



Bilan et mandat Rencontre MRC Domaine-du-Roy

**Val-Jalbert
Mardi 31 mai 2011**



Objectifs de la rencontre

- **Informer le conseil de la MRC du
Domaine-du-Roy des différents enjeux,
projets et orientations à court et moyen
terme**
- **Analyser le niveau d'atteinte des
performances signifiées par le conseil de
la MRC aux administrateurs**



Ordre de la présentation

- **Contexte de la rencontre**
- **Bilan des réalisations et orientations en cours**
- **Rappel du mandat des administrateurs**
- **Enjeux et défis face au développement**
- **Discussions et échanges sur le mandat et les responsabilités des administrateurs**

Contexte de la rencontre

- **Faire le point sur notre mandat :**
 - **Suite aux dernières communications**
 - Plan de mise en œuvre du camping
 - Utilisation des ressources financières
 - **Sur le mandat qui nous a été confié**
 - Compréhension du mandat et actions des administrateurs
 - Rôles et responsabilités des administrateurs
 - **Sur l'avancement des projets**
 - Plan de développement
 - Dossier du camping HQ
 - **Sur les résultats et la situation financière**





Rappel de la mission

À des fins culturelles, historiques, touristiques et patrimoniales, administrer, **opérer et développer** le site du Parc Régional de Val-Jalbert.

Conserver et mettre en valeur de manière durable le site du Parc Régional de Val-Jalbert, dont le fondement repose sur son histoire, ses vestiges ainsi que **sur la qualité de son paysage naturel**, ses infrastructures et ses bâtiments.



Rappel de la mission

Dans un souci de bien-être et de développement communautaire, **sensibiliser et faire connaître** la culture, l'histoire et le patrimoine du Parc Régional de Val-Jalbert à la population.

Exploiter, favoriser ou permettre l'exploitation de toute activité de nature commerciale sur le site du Parc Régional de Val-Jalbert, incluant une centrale hydro-électrique, au bénéfice de la Corporation et pour les fins



Vision

- 1. Regagner notre position de site touristique majeur et incontournable au Saguenay – Lac Saint-Jean et au Québec.**
- 2. Devenir un employeur de « marque » au sein de l'industrie touristique régionale afin de retenir et d'attire de la main-d'œuvre spécialisée en tourisme.**
- 3. Atteindre un niveau de qualité et de performance permettant d'obtenir une reconnaissance de site majeur sur les marchés québécois et internationaux.**

Contexte du plan d'affaires

- **Le point de départ de Val-Jalbert**
« Portrait de la situation 13 mars 2009 »
 - ❖ **Perte majeure de notoriété**
 - ❖ **Perte d'achalandage**
 - ❖ **Produit en détérioration avancée**
 - ❖ **Situation financière précaire**
(déficit accumulé)
 - ❖ **Ressources humaines démobilisées**
 - ❖ **Une nouvelle organisation à bâtir**
(transition SEPAQ – SENC à Corporation
Parc Régional de Val-Jalbert)



Contexte du plan d'affaires

- **Le point de départ de Val-Jalbert**
« Portrait de la situation 13 mars 2009 »
 - ❖ **Un mandat de la part de la MRC**
 - ❖ **Un site rempli de potentiel et de possibilités**
 - ❖ **Des valeurs et un cadre de travail**
 - ❖ **Des attentes signifiées de la part de la MRC, de la population et de l'industrie touristique**

En résumé, nous entamons une véritable étape de
REDRESSEMENT ...

Création et mandats

- **Création officielle de la Corporation le 12 septembre 2009**
- **Nomination de neuf (9) administrateurs**
- **Signature du bail d'emphytéose d'une durée de 20 ans comportant entre autres :**
 - **3 enjeux majeurs**
 - **Des attentes en regard de la saine gestion du site comportant 7 objectifs principaux**



Cadre de travail des administrateurs

- **Adoption d'un plan de travail pour orienter les décisions d'opérations et de développement**
- **Réalisation d'une démarche d'actualisation et de priorisation pour le développement du site**
- **Mise en place d'une structure de suivi comprenant des comités pour le plan de développement, l'interprétation, le projet de centrale etc...**
- **Détermination d'une échelle de valeurs s'inspirant du plan de travail et de la vision des**

Échelle de valeurs pour appliquer le plan

Site classé MCCFQ

- Reconnaissance patrimoniale et protection
- Vigie Commission des Biens Culturels

