



ferme pédagogique

MARICHEL

Rapport annuel 2024-2025

Table des matières

1. Mot du Conseil d'administration	2
2. Vie associative et administration	3
3. Équipe de travail	4
Camps de vacances et classes-nature	5
Nouveaux postes	5
4. Résultats 2024-2025	6
4.1. Camps de vacances	6
Produits promotionnels	6
Sondage de satisfaction – Bilan 2025	7
Fidélisation et retour des campeurs.....	8
Pistes de réflexion pour les inscriptions	8
4.2. Groupes autonomes	8
4.3. Classe-nature.....	9
4.4. Weekend familial.....	9
5. Promotion et développement.....	9
5.1. Actions de communications	10
5.2. Collaboration avec d'autres organisations.....	10
6. Financement.....	11
6.1. Saine gestion des finances et atteindre les cibles financières.....	11
6.2. Objectifs financiers 2025-2026	12
Camps de vacances:.....	12
Classes-nature:.....	12
Location autonome:	12
Weekend familial:.....	12
6.3. Recherche de sources de financement pour la réalisation de projets spécifiques.....	12
7. Infrastructures et équipements.....	13
Travaux réalisés.....	13

Dommages et réparations	13
8. Planification stratégique 2023-2026.....	14
9. Plan d'actions.....	14
10. Mot de la fin.....	14
Annexe 1. Bilan et États de résultats 2024-2025.....	15
Annexe 2. Budget 2025-2026	17
Annexe 3. Planification stratégique 2023-2026	18
Annexe 4. Objectifs qualitatifs	19

1. Mot du Conseil d'administration

Depuis 30 ans, la FPM a traversé plusieurs saisons, plusieurs cycles.

L'absence de campeurs pendant la pandémie a été comme un hiver tranquille, du jardin à la bergerie le temps suspendu, en pause.

Les premières années qui ont suivies ont vu éclore de nombreux projets, fragiles au début, puis nourris de soleil et d'espoir. L'embauche d'une direction générale a permis de jeter les bases de projets de développement, et votre CA a toujours veillé sur la mission pédagogique et cultivé la dimension humaine de l'organisme.

Au moment de vous présenter ce rapport annuel, on entre résolument dans l'automne à Sainte-Agathe, mais aussi dans la prochaine saison de la FPM. Tous les jardiniers savent que l'automne n'est pas seulement la saison des récoltes, mais aussi le temps où, après l'expansion estivale, c'est le temps de faire des choix pour le prochain cycle. Certaines récoltes seront conservées pour l'hiver prochain, d'autres doivent être transformées.

Nous vous convions à participer à la magie de Marichel, à célébrer l'expérience acquise et à affirmer la suite, ensemble.

Le conseil d'administration

Catherine, François, Laura et Magali

2. Vie associative et administration

La 31^e assemblée générale annuelle se tiendra le 16 novembre 2025.

Les membres du conseil d'administration 2024-2025 étaient :

- Léa Beauchamp-Yergeau (co-présidente, a quitté le CA en août 2025)
- Laura Thériault (co-présidente)
- Catherine Avaré (administratrice)
- Anaïs Gousse (administratrice, a quitté le CA en juin 2025)
- Maxence Croteau (administrateur, a quitté le CA en mai 2025)
- Magali Villeneuve (secrétaire-trésorière)
- François Gendreau-Martineau (représentant de la Ferme Marichel senc.)

Le conseil d'administration s'est réuni 9 fois en 2024-2025. Il y a eu également l'implication marquée de bénévoles durant nos événements annuels :

- Une journée corvée en octobre pour préparer le terrain à la saison hivernale avec la présence d'une dizaine de bénévoles.
- Une journée corvée en mai avant la porte-ouverte où plusieurs membres du CA étaient présents ainsi que différents bénévoles.

En 2024-2025, la FPM compte 19 membres. Le coût de l'adhésion est de 20\$, comme convenu lors de l'assemblée générale annuelle de novembre 2024.

La tenue de livres comptables a été réalisée par le personnel de la firme Mallette à Laurier-Station de septembre à décembre. À partir de janvier, Jessy, adjointe administrative, a repris la tenue de livres via Quickbooks. La vérification a été faite par Mallette.

3. Équipe de travail

L'année 2024-2025 a débuté sous la direction générale de Rébecca Paquet, appuyée par Jessy Houle à la coordination administrative. Rébecca a quitté ses fonctions à la fin de la saison estivale, en août 2025.

