



## **PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2010-2015**

**Préparé par Marie-Claude Rioux  
pour le compte de la Société Saint-Pierre de Chéticamp**

**Mars 2010**

## **Table des matières**

Mise en situation	3
Documents consultés	4
Renseignements généraux sur la Société Saint-Pierre et la région acadienne de Chéticamp	5
Vision, mission de la Société Saint-Pierre	7
Exercice de planification stratégique	9
Analyse des facteurs externes (occasions et menaces)	10
Analyse des facteurs internes (points forts et points faibles)	12
Identification des activités en lien avec les objectifs stratégiques	14
Plan stratégique 2010-2015	19
En guise de conclusion	25
Annexe A : Horaire de la session	
Annexe B : Liste des participants	

## Mise en situation

Dans un monde en constante évolution, la planification stratégique devient essentielle pour permettre à un organisme de se développer, de s'épanouir et d'identifier les moyens pour ce faire. La Société Saint-Pierre de Chéticamp a choisi de retenir les services de Marie-Claude Rioux, expert-conseil, pour animer une session de travail avec divers représentants de la région de Chéticamp dans le but de se doter d'une planification stratégique et d'identifier les activités qui favoriseront le développement de la communauté au cours des cinq prochaines années.

Suite à la présentation d'un document d'appui à madame Lisette Aucoin-Bourgeois, directrice générale de la Société Saint-Pierre, il a été convenu que les activités élaborées lors de l'exercice de planification stratégique découleraient des cinq objectifs stratégiques tirés du mandat de la Société Saint-Pierre, à savoir :

- Développer une communauté acadienne et francophone qui a le goût de vivre quotidiennement sa langue et sa culture ;
- Favoriser la concertation, les partenariats et les alliances stratégiques ;
- Assurer l'obtention de service et d'information ;
- Agir comme catalyseur à l'organisation de projets et d'activités communautaires en collaboration avec ses partenaires ;
- Gérer le centre culturel Les Trois Pignons.

Près de 15 participants se sont présentés à cette session de travail qui se tenait le jeudi 25 mars, dès 15 h 30, au restaurant All Aboard, de Chéticamp. L'horaire de la session figure à l'annexe A du présent document. La liste des participants figure à l'annexe B du document.

## Documents consultés

La rédaction de ce document a été grandement facilitée par la lecture des documents suivants :

- Planification stratégique 2004-2009 de la Société Saint-Pierre, préparée par Conrad LeBlanc, de Pro-Résultat Inc.
- Statuts et règlements de la Société Saint-Pierre
- Site Web de la Société Saint-Pierre
- Profil communautaire 2008 – Communauté acadienne et francophone de la région de Chéticamp, publié par le RDÉE Nouvelle-Écosse

## Renseignements généraux sur la Société Saint-Pierre et la région acadienne de Chéticamp

Fondée il y a plus de 60 ans, la Société Saint-Pierre est l'organisme qui veille à préserver et à promouvoir la langue et la culture acadienne pour les Acadiens de la grande région de Chéticamp par le biais du développement communautaire, touristique et économique de la région.

La Société Saint-Pierre accomplit sa mission par le mandat suivant :

- Développer une communauté acadienne et francophone qui a le goût de vivre quotidiennement sa langue et sa culture ;
- Favoriser la concertation, les partenariats et les alliances stratégiques ;
- Assurer l'obtention de service et d'information ;
- Agir comme catalyseur à l'organisation de projets et d'activités communautaires en collaboration avec ses partenaires ;
- Gérer le centre culturel Les Trois Pignons.

Située sur la côte ouest de l'île du Cap-Breton, la région acadienne de Chéticamp a une superficie totale d'environ 2 030 kilomètres carrés et comprend les communautés de Saint-Joseph-du-Moine, de Belle-Côte, d'East Margaree ainsi que plusieurs autres villages. Selon les données du recensement de 2006 mené par Statistique Canada, 42,5 % de la population totale de cette région se déclarent de langue maternelle française. Par contre, selon les participants à la planification stratégique, la présence francophone dans la grande région de Chéticamp est beaucoup plus accentuée : les francophones y seraient fortement majoritaires, atteignant même jusqu'à 75 % de la population totale. Cet écart entre les données statistiques et la réalité peut s'expliquer du fait que ce ne sont pas tous les francophones qui s'affichent comme tel lors du recensement et que la division statistique regroupe également les villages et villes anglophones limitrophes.

