cette politique engendre des coûts considérables.

Partout dans le monde, un haut niveau d'exigence de qualité et de sécurité est requis ; aussi, des contrôles qualité sont effectués tout au long de sa chaîne de production. Ses sites de production sont certifiés selon les standards qualité et sécurité alimentaire. L'entreprise n'est pourtant pas à l'abri des risques de contamination, comme en témoigne un rappel de produits Mini Babybel en février 2018 au Canada.

## **DIAGNOSTIC EXTERNE**

La lecture des documents permet de repérer les opportunités et les menaces de l'entreprise. Puis il faut distinguer celles qui relèvent du macro-environnement et celles qui relèvent du micro-environnement. **Faites le diagnostic externe de l'organisation suivante :**

### **DOCUMENT:**

Le format en portion individuelle constitue une réponse adaptée aux évolutions des sociétés où 4 les repas sont emportés. Les marchés sur lesquels le groupe intervient sont fortement concurrentiels : grands groupes fromagers internationaux, producteurs locaux et distributeurs avec leurs propres marques. De plus, les produits de substitution sont nombreux. Aussi, le groupe Bel est attentif aux évolutions de consommation et aux attentes des clients, qui sont nombreux et dispersés dans le monde entier. Pour cela, il s'appuie sur les nombreux points de contact établis avec eux grâce aux outils numériques : sites Internet, comptes sur les réseaux sociaux... 4-Concernant les produits laitiers. Bel s'approvisionne auprès d'un nombre réduit de fournisseurs ; aussi il pourrait rencontrer des difficultés en cas de défaillance de certains fournisseurs.

Le groupe Bel est implanté à l'international, ce qui lui permet de profiter de la croissance de certains pays et de contrebalancer les risques d'un ralentissement économique, et les effets d'une réduction de la consommation dans d'autres. De par sa présence internationale. Bel est soumis aux réglementations applicables aux produits alimentaires, notamment en matière de normes sanitaires et environnementales. Celles-ci sont multiples, changeantes, de plus en plus contraignantes et peuvent avoir un impact significatif sur ses activités. Par ailleurs, le groupe est fortement exposé aux conséquences du réchauffement climatique, les rendements laitiers des vaches étant sensibles aux conditions climatiques.