Valeur HD de la MRC

- Positionnement hautement distinctif
- Fierté, solidarité et ouverture

Produit d'appel

- Application des normes internationales



En conclusion

Toutes nos décisions et interventions doivent être :

- **Hautement distinctives**
- **Respectueuses du caractère « exceptionnel et unique » du site et de son classement de bien culturel**
- **En lien avec sa mission de conservation et de mise en valeur**
- **En adéquation avec les normes de l'industrie du tourisme au niveau international**
- **Durables et en cohérence avec le caractère exceptionnel du site**



Enjeux majeurs de Val-Jalbert

Enjeux N°1

Mettre en œuvre et réaliser un plan de conservation et de mise en valeur du site de Val-Jalbert

Enjeux N°2

Organiser la structure administrative et financière de la nouvelle organisation suite à la dissolution de Sépaq – Val-Jalbert

Enjeux N°3

Améliorer l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion



Sept attentes de la MRC

- 1. De rétablir rapidement la santé financière de Val-Jalbert**

- 2. D'appliquer de hauts standards d'éthique, de probité et de rigueur et doter le CA d'une politique visant à éviter les conflits d'intérêts. Pleine latitude et autonomie du CA (reddition de comptes)**
- 3. De vous doter de règles transparentes en matière d'attribution de mandats professionnels, de contrats de fourniture de biens ou services, d'exécution de travaux et de sélection de personnel**



Sept attentes de la MRC

- 4. Mettre en œuvre avec célérité le plan de conservation et de mise en valeur du site de Val-Jalbert en respectant sa structure de financement et son échéancier de réalisation**
- 5. Mettre en place un cadre administratif et financier rigoureux et implantation des meilleures pratiques de gestion permettant de renouer avec la rentabilité**



Sept attentes de la MRC

- 6. Doter l'organisation de ressources humaines suffisantes, compétentes et professionnelles pour le développement et la gestion du site et pour alimenter une prise de décision rapide et éclairée.**
- 7. Négocier et conclure une entente satisfaisante avec la SECLSJ pour la mise en valeur hydroélectrique de la chute et du site en tenant compte de certains paramètres.**

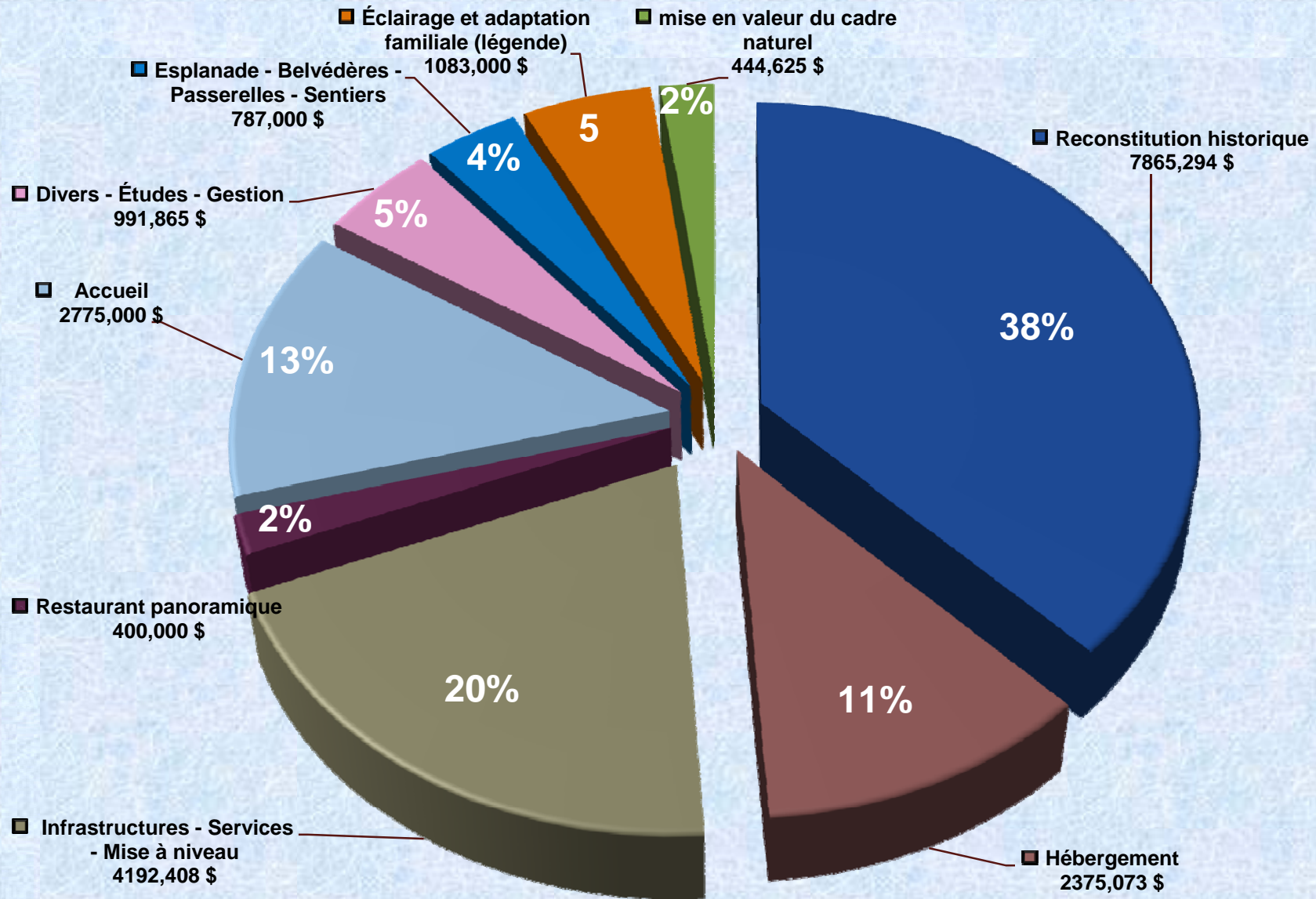
Enjeu N° 1 **Mise en œuvre du plan de conservation et mise en valeur de Val-Jalbert**