Camps de vacances et classes-nature

La saison des classes-nature a été assurée par :

- **Automne** : Anaïs Gousse (Bleuet), Raphaël Gaudreault (Ortie), Maxence Croteau (Racine) et Ezéchiel Nadeau (Roto).
- **Printemps** : Anaïs Gousse (Bleuet), Milie Corona-Charbonneau (Capy), Félicia Perron-Thivierge (Tournesol), Ezéchiel Nadeau (Roto), Maxence Croteau (Racine), Marielle Martineau, Frédérique Schinn (Litchi), Bastien Blanchet (Babouche) et Florence Boissonneault (Slinky).

Nouveaux postes

Deux nouveaux postes ont été créés à l'été 2025 grâce au soutien d'Emploi été Canada et d'Agriculture Canada :

- **Stagiaire agricole** : Milie Corona-Charbonneau, responsable de la mini-ferme, du jardin et des ateliers de la vie verte tout en contribuant à l'ensemble des activités du camp.
- **Responsable des loisirs** : Félicia Perron-Thivierge, chargée de revoir le contenu des classes-nature, de mettre à jour le cahier d'animation, de développer de nouvelles activités et d'appuyer l'équipe au quotidien. L'objectif initial de ce nouveau poste était de développer un nouveau service de journées familiales thématiques, ce qui n'a pas été réalisé.

Coordination et animation

La coordination du camp a connu un début estival mouvementé (mise à pied du chef de camps qui devait faire l'été). Après des ajustements, Anaïs Gousse (Bleuet) a assumé le rôle de coordonnatrice, épaulée par Milie (Capy), soutien essentiel auprès de l'équipe d'animation. Frédérique (Myco) a pris la relève pour les deux dernières semaines, Anaïs reprenant ses études.

Équipe d'animation 2025 : Rafaële Lorrain (Marmotte), Clémence Gendreau (Ancolie), Florence Boissonneault (Slinky), Bastien Blanchet (Babouche), Frédérique Schinn (Litchi), Rose Mailloux (Bigoudis, double tâche) et Gaëlle Weber-Fillion (Lune, aide-monitrice).

Le pré-camp a permis de bénéficier du soutien de Frédérique Gendreau (Myco), Maxence Croteau (Racine), Marielle Martineau, Michel Gendreau et François Gendreau-Martineau. L'Association des

camps du Québec a offert une demi-journée de formation additionnelle, complétée par une formation wendate pour enrichir le séjour *Temps-Temps*.

Cuisine

La gestion des repas a représenté un défi important. Marie-Josée (Macaroni) a cuisiné en début d'été du lundi au mercredi et Pierre-André (Ratatouille) du jeudi au vendredi. Après le départ de Macaroni (mise-à-pied), Ratatouille a assumé seul la charge des repas.

Plusieurs membres de l'équipe ont prêté main-forte en cuisine à titre d'aide-cuisinier·ère·s : Rose (Bigoudi), Ézéchiél (Rotoculteur), Clémence (Ancolie) et Gaëlle (Lune). À différentes occasions, Rébecca, Anaïs et Jessy ont également assuré ce rôle.

4. Résultats 2024-2025

4.1. Camps de vacances

L'objectif fixé pour 2024-2025 était d'atteindre un taux d'inscription de 95 %. La programmation permettait d'accueillir 228 enfants. Finalement, **229 inscriptions** ont été enregistrées. Malgré l'annulation d'un groupe *Accro*, un réaménagement a permis à des parents d'inscrire leur enfant au camp *Gourmand*.

Comparativement à l'an dernier (201 inscriptions), cela représente une hausse significative et un revenu de 166 000 avant rabais, ce qui équivaut à **156 385 \$** après rabais \$.

Cette année, cinq enfants ont été inscrits grâce à une aide financière de la CIUSSCN (contribution de 500 \$ par enfant). Une aide financière additionnelle de 10 000\$ (Québec philanthropes) a permis de couvrir le reste des frais et d'offrir gratuitement 8 autres séjours. Un partenariat a de nouveau été conclu avec le Centre de pédiatrie sociale de Lévis qui nous a référé des familles en situation de vulnérabilité.

Produits promotionnels

Une grande nouveauté cette année fut l'implantation d'une nouvelle plateforme d'inscription (Amilia). Plus versatile et conviviale, elle a simplifié le processus d'inscription pour les familles et offert de nouvelles fonctionnalités, comme la création d'une boutique en ligne. Cette innovation a permis d'annoncer et de vendre à l'avance certains produits promotionnels, notamment les t-shirts du camp.

Grâce à ce nouvel outil, 64 t-shirts ont été vendus en ligne à 20 \$ (totalisant 1 280 \$ avant taxes) et la balance a été vendue en présentiel à 25\$ taxes incluses, totalisant un montant de vente de

produits promotionnels de 2 000 \$.