Le secteur communautaire francophone est très dynamique dans la région de Chéticamp comme en fait foi le grand nombre d'activités organisées, qu'il s'agisse d'activités culturelles, sportives ou communautaires. La région peut également compter sur la présence d'un très grand nombre d'associations et de comités francophones, qu'il s'agisse des Amis du Plein Air, du Centre Acadien, du Club sportif acadien, du Comité de vie active de Chéticamp, du Comité des Jeux de l'Acadie ou de l'Association Développement Lemoine, du côté sports et loisirs ; de l'Association musicale acadienne de Chéticamp, du Centre de généalogie Père Charles Aucoin, du Conseil des arts de Chéticamp, pour la culture et le patrimoine ; des Autorité portuaire de Grand-Étang et de Chéticamp, du côté économique ; ou encore des Chevaliers de Colomb, du Club de Kinetite de Chéticamp, du Club Kinsmen de Chéticamp ou de la Légion royale canadienne, pour les clubs sociaux.

Par ailleurs, mis à part ses paysages naturels d'une beauté incomparable, la région de Chéticamp compte un bon nombre d'attrait touristiques. On n'a qu'à penser au Musée acadien et au Musée du tapis hooké de Chéticamp ou au Centre de la Mi-Carême, situé à Saint-Joseph-du-Moine. De plus, la Coopérative artisanale de Chéticamp et la Coopérative Radio-Chéticamp attestent de la force du mouvement coopératif et de la solidarité des gens de la région.

Enfin, le centre Les Trois Pignons, à la façade caractéristique, agit comme centre culturel et d'information et permet aux touristes de s'informer sur les activités, les services et les attractions touristiques de la région. Le centre Les Trois Pignons héberge également les locaux de la Société Saint-Pierre.

## Vision, mission de la Société Saint-Pierre

Toute planification stratégique s'inscrit dans la mission de l'association. L'énoncé de mission doit donc indiquer clairement le but global de l'association. Un énoncé de mission qui n'est pas clair peut semer la confusion parmi les participants et mener à des décisions inappropriées.

La première partie de la session de travail a permis de présenter les énoncés de vision et de mission aux participants et de préciser certains passages, le cas échéant. Les énoncés de mission et de vision de la Société Saint-Pierre se lisent comme suit :

### *Vision de la Société Saint-Pierre*

Nous envisageons un avenir où les Acadiens et les Acadiennes s'épanouissent pleinement.

### *Mission de la Société Saint-Pierre*

La Société Saint-Pierre a pour mission de promouvoir le développement linguistique et culturel des communautés acadiennes de Chéticamp, de Saint-Joseph-du-Moine et de Margaree.

La présentation des énoncés de vision et de mission a suscité certains commentaires des participants, notamment sur la nécessité de reformuler l'énoncé de vision pour favoriser une vision plus active et sur la pertinence d'inclure le développement touristique dans l'énoncé de mission, en raison du mandat laissé vacant par la dissolution de l'Association touristique de Chéticamp. Par conséquent, nous formulons les deux recommandations suivantes :

### **Recommandation no 1 :**

Que le Conseil d'administration de la Société Saint-Pierre propose pour adoption lors de la prochaine assemblée générale annuelle un énoncé de vision plus actif qui pourrait se formuler comme suit :

Les Acadiens et Acadiennes de la région de Chéticamp s'épanouissent pleinement.

**Recommandation no 2 :**

Que le Conseil d'administration de la Société Saint-Pierre se penche sur la pertinence d'inclure le développement touristique dans son énoncé de mission, Le cas échéant, cette nouvelle formulation devrait faire l'objet d'une proposition d'adoption lors de la prochaine assemblée générale annuelle de la Société.