<p>Attente N° 4</p>	<p>Mettre en œuvre avec célérité le plan en respect du financement et des échéanciers</p>	
<p>Mesures déployées</p>		<p>Bilan et résultats obtenus</p>
<p>Mise en place d'un cadre liant valeurs de la MRC, MCCCCFQ et visée touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice priorisation 2009 • Travaux débuté automne 2009 • Équipe de gestion, COGEST et employés • Comité d'interprétation • Respect du budget et échéancier 		<p>Phase I et II complétées en juin 2011</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 M\$ investis • Impacts médiatiques forts, renouvellement de l'offre, confort et sécurité des visiteurs • Indice de satisfaction élevé

Plan d'investissement

Projets	Plan initial	Prévisionnel
Restauration, interprétation, animation	7 925 145 \$	7 865 294 \$
Infrastructures, services, accueil	4 661 870 \$	6 967 408 \$
Hébergement	2 370 375 \$	2 375 073 \$
Mise en valeur cadre naturel	1 116 600 \$	1 231 625 \$
Éclairage et adaptation familiale (légende)	1 554 000 \$	1 083 000 \$
Restaurant	400 000 \$	400 000 \$
Études, gestion et divers	1 686 275 \$	991 865 \$
Total	19 714 265 \$	20 914 265 \$

Plan d'investissement



Investissements An 2 - 2011

	Budget mars 2011	Résultats mars 2011
Entrée du site/cimetière	136 730 \$	93 481 \$
Route d'accès et stationnement	901 436 \$	914 435 \$
Bâtiments de services	548 566 \$	613 737 \$
Pavillon d'accueil	1 781 205 \$	1 771 180 \$
Surintendant et rue Saint-Georges	361 051 \$	452 134 \$
Zones d'hébergement	1 411 087 \$	1 426 244 \$
Magasin général	1 373 565 \$	1 196 615 \$
Étal de boucherie	166 885 \$	68 297 \$
Moulin	654 045 \$	502 936 \$
Belvédère	55 939 \$	67 496 \$
Restaurant (aménagement)	281 393 \$	223 090 \$
Consolidation des maisons (magasin général)	472 575 \$	925 739 \$
Concept d'interprétation familiale (légendes)	499 750 \$	15 042 \$
Camping/réaménagement (jeux d'eau)	128 000 \$	495 847 \$
Interprétation et divers	281 930 \$	535 710 \$
Balades	220 000 \$	79 359 \$
Marketing	85 000 \$	47 007 \$
Divers	263 769 \$	514 653 \$
Téléphérique	93 251 \$	306 880 \$
Gestion de projets	140 000 \$	140 809 \$
Frais intérêts	0 \$	126 299 \$
Total	9 856 177 \$	10 516 000 \$