Il est intéressant de noter que plusieurs parents et campeurs ont manifesté de l'intérêt pour élargir l'offre, notamment avec des cotons ouatés et même des produits de la ferme (comme la viande Marichel). Ces suggestions ouvrent la porte à de nouvelles opportunités pour diversifier et bonifier l'expérience des familles tout en générant des revenus additionnels.

Sondage de satisfaction – Bilan 2025

Chaque année on demande aux parents de compléter un sondage de satisfaction. Voici un résumé des réponses obtenues:

Bilan général de satisfaction

- La grande majorité des campeurs se sont dit très satisfaits (81 %) ou satisfaits (19 %) de leur séjour à la ferme Marichel. Aucun répondant n'a exprimé d'insatisfaction, ce qui témoigne d'une expérience globalement très positive.

Animation et encadrement

- L'animation au camp est particulièrement bien évaluée, avec 84 % des clients très satisfaits. Les participants soulignent l'énergie et la qualité des animateurs, confirmant que l'encadrement constitue un point fort de l'expérience.

Sécurité et environnement

- La sécurité au camp inspire également confiance : 79 % se disent très satisfaits, et seulement une faible proportion (2 %) exprime une réserve. Ce résultat confirme la bonne gestion des infrastructures et des activités.

Restauration

- La nourriture obtient des résultats plus nuancés : 59 % très satisfaits, 39 % satisfaits, et environ 2 % peu satisfaits. Bien que globalement bien perçue, l'alimentation représente un aspect à surveiller pour maintenir ou améliorer la qualité perçue. **Une attention particulière devra être portée pour mieux valoriser les produits de la ferme autant la viande que les légumes du jardin.**

Propreté et entretien

- L'entretien et la propreté des lieux sont bien jugés : 58 % très satisfaits et 42 % satisfaits. Ce taux élevé reflète un environnement accueillant, essentiel à la qualité du séjour.

Coût du séjour

- Du point de vue des parents, le coût du séjour est considéré comme approprié dans 84 % des cas, alors que 16 % le trouvent trop élevé. Ce résultat indique que la grande majorité des familles perçoivent un bon rapport qualité-prix.

Fidélisation et retour des campeurs

- Concernant l'intention de revenir, parmi les nouveaux campeurs, 65 % expriment une réponse positive claire (Oui). Seule une minorité reste indécise ou moins certaine. Cela démontre un bon potentiel de fidélisation, tout en laissant place à des actions de suivi pour convaincre les hésitants.

En résumé, les résultats mettent en évidence une très forte satisfaction générale, particulièrement en ce qui concerne l'animation, la sécurité et l'encadrement. Les points à surveiller demeurent la nourriture (afin d'augmenter la proportion de « très satisfaits ») et la sensibilisation auprès des familles concernant la valeur du séjour. L'intention de retour des campeurs est très encourageante et constitue un levier pour la croissance future.

Pistes de réflexion pour les inscriptions

- Forte demande pour les séjours de *mini-ferme* : envisager d'en augmenter la fréquence.
- Possibilité d'ajouter une semaine supplémentaire directement après la fin des classes afin de générer plus de revenus (sous réserve de disponibilité en personnel).
- Nombreuses inscriptions de dernière minute pour les *Accros* : l'annulation d'un séjour sur deux semble avoir été une erreur à corriger.
- Plusieurs adolescent·e·s inscrit·e·s aux *Accros* ont exprimé le souhait de devenir aide-moniteur·rice·s : reconsidérer le programme PAM et relancer les parents à ce sujet.
- Évaluer la mise en place d'un camp de jour local lors de la dernière semaine de l'été, avec une équipe de personnel distincte.

4.2. Groupes autonomes

Suite au succès de l'an dernier pour les groupes autonomes, nous avons continué d'offrir ce service. Il s'agit d'une entrée d'argent intéressante et relativement peu énergisante. L'objectif financier de 2024-2025 était de **26 000\$**, mais nous avons atteint un revenu **16 765\$**.

Côtés négatifs de la location autonomes :

Demande du temps de coordination

Plusieurs bris dans le bâtiment, ce qui entraîne des frustrations

Besoin important en frais de ménage (4 638\$ soit 27% des revenus de groupes autonomes)
Gestion du stationnement difficile

Piste de réflexions pour la location autonome:

- Utiliser uniquement les plates-formes de réservation en ligne pour simplifier la procédure de réservation (perte possible de clients...)
- Louer également la cabane dans la forêt pour plus de revenus
- Acheter plus de bacs de poubelles, car souvent une problématique
- Mettre à jour le guide de location (disponible sur le Canva de la ferme)
- Vérification des bris après chaque groupe et récupération des dépôt le cas échéant.

