



# **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 administrateur
  - **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.**

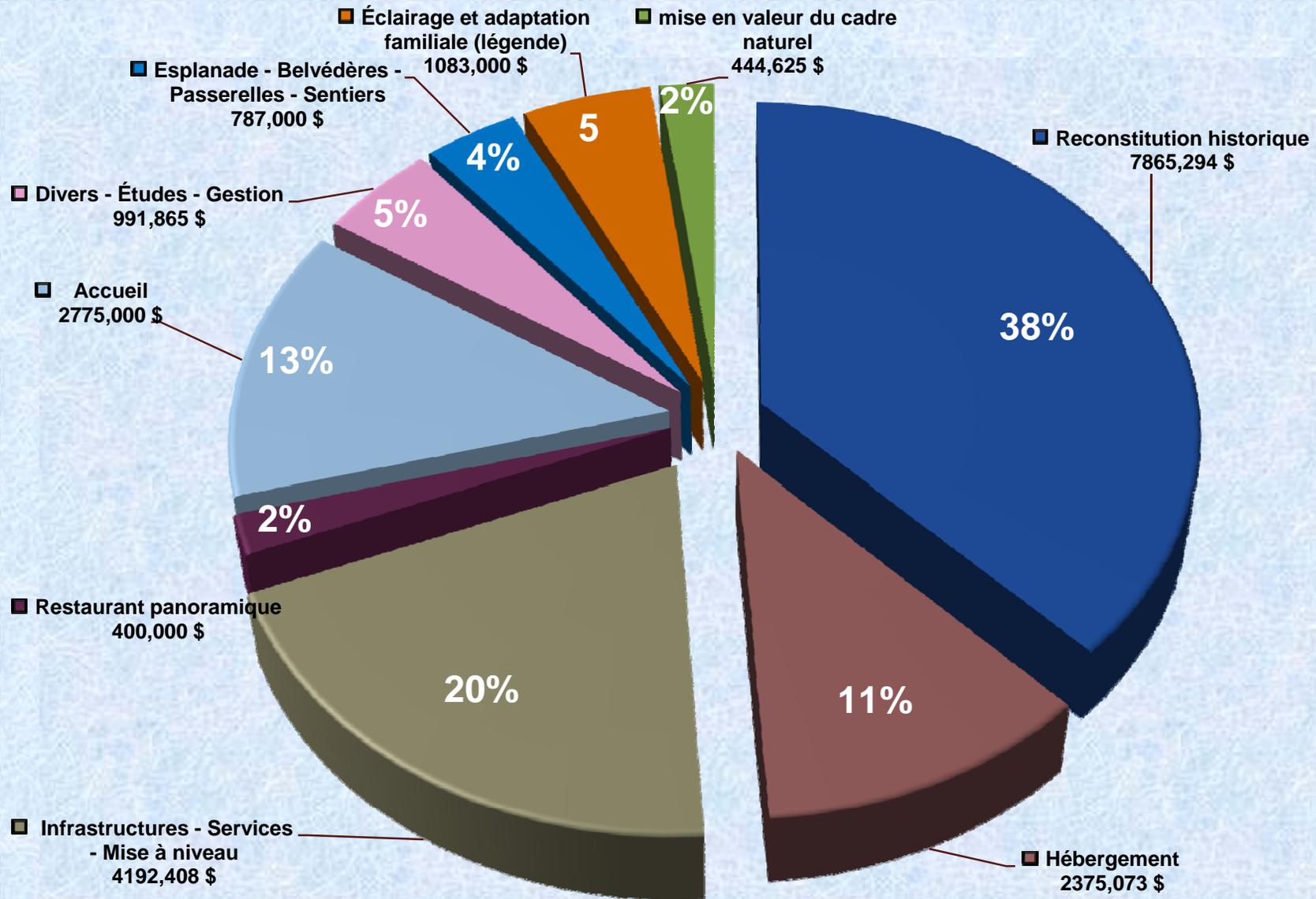
**Enjeu N° 1**      **Mise en œuvre du plan de conservation et mise en valeur de Val-Jalbert**

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

# 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 \$
<b>Total</b>	<b>19 714 265 \$</b>	<b>20 914 265 \$</b>

# 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 \$
<b>Total</b>	<b>9 856 177 \$</b>	<b>10 516 000 \$</b>

	<b>2012</b>
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 \$
<b>Total</b>	<b>4 156 532 \$</b>

# Projet de libération emprise H.-Q.

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

**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**

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

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

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

**Enjeu N° 2**      **L'organisation administrative et financière suite à 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**

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

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

**Résumé de l'achalandage en 2010**

<b>Village historique de Val-Jalbert</b>			
<b>Visiteurs</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Écart</b>
<b>Total</b>	<b>51 618</b>	<b>66 951</b>	<b>29,7 %</b>
Individuel	39 210	52 109	32,9 %
Passeports	1 994	3 150	58 %
Groupes	10 414	11 692	12,3 %
<b>Camping</b>			
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**

	<b>Achalantage 2009</b>	<b>Prévision 2010</b>	<b>Réel en 2010</b>
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**

<b>Description</b>	<b>Moyenne</b>
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
<b>Satisfaction pour les 18 améliorations</b>	<b>8,8/10</b>
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 <sup>re</sup> 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**

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

# Résultats comparatifs

<b>États vérifiés / Mallette 31 décembre 2010</b>	<b>Résultats 31 décembre 2009 (9 mois)</b>	<b>Résultats 31 décembre 2010</b>
<b>Produits</b>		
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 \$
	<b>1 447 779 \$</b>	<b>1 799 732 \$</b>
<b>Frais directs / opérations</b>		
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 \$
	<b>1 006 081 \$</b>	<b>1 311 235 \$</b>
<b>Frais d'administration</b>		
Salaires et charges sociales	193 203 \$	251 033 \$
Frais d'administration	71 001 \$	136 531 \$
	<b>264 204 \$</b>	<b>387 564 \$</b>
<b>Intérêts et frais bancaires</b>		
Frais bancaires	24 013 \$	36 352 \$
Intérêts et dettes à long terme	15 506 \$	75 139 \$
	<b>39 519 \$</b>	<b>111 491 \$</b>
<b>Excédent (insuffisance) produits sur charges</b>	<b>137 975 \$</b>	<b>26 249 \$</b>
<b>Amortissement</b>	<b>-104 712 \$</b>	<b>-100 096 \$</b>
<b>Insuffisance produits sur les charges</b>	<b>33 263 \$</b>	<b>-73 847 \$</b>

**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**

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

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

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

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

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

**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"> <li>• Embauche de professionnels (direction et comptabilité)</li> <li>• Mise en place du COGEST</li> <li>• Activités de consolidation d'équipe</li> <li>• Opérationnalisation de l'équipe de gestion</li> <li>• Adoption d'un organigramme</li> <li>• Accompagnement stratégique du personnel</li> <li>• Deux projets de financement pour la formation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilisation des employés et bon climat</li> <li>• Employés : Manuel, plan de classification, politique de dotation, formation, voyage d'étude</li> <li>• Politique sur le harcèlement psychologique</li> <li>• Processus d'équité salariale</li> <li>• Aucun grief depuis 2009</li> <li>• 5 réunions de CRT avec le syndicat</li> </ul>

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

**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
<b>MOYENNE DES 18 AMÉLIORATIONS 2010</b>	<b>8,8 / 10</b>
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