	2012
Entrée du site et panneaux d'Interprétation	56 519 \$
Mise en valeur du cimetière	29 380 \$
Interprétation multimédia (accueil)	35 025 \$
Rue Saint-Georges	100 000 \$
Couvent école	248 774 \$
Étal de boucherie	218 588 \$
Moulin	1 331 433 \$
Restaurant	158 303 \$
Zone résidentielle du plateau	50 000 \$
Concept d'interprétation familiale (cœur du village)	505 708 \$
Camping	284 153 \$
Éclairage et interprétation de soir	204 000 \$
Divers (Balade et marketing)	275 173 \$
Mise à niveau (utilités publiques)	400 000 \$
Gestion de projet	99 476 \$
Frais d'intérêts	160 000 \$
Total	4 156 532 \$

Projet de libération emprise H.-Q.

Description des travaux	Enjeux et défis
<ul style="list-style-type: none">• Récupérer le maximum de terrains (14)• Construire des terrains 3 services• Démolir et reconstruire un bloc sanitaire• Réaliser un plan d'intégration environnemental pour contrer l'effet de libération de la ligne	<ul style="list-style-type: none">• Perte de revenus / deux terrains en location• Nouveaux emplacements plus petits et normaux VS plus grands et spacieux• Visuel sous la ligne à travailler• Budget alloué pour le projet en lien avec les objectifs fixés

Enjeu N° 1 **Mise en œuvre du plan de conservation et mise en valeur de Val-Jalbert**

Attente N° 4	Mettre en œuvre avec célérité le plan en respect du financement et des échéanciers
---------------------	---

Orientations en cours

Atteindre un niveau d'excellence pour se positionner sur les marchés québécois et internationaux :

- **Phase II et III en cours : moulin, couvent, école, cimetière, famille, canyon et rivière, etc...**
- **Projet de libération de l'emprise de la ligne Hydro-Québec : perte 16 terrains et reconstruction d'un bloc sanitaire**
- **Plan de développement du camping pour maximiser le potentiel du site de camping et générer des revenus d'achalandage sur le site (1,6 M\$)**

Enjeu N° 2 L'organisation administrative et financière suite a dissolution de SÉPAQ-Val-Jalbert

Attente # 5	Mettre en place un cadre administratif et financier rigoureux pour être à la fine pointe des pratiques de gestion	
Mesures déployées		Bilan et résultats obtenus
<p>Organisation administrative</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nouveau CA (20 rencontres 1 par mois) • 32 réunions des sous-comités • Mise en place du COGEST (réunion hebdomadaire pendant l'été) • 2 activités de consolidation 		<p>Organisation administrative</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renouvellement de l'organisation : nouvelle entité, nouveaux administrateurs et comité etc... • Suivi constant des travaux • Mécanisme de prise de décision rapide • Implication directe des décideurs

Enjeu N° 2 L'organisation administrative et financière suite a dissolution de SÉPAQ-Val-Jalbert

Attente N° 5	Mettre en place un cadre administratif et financier rigoureux pour être à la fine pointe des pratiques de gestion	
Mesures déployées		Bilan et résultats obtenus
<p style="text-align: center;">Organisation financière</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dépôt régulier suivi financier (mensuel) et rapport statutaire à chaque CA • Support dans la transition avec la SEPAQ • Nouveaux systèmes d'exploitation d'évaluation et de contrôle des opérations • Site WEB transactionnel 		<p style="text-align: center;">Organisation financière</p> <ul style="list-style-type: none"> • Succès dans le rapatriement des opérations de gestion financière • Nouveaux rapports financiers • Nouveau site WEB et système de réservation plus efficace

Enjeu N° 2 L'organisation administrative et financière suite a dissolution de SÉPAQ-Val-Jalbert

Attente N° 5 Mettre en place un cadre administratif et financier rigoureux pour être à la fine pointe des pratiques de gestion

Orientations en cours

Organisation administrative

- Réflexion stratégique en 2011
- Formation sur la gouvernance en 2011
- Réalisation d'un plan d'effectifs pour répondre aux besoins des nouveaux systèmes
- Demande de reconduction des administrateurs en place - 2012