4.3. Classe-nature

Les classes-nature représentent un volet de plus en plus difficile à maintenir en raison des coupes budgétaires dans le milieu scolaire. Notre adhésion à la liste des organismes admissibles à la subvention pour les écoles n'a pas été renouvelée. Toutefois, la principale contrainte demeure la disponibilité du personnel qualifié pour animer ces activités, une tâche à la fois complexe et exigeante.

En 2024-2025, nous avons accueilli :

- 8 classes à l'automne ;
- 9 classes au printemps ;
- 2 groupes scolaires avec couché.

Par souci de préserver l'équilibre de l'équipe, nous avons choisi de ne pas offrir de camp de jour durant l'été, afin d'éviter une surcharge.

L'objectif financier fixé à **20 000 \$** pour les classes-nature n'a pas été atteint. Les revenus générés s'élèvent à 12 628 \$ sans hébergement et 3018 \$ avec hébergement pour un total de **15 646 \$**, en raison notamment de l'annulation de deux réservations faute de main-d'œuvre disponible.

4.4. Weekend familial

L'objectif cette année était d'ajouter des weekends familiaux pendant l'été. L'objectif financier avait été fixé à **24 000\$**. Malheureusement, nous n'avons réalisé aucune de ses activités, donc un revenu total de **0\$**. La personne engagée pour prendre en charge cette nouvelle activité n'a pas été en mesure de réaliser le mandat. Idée à revoir pour 2026.

5. Promotion et développement

5.1. Actions de communications

Pour le volet marketing, comme l'an dernier, nous avons mis beaucoup d'énergie sur les réseaux sociaux et site web pour maintenir les gens informés de nos nouveautés.

Côté plus technique, nous avons changé notre plate-forme d'inscription passant de Qidigo à Amilia afin de faciliter le processus d'inscriptions, d'avoir différents outils de gestion et de nous aider au quotidien pour le suivi des inscriptions.

Pour élargir nos réseaux et nos compétences, nous avons participé à différentes formations et ou événements (Webinaire avec La ruche, formation ACQ, Concevoir une gouvernance qui a du sens, Rencontre et discussion avec DG de la CDC de Lotbinière, Voyage agrotouristique de Lotbinière, Introduction à la recherche de financement, TCDC, Innovation touristique, Formation IA, Congrès ACQ, rencontre avec la municipalité, etc.).

Nous avons tenu différents kiosques pendant l'année:

- Matinée enviro – 2 novembre 2024
- Marché de Noël Artabaska-Érable - 30 novembre 2024
- La Semaine de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Consommation – 16 au 19 janvier 2025
- Fête des semences de l'Université Laval – 1er et 2 mars 2025
- Salon de la garde scolaire – Avril 2025

Comme chaque année, nous avons tenu une journée porte-ouverte (ci-après « JPO ») le 25 mai dernier. La veille de l'évènement, ce sont quatorze bénévoles qui sont venus aider à la préparation des lieux et 30 bénévoles (bénévoles, membre du CA et équipe) qui ont été présents pour la JPO. La journée a été un succès, mais nous ne détenons pas le décompte de participants à la journée.

5.2. Collaboration avec d'autres organisations

En 2024-2025, aucun nouveau partenariat formel n'a été créé, mais l'équipe a misé sur la consolidation et la mise à profit des relations déjà existantes.

- Nous avons tenté de poursuivre notre collaboration avec Agrécoles pour l'organisation de séjours à la ferme. Cependant, la communication s'est révélée difficile en raison de délais de réponse très longs (plus d'un mois entre chaque échange) et d'un roulement fréquent de personnes responsables. Malgré ces défis, la Ferme pédagogique Marichel est devenue

partenaire officiel sur leur site web, permettant ainsi aux membres d'Agrécoles de bénéficier d'un rabais lors de l'inscription à nos camps. L'entente prévoyait également une visibilité sur leur plateforme, mais aucun retour n'a été obtenu quant à la promotion réalisée. Ce partenariat demeure donc à réévaluer pour la prochaine année.

- Membre de la Corporation de développement communautaire (CDC) de Lotbinière, la Ferme a davantage tiré profit des services offerts cette année, notamment pour la recherche de subventions et la participation à des formations et échanges thématiques.
- Le partenariat avec le Centre de pédiatrie sociale de Lévis s'est poursuivi, permettant à des familles défavorisées de bénéficier de séjours gratuits à la ferme.
- Un nouveau partenariat avec le CIUSSS de la Capitale-Nationale (CIUSSCN) a été mis en place pour financer partiellement les frais de camp de vacances de cinq enfants (500 \$ par participant-e).
- La Ferme a également mis de l'avant son adhésion à Terroirs et Saveurs du Québec, afin