## Exercice de planification stratégique

La planification stratégique exige du temps et des efforts considérables de la part des participants. Il est donc important de réserver le temps nécessaire pour définir l'orientation du secteur visé afin d'atteindre les objectifs fixés au cours d'une période donnée. Le plan stratégique, découlant de la planification, s'étale normalement sur une période de cinq ans et il inclut les éléments suivants :

- l'analyse des facteurs externes ;
- l'analyse des facteurs internes ;
- l'identification d'activités, de stratégies ou de programmes permettant l'atteinte de la mission de l'organisme.

L'exercice de planification stratégique s'est déroulé en deux temps : la première partie de la session de travail a permis aux participants d'échanger sur les facteurs externes et internes pouvant contribuer ou nuire au développement de la région de Chéticamp. Par facteurs externes, nous entendons les occasions et les menaces pouvant affecter la région mais qui ne peuvent être contrôlées par celle-ci ; par facteurs internes, nous entendons les points forts et les points faibles sur lesquels la Société Saint-Pierre et les gens de la région peuvent exercer un certain contrôle. Cette session s'est déroulée en plénière.

La deuxième partie de la session de travail a permis aux intervenants de se regrouper selon les cinq objectifs du mandat et d'identifier les activités qui permettront le développement de ces objectifs au cours des cinq prochaines années. Le résultat des discussions de chaque groupe a été rapporté en plénière.

Les parties qui suivent présentent un résumé des discussions qui se sont tenues en plénière et en groupe de travail.

## Analyse des facteurs externes (occasions et menaces)

### **Analyse des occasions**

Les participants présents lors de l'exercice de planification stratégique ont fait valoir qu'un des facteurs extérieurs positifs pour la région de Chéticamp, c'est sa réputation d'excellence en matière de gestion de projets et de mouvement coopératif. Les participants ont d'ailleurs indiqué qu'ils devraient insister davantage sur cette réputation lors de la présentation de projets et d'activités de représentation auprès des représentants gouvernementaux et des bailleurs de fonds, en particulier en période électorale.

La région de Chéticamp a la chance de compter sur de nombreux attraits naturels et touristiques. Sa beauté naturelle, la présence du Parc national des Hautes-Terres-du-Cap-Breton et du sentier Cabot et la préservation de sa langue et de sa culture, favorisée par son isolement géographique, sont autant d'occasions sur lesquelles il faut miser. D'ailleurs, la présence prochaine dans la région du chanteur Roch Voisine, de réputation internationale, servira certainement à mettre en valeur les multiples trésors de la région.

Enfin, la présence d'institutions d'enseignement ou d'agences gouvernementales dans la région, comme l'Université Sainte-Anne et Service Canada, peuvent servir de levier pour attirer d'autres institutions ou services gouvernementaux, qu'ils soient fédéraux, provinciaux ou municipaux.

### **Analyse des menaces**

Une des menaces les plus importantes pour la région de Chéticamp est liée au secteur des pêches. Les participants s'inquiètent du fait que l'industrie de la pêche a engendré une culture de dépendance au cycle de l'assurance-emploi, ce qui fait que plusieurs postes disponibles ne trouvent aucun preneur, les habitants préférant bénéficier des mois de congé favorisés par les prestations d'assurance-emploi. Par ailleurs, l'industrie de la pêche étant dépendante de la disponibilité des ressources naturelles, les participants se demandent ce qu'il arrivera de l'économie de la région advenant une diminution des quotas de pêche établis par le gouvernement fédéral ou une parité prolongée du dollar canadien avec le dollar américain.

Une autre menace relevée par les participants est liée à l'aspect démographique. La population est de plus en plus vieillissante et diminue constamment en raison d'une baisse du taux de natalité et de l'exode des jeunes vers les centres urbains.

Par ailleurs, si l'isolement géographique de la région de Chéticamp a contribué à la préservation de sa langue et de sa culture, elle constitue également une menace puisque les produits et services coûtent plus chers, qu'il est difficile d'y amener des spectacles d'envergure, la région pouvant être difficilement incluse dans un réseau de diffusion des arts et de la culture en raison des coûts liés au déplacement des artistes.

Enfin, la région de Chéticamp se trouve dans une situation de concurrence avec les villages et régions avoisinants, ceux-ci étant assujettis et possiblement plus affectés par les mêmes menaces.