Organisation financière

- Finaliser implantation des nouveaux systèmes
- Mise en place d'un plan d'embauche
- Processus de création de dossiers employés
- Mise en route du module de réservation, générateur d'états financiers et logiciel pour la gestion des heures

**Enjeu
N° 2**

**L'organisation administrative et financière
suite a dissolution de SÉPAQ-Val-Jalbert**

Attente N° 5	Mettre en place un cadre administratif et financier rigoureux pour être à la fine pointe des pratiques de gestion	
	Mesures déployées	Bilan et résultats obtenus
	<ul style="list-style-type: none">• Offre mieux adaptée aux attentes de la clientèle• Campagne média (régionale et nationale) intensive• Plusieurs tournées de familiarisation• Plans de communication et marketing performants	<ul style="list-style-type: none">• 30 % de l'achalandage en 2010• Augmentation de la vente des passeports (233 %)• Percée des marchés de Montréal et Québec• Reconnaissance du produit par ATR• Taux d'appréciation remarquable des visiteurs• Repositionnement du site dans l'industrie• Amélioration de la perception régionale

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Résumé de l'achalandage en 2010

Village historique de Val-Jalbert			
Visiteurs	2009	2010	Écart
Total	51 618	66 951	29,7 %
Individuel	39 210	52 109	32,9 %
Passeports	1 994	3 150	58 %
Groupes	10 414	11 692	12,3 %
Camping			
Terrains	10 523	10 590	0,6 %
Personnes	27 417	27 116	-1,1 %

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Comparatif objectifs d'achalandage et résultats

	Achalandage 2009	Prévision 2010	Réel en 2010
Visiteurs	51 618	57 458	66 951
Hébergement (taux d'occupation)	38 %	Maintenir un taux de 7 à 10 % de plus que la moyenne régionale (46,48 %)	41,7 %
Camping (taux d'occupation)	44,4 %	Maintenir un taux supérieur à la moyenne régionale (55 %)	41,0 %

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Résumé du sondage de satisfaction réalisé en 2010

Description	Moyenne
Belvédère au cœur de la chute	9,5 /10
Forfait hébergement	9,2/10
L'accueil, (zone) l'animation et le service	9,2/10
Satisfaction pour les 18 améliorations	8,8/10
Points à améliorer: Service de restauration	7,6/ 10
Nombre de visites des répondants du SLSJ	2,5 visites
Visiteurs de Montréal et Québec (1 ^{re} visite)	59 %
Côte de recommandation des visiteurs	3,9/4

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Bilan général

Orientations en cours

Regagner notre position de site touristique majeur et incontournable dans la région et à l'extérieur :

- Efforts pour augmenter la clientèle internationale
- Développer des ententes avec tours opérateurs pour l'hébergement
- Extension des heures d'ouverture (passeports saisonniers)
- Nouvelle proposition d'expérience culinaire
- Programme pour la clientèle en soirée
- Projet majeur pour augmenter les revenus du camping

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Attente N° 1	Rétablir rapidement la santé financière de Val-Jalbert	
	Mesures déployées	Bilan et résultats obtenus
	<ul style="list-style-type: none">• Atteinte des objectifs budgétaires 2010• Gestion serrée des dépenses d'opération• Atteinte du point d'équilibre financier	<ul style="list-style-type: none">• Augmentation du chiffre d'affaires de 24 % de 2009 à 2010 Profit d'opération de 26 249 \$• Déficit de (145 945 \$) en 2007 – 2008• Plan de financement du projet DEC – MCCFQ• Compensation de 1 M\$ de Hydro-Québec pour libérer la ligne du camping

Résultats comparatifs

États vérifiés / Mallette 31 décembre 2010	Résultats 31 décembre 2009 (9 mois)	Résultats 31 décembre 2010
Produits		
Droits d'entrée et téléphérique	796 948 \$	1 058 657 \$
Boutique	130 654 \$	141 628 \$
Camping	309 368 \$	333 564 \$
Concessions	10 898 \$	25 362 \$
Hébergement	127 891 \$	109 473 \$
Revenus d'intérêts	0 \$	75 360 \$
Autres activités	72 020 \$	55 688 \$
	1 447 779 \$	1 799 732 \$
Frais directs / opérations		
Salaires et charges sociales	489 413 \$	642 348 \$
Frais d'opérations	333 278 \$	444 380 \$
Entretien, location et réparations de bâtisse	92 975 \$	103 122 \$
Taxes foncières	90 415 \$	121 385 \$
	1 006 081 \$	1 311 235 \$
Frais d'administration		
Salaires et charges sociales	193 203 \$	251 033 \$
Frais d'administration	71 001 \$	136 531 \$
	264 204 \$	387 564 \$
Intérêts et frais bancaires		
Frais bancaires	24 013 \$	36 352 \$
Intérêts et dettes à long terme	15 506 \$	75 139 \$
	39 519 \$	111 491 \$
Excédent (insuffisance) produits sur charges	137 975 \$	26 249 \$
Amortissement	-104 712 \$	-100 096 \$
Insuffisance produits sur les charges	33 263 \$	-73 847 \$

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Attente N° 1

Rétablir rapidement la santé financière de Val-Jalbert

Orientations en cours

- **Court terme (1 à 3 ans) : atteindre un point d'équilibre financier**
- **Moyen terme (3 à 5 ans) : rembourser la marge de crédit**
- **Long terme (5 à 7 ans) : générer de la liquidité pour maintenir et consolider les actifs**
- **Atteinte d'un CA de 1 990 923 \$ en 2011 pour un profit autour de 53 861\$ (avant amortissement)**
- **Entente de 1 M\$ pour libérer l'emprise de Hydro-Québec : travaux, participation de cette marge de crédit**

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Attente N° 2	Appliquer de hauts standards d'éthique, probité, rigueur et politique pour éviter les conflits d'intérêt	
	Mesures déployées	Bilan et résultats obtenus
	<ul style="list-style-type: none">• Suivi rigoureux des réunions du CA (compte rendus, fiches techniques, livre des minutes, etc...)	<ul style="list-style-type: none">• Dépôt des rapports statutaires• Taux de participation élevé des administrateurs (80 %)• Outils de prise de décision respectant les valeurs et principes• Trois rencontres de bilan et orientations avec la MRC
Orientations en cours		
<ul style="list-style-type: none">• En suivi et en cohérence avec les orientations de l'enjeu concernant l'organisation administrative et financière de Val-Jalbert		

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Attente N° 3	Appliquer des règles transparentes en matière d'attribution des mandats, contrats, sélection de personnel, etc...	
	Mesures déployées	Bilan et résultats obtenus
	<ul style="list-style-type: none">• 29 demandes de soumissions (2 sur invitation) via journaux régionaux ou SEAO• Analyse de 96 soumissions d'entrepreneurs différents• Application rigoureuse des règles d'attribution de contrat	<ul style="list-style-type: none">• 5 firmes d'architectes de la région (SARP)• 2 archéologues• 2 firmes d'ingénieurs• 2 laboratoires• à suivre page suivante...

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

<p>Attente N° 3</p>	<p>Appliquer des règles transparentes en matière d'attribution des mandats, contrats, sélection de personnel, etc...</p>	
<p>Mesures déployées</p>	<p>Bilan et résultats obtenus (suite)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • 29 demandes de soumissions (2 sur invitation) via journaux régionaux ou SEAO • Analyse de 96 soumissions d'entrepreneurs différents • Application rigoureuse des règles d'attribution de contrat 	<ul style="list-style-type: none"> • 19 entrepreneurs généraux + 48 sous-traitants dans différentes disciplines (13 au Lac-Saint-Jean 3 au Saguenay – 3 ailleurs) • 6,4 M\$ MRC Domaine-du-Roy • 4,6 M\$ MRC Maria-Chapdelaine • 4,4 M\$ Saguenay • 720 k \$ Lac-Saint-Jean Est • 545 K \$ ailleurs 	
<p>Orientations en cours</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Maintien de la rigueur dans les mesures 		

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Attente N° 6	Doter des ressources humaines pour gérer avec compétence et professionnalisme le plan et les opérations du site	
	Mesures déployées	Bilan et résultats obtenus
	<ul style="list-style-type: none"> • Embauche de professionnels (direction et comptabilité) • Mise en place du COGEST • Activités de consolidation d'équipe • Opérationnalisation de l'équipe de gestion • Adoption d'un organigramme • Accompagnement stratégique du personnel • Deux projets de financement pour la formation 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilisation des employés et bon climat • Employés : Manuel, plan de classification, politique de dotation, formation, voyage d'étude • Politique sur le harcèlement psychologique • Processus d'équité salariale • Aucun grief depuis 2009 • 5 réunions de CRT avec le syndicat