## Analyse des facteurs internes (points forts et points faibles)

### **Analyse des points forts**

La région de Chéticamp dispose de plusieurs forces qui font parfois l'envie des autres régions acadiennes, notamment la présence dynamique d'organismes communautaires qui oeuvrent au développement et à l'épanouissement de la communauté acadienne de la région depuis de nombreuses années. On n'a qu'à penser à la Société Saint-Pierre, qui assure une présence francophone depuis plus de 63 ans dans la région, à la radio communautaire CKJM qui, selon un bon nombre d'intervenants, a contribué à la préservation et au développement de la langue française dans la région, ou encore au Conseil des arts de Chéticamp, qui a contribué à faire valoir les nombreux talents musicaux de la région grâce à l'organisation de nombreuses activités culturelles, qu'il s'agisse de la troupe de théâtre ou de festivals comme la Mi-Carême.

La région, fortement majoritaire, peut également miser sur un centre de santé communautaire comptant 4 médecins francophones et permettant d'accueillir des spécialistes itinérants, dont certains qui parlent français, et une école francophone dont elle a le contrôle depuis une dizaine d'années.

Enfin, la région s'est dotée de nombreuses infrastructures pour accueillir les touristes : terrain de golf, centre d'équitation, restaurants, hébergement, musées... toutes ces infrastructures permettent de retenir les visiteurs dans la région pour plus d'une nuitée.

### **Analyse des points faibles**

En dépit de tous les points forts cités plus haut, et possiblement en raison de ces points forts, la région de Chéticamp est victime d'un essoufflement des bénévoles et d'une attitude anglicisante qu'il faudrait contrer dans les meilleurs délais. La présence accrue des familles exogames ainsi que l'utilisation de l'anglais, largement favorisée dans les médias et les réseaux sociaux électroniques, permettent peut-être d'expliquer le grand nombre d'ayant-droit qui choisissent d'inscrire leurs enfants à l'école anglaise de la région ou la présence dominante de l'affichage en anglais, qu'il s'agisse de panneaux routiers ou d'enseignes commerciales.

Parmi les autres points faibles identifiés par les participants, nous notons le manque d'activités pour les enfants et leurs parents, qu'il s'agisse d'une plage surveillée, d'une piscine publique ou d'une bibliothèque publique. Les participants ont également indiqué un besoin de mise en valeur des produits frais de la région, en particulier les produits de la pêche. En effet, la région ne compte aucune poissonnerie et les restaurants présentent surtout aux consommateurs des produits frits au lieu de favoriser des recettes traditionnellement acadiennes (poisson et fruits de mer au four ou pané, morue en cabane, etc.).

Enfin, les participants ont mentionné l'absence de services de haute qualité— quatre ou cinq étoiles — qui permettraient de retenir les touristes encore plus longtemps dans la région.

## Identification des activités en lien avec les objectifs stratégiques

Suite à la présentation d'un document d'appui à madame Lisette Aucoin-Bourgeois, directrice générale de la Société Saint-Pierre, il a été convenu que les activités élaborées lors de l'exercice de planification stratégique découleraient des cinq objectifs stratégiques tirés du mandat de la Société Saint-Pierre, à savoir :

- Développer une communauté acadienne et francophone qui a le goût de vivre quotidiennement sa langue et sa culture ;
- Favoriser la concertation, les partenariats et les alliances stratégiques ;
- Assurer l'obtention de service et d'information ;
- Agir comme catalyseur à l'organisation de projets et d'activités communautaires en collaboration avec ses partenaires ;
- Gérer le centre culturel Les Trois Pignons.

Pour cette partie de l'exercice de planification stratégique, les participants se sont répartis en deux groupes et devaient formuler des activités pour chacun des objectifs stratégiques, après avoir passé en revue le plan stratégique 2009-2014 et identifié, le cas échéant, les activités devant être reconduites. Le premier groupe était chargé d'identifier des activités pour les deux premiers objectifs stratégiques tandis que le second groupe devait identifier des activités pour les trois objectifs stratégiques restant :

Des rapporteurs étaient responsables de noter les grandes lignes de la discussion et d'en faire rapport lors de la plénière.

Les sections qui suivent présentent les activités suggérées pour chacun des objectifs et l'importance accordée à chaque activité par les participants lors de la plénière. À noter que chaque participant a été invité à voter pour deux activités par objectif stratégique. Les résultats de ce vote sont indiqués après l'activité, le cas échéant.

**Développer une communauté acadienne et francophone qui a le goût de vivre quotidiennement sa langue et sa culture – Activités proposées**

- Campagne d’affichage (commerces et panneaux routiers) : 8 votes
- Services en français dans le domaine de la santé (services ambulanciers, hôpital, foyers, etc.) : 5 votes
- Festival l’Escaouette : 3 votes
- Comité de coordination de la Commission du tourisme acadien du Canada atlantique (CTACA) : 3 votes
- Mi-Carême et festival d’hiver : 1 vote
- Boîte à chanson / causeries
- Comité de recrutement / de rétention – école NDA
- Étroite collaboration avec le Conseil des arts

## **Favoriser la concertation, les partenariats et les alliances stratégiques – Activités proposées**

- Continuer les partenariats actuels avec les organismes suivants : 9 votes
  - Conseil des arts
  - Conseil économique de Chéticamp
  - Association de développement du Moine / Centre de la Mi-Carême
  - Guide touristique / Salon vacances / Publicité externe
  - Municipalité
  - Ministère du tourisme
  - Destination Cape Breton
  - Réseau des musées
  
- Développer un partenariat avec le Parc national des Hautes-Terres-du-Cap-Breton : 5 votes
  
- Obtention des services en français : 3 votes
  
- Coordination de la livraison de formation pour l'accueil des touristes : 2 votes
  - Super Accueil, histoire de la région de Chéticamp, etc.
  
- Revendication pour l'augmentation de services en français : 2 votes
  
- Partenariat avec le Conseil de développement économique de la Nouvelle-Écosse
  
- Équipe d'accueil pour les nouveaux arrivants
  
- Service de prêtres en région



## **Assurer l'obtention de service et d'information – Activités proposées**

- Augmentation de la visibilité des activités culturelles : 6 votes
  - Bannières
  - Panneaux d'affichage à l'entrée de la ville
- Représentation pour assurer davantage de services en français : 5 votes
  - 911
  - Services ambulanciers
- Obtenir des services gouvernementaux provinciaux à Chéticamp : 4 votes
  - Access Nova Scotia
- Formation continue pour les employés dans le domaine touristique : 4 votes
- Assurer un poste bilingue pour la direction du Parc national des Hautes-Terres-du-Cap-Breton : 2 votes
- Allonger la saison touristique avec divers projets : 1 vote
- Représentation pour maintenir les postes bilingues de la GRC à Chéticamp
- Assurer les services pastoraux et diocésains en français
  - Obtention d'un auxiliaire francophone
- Représentation pour une augmentation du nombre de lits au Centre de santé
- Campagne de drapeaux acadiens
- Maintenir et améliorer le programme de bourses de la Société Saint-Pierre
- Exiger un financement accru de la province pour le bureau touristique
- Activités de représentation auprès du Cape Breton Health Authority

### **Agir comme catalyseur à l'organisation de projets et d'activités communautaires en collaboration avec ses partenaires – Activités proposées**

- Poursuivre la collaboration avec Parcs Canada sur divers projets : 6 votes
- Projet des enseignes pour l'identification en français des chemins et des routes de Chéticamp : 6 votes
- Continuer à produire le Guide touristique de Chéticamp : 4 votes
- Poursuivre la collaboration avec le Conseil des arts et le Conseil de développement économique : 3 votes
- Poursuivre les projets pour la Mi-Carême et autres regroupements
- Exporter la Mi-Carême
- Faire revivre la Chandeleur, le Mardi-Gras dans les écoles

### **Gérer le centre culturel Les Trois Pignons – Activités proposées**

Aucune activité n'a été identifiée pour cet objectif, les participants jugeant que la gestion du Centre culturel Les Trois Pignons ainsi que l'identification des ressources matérielles, humaines et financières pour ce faire relevait davantage de la direction générale et du Conseil d'administration de la Société Saint-Pierre.

## Plan stratégique 2010-2015

Le plan stratégique suivant reprend les cinq objectifs stratégiques confirmés par les participants lors de l'exercice de planification stratégique ainsi que les activités jugées prioritaires pour chacun de ces objectifs. Certaines stratégies de même nature ont été regroupées sous une même activité et/ou déplacées parce qu'elles correspondaient davantage à un autre objectif. Par la suite, nous avons élaboré des indicateurs de rendement qui permettront de mesurer le progrès effectué pour chaque activité identifiée.

Nous désirons souligner que les activités énoncées dans ce plan stratégique constituent une feuille de route pour guider le travail des employés et des administrateurs de la Société Saint-Pierre. Par conséquent, elles ne sont aucunement exclusives et leur mise en œuvre dépend dans une très large mesure des ressources humaines, matérielles et financières disponibles. Les employés et les administrateurs devraient effectuer une révision de ce plan stratégique annuellement pour apprécier les résultats atteints et modifier ce document, le cas échéant, en réaction à des besoins plus urgents ou à des imprévus.

## OBJECTIF STRATÉGIQUE : LANGUE ET CULTURE

Résultats désirés	Stratégies / Activités	Indicateurs de rendement
Développer une communauté acadienne et francophone qui a le goût de vivre quotidiennement sa langue et sa culture	<p>Campagne d'affichage (commerces et panneaux routiers)</p> <p>Activités de promotion de la fierté acadienne</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Festival l'Escaouette</li><li>• Mi-Carême</li><li>• Festival d'hiver</li></ul>	<p>Nombre de commerces s'affichant en français ou dans les deux langues ou dans les deux langues officielles</p> <p>Nombre de panneaux routiers en français ou dans les deux langues officielles</p> <p>Degré de satisfaction de la population</p> <p>Nombre d'activités de promotion de la fierté acadienne</p> <p>Nombre de participants aux activités</p> <p>Degré de satisfaction des participants et des organisateurs</p> <p>Taux d'occupation des restaurants et des lieux d'hébergement</p>

OBJECTIF STRATÉGIQUE : CONCERTATION, PARTENARIATS ET ALLIANCES		
Résultats désirés	Stratégies / Activités	Indicateurs de rendement
Favoriser la concertation, les partenariats et les alliances stratégiques	Continuer les partenariats actuels avec les organismes suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseil des arts</li> <li>• Conseil économique de Chéticamp</li> <li>• Association de développement du Moine / Centre de la Mi-Carême</li> <li>• Municipalité</li> <li>• Ministère du tourisme</li> <li>• Destination Cape Breton</li> <li>• Réseau des musées</li> </ul>	<p>Nombre de partenaires</p> <p>Nombre d'activités de partenariats</p> <p>Nombre de réunion</p> <p>Degré de satisfaction des partenaires</p> <p>Degré de sensibilisation des partenaires aux besoins particuliers en matière de service en français</p>
	Développer un partenariat avec le Parc national des Hautes-Terres-du-Cap-Breton	<p>Nombre de réunions</p> <p>Degré de qualité du partenariat</p>
	Participation au Comité de coordination de la Commission du tourisme acadien du Canada atlantique (CTACA)	<p>Nombre de réunions</p> <p>Degré de sensibilisation des partenaires aux besoins particuliers en matière de service en français</p>

OBJECTIF STRATÉGIQUE : OBTENTION DE SERVICE ET INFORMATION		
Résultats désirés	Stratégies / Activités	Indicateurs de rendement
Assurer l'obtention de service et d'information	<p>Représentation pour assurer davantage de services en français</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 911</li> <li>• services ambulanciers</li> <li>• hôpital</li> <li>• foyer</li> <li>• poste bilingue pour la direction du Parc des Hautes-Terres</li> <li>• Access Nova Scotia</li> </ul> <p>Augmentation de la visibilité des activités culturelles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bannières</li> <li>• Panneaux d'affichage à l'entrée de la ville</li> </ul> <p>Formation continue pour les employés dans le domaine touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Super Accueil</li> <li>• Histoire de la région de Chéticamp</li> </ul>	<p>Nombre d'activités de représentation</p> <p>Nombre de services en français obtenus</p> <p>Degré de sensibilisation des partenaires aux besoins particuliers en matière de service en français</p> <p>Degré de satisfaction de la population</p> <p>Taux d'occupation des restaurants et des lieux d'hébergement</p> <p>Nombre de participants aux activités</p> <p>Nombre d'employés ayant reçu la formation</p> <p>Degré de satisfaction des touristes</p> <p>Degré de satisfaction des employés</p>

<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE : CATALYSEUR DE PROJETS ET D'ACTIVITÉS</b>		
<b>Résultats désirés</b>	<b>Stratégies / Activités</b>	<b>Indicateurs de rendement</b>
Agir comme catalyseur à l'organisation de projets et d'activités communautaires en collaboration avec ses partenaires	<p>Collaboration avec Parcs Canada sur divers projets</p> <p>Projet des enseignes pour l'identification en français des chemins et des routes de Chéticamp</p> <p>Production du Guide touristique de Chéticamp</p>	<p>Nombre de projets en collaboration</p> <p>Degré de satisfaction des partenaires</p> <p>Degré de sensibilisation des partenaires aux besoins particuliers en matière de service en français</p> <p>Nombre d'enseigne en français ou dans les deux langues officielles</p> <p>Degré de satisfaction de la population</p> <p>Nombre de guides publiés et distribués</p> <p>Degré de satisfaction des touristes</p> <p>Degré de satisfaction des commerçants</p>

<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE : GESTION DES TROIS PIGNONS</b>		
<b>Résultats désirés</b>	<b>Stratégies / Activités</b>	<b>Indicateurs de rendement</b>
Gérer le centre culturel Les Trois Pignons	<p>Tenue des réunions statutaires</p> <p>Identification des ressources financières, humaines et matérielles nécessaires</p> <p>Mise à jour annuelle du Plan stratégique 2010-2015</p>	<p>9 réunions du CA par année</p> <p>1 assemblée générale annuelle</p>





## En guise de conclusion

Cette session de travail n'aurait pas été possible sans la contribution exceptionnelle et dynamique de madame Lisette Aucoin-Bourgeois et des membres de son équipe, qui se sont occupés de l'aspect logistique de la rencontre et qui ont garanti, de ce fait, le succès de cet exercice.

Nos remerciements les plus sincères s'adressent également à tous les participants et à toutes les participantes à cette session de travail qui ont généreusement accepté de partager leurs connaissances et leurs idées pour concrétiser ce plan stratégique.

## Annexe A : Horaire de la session

### **Exercice de planification stratégique**

Le 25 mars 2010 – Société Saint-Pierre

- 15 h 30 : Mot de bienvenue de monsieur Napoléon Chiasson, président de la Société Saint-Pierre
- 15 h 45 : Présentation du déroulement de la session de travail par Marie-Claude Rioux, consultante
- 16 h : Présentation de la vision et de la mission de la Société Saint-Pierre
- 16 h 15 : Plénière
- Analyse des occasions et des menaces de la région de Chéticamp
  - Analyse des points forts et des points faibles de la région de Chéticamp
- 17 h : Répartition selon les objectifs stratégiques
- Identification des activités, des stratégies ou des programmes de la planification stratégique 2004-2009 devant être reconduits dans la présente planification stratégique
  - Identification des activités, des stratégies ou des programmes en lien avec chaque objectif stratégique
- 18 h : Repas
- 19 h : Plénière
- Mise en commun des discussions selon les objectifs stratégiques et exercice de priorisation
- 20 h : Conclusion et fin de la session de travail

## Annexe B : Liste des participants

Napoléon Chiasson, président  
Joseph Henri Poirier, vice-président  
Daniel Acuin, secrétaire  
Simone LeFort, directrice  
Jenny Bishop, directrice  
Maurice LeLièvre, directeur  
Charles D. Roach, directeur  
Paul Antoine Deveau, directeur  
Nicole Deveau, directrice  
Yvette Aucoin, membre  
Lorraine Roach, employée  
Yvette McPhee, employée  
Ida LeLièvre, employée  
Lisette Aucoin-Bourgeois, directrice générale