Enjeu Amélioration de l'achalandage, la notoriété N° 3 du site et les systèmes de gestion

Attente N° 6 Doter des ressources humaines pour gérer avec compétence et professionnalisme le plan et les opérations du site

Orientations en cours

Devenir un employeur de marque de l'industrie touristique pour attirer et retenir la main d'œuvre :

- **Processus d'évaluation des gestionnaires**
- **Bonnes relations avec le syndicat et employés**
- **Mise en place du manuel des employés**
- **Améliorer les communications à l'interne**
- **Appliquer les meilleures pratiques, opérations et suivi, avec les employés**
- **Réaliser le plan d'effectifs**
- **Plan de formation pour les cadres**
- **Poursuivre le programme avec le CÉGEP de Saint-Félicien**

Enjeu N° 3 Amélioration de l'achalandage, la notoriété du site et les systèmes de gestion

Attente N° 7	Négocier et conclure une entente avec la SECLSJ pour la mise en valeur hydroélectrique de la chute de Val-Jalbert	
Mesures déployées	Bilan et résultats obtenus	
<p>Définir les valeurs de base de Val-Jalbert :</p> <ul style="list-style-type: none">• Protéger l'esthétisme de la chute• Pérennité de Val-Jalbert (attractivité et survie financière à long terme)• Valeur ajoutée de l'interprétation avec l'intégration au produit touristique (entente d'intégration pour minimiser les impacts)	<ul style="list-style-type: none">• Sur une base d'affaires, du potentiel du site et de ses besoins en investissement (pérennité) :• Décision de refuser l'offre finale de la SECLSJ – sous réserve d'une recommandation d'acceptation de la part du propriétaire	

**Enjeu
N° 3** Amélioration de l'achalandage, la
notoriété
du site et les systèmes de gestion

**Entente
N° 7** Négocier et conclure une entente avec la SECLSJ pour la
mise en valeur hydroélectrique de la chute de Val-Jalbert

Orientations en cours

- **Négociation d'une banque d'heures additionnelles pour les besoins de développement du site**
- **Informers les propriétaires de la position unanime des administrateurs de la Corporation**
- **Détermination des besoins en capitaux pour répondre aux attentes de la MRC et assurer le développement de Val-Jalbert**
- **Travailler en étroite collaboration avec la SECLSJ pour minimiser les impacts de la construction et s'assurer d'une intégration aux opérations de Val-Jalbert**
- **Développer un plan de communication pour maintenir une perception positive de la clientèle face à l'implantation de ce projet**



Merci beaucoup
de
votre attention!

Faits saillants – Enquête de satisfaction

Sur les 18 améliorations apportées au site de Val-Jalbert en 2010, les répondants accordent une note d'appréciation de 8,8 sur 10,0, ce qui démontre bien la pertinence du plan d'amélioration.

Belvédère en plein cœur de la chute	9,5 / 10
La propreté sur l'ensemble du site (sentiers, bâtiments)	9,5 / 10
GéoRallye – Familial	9,3 / 10
Animation théâtrale (animateurs)	9,2 / 10
L'accueil et le service des préposés au téléphérique	9,2 / 10
Le service à la clientèle sur le site	9,2 / 10
Zone d'accueil (Pavillon d'accueil, route d'accès et stationnement)	9,1 / 10
la qualité de l'interprétation offerte en balade motorisée « trolleybus »	9,1 / 10
Le prix du téléphérique	9,0 / 10
Restauration des bâtiments d'époque (maisons du plateau, magasin général, maisons du village etc.)	9,0 / 10
Mise en valeur du vieux moulin (restauration d'époque)	8,9 / 10
L'accueil offert par les préposés	8,8 / 10
Aménagement paysager, nouveau circuit de balade, sentiers et circuit de visite	8,8 / 10
MOYENNE DES 18 AMÉLIORATIONS 2010	8,8 / 10
Le service de boutique à souvenirs au Pavillon d'accueil (articles, ambiance et prix)	8,3 / 10
Le service de boutique à souvenirs au Magasin Général (articles, ambiance et prix)	8,2 / 10
Le prix d'entrée sur le site	8,0 / 10
Le service de restauration (service et qualité de la nourriture)	7,9 / 10
Le prix de la restauration	7,6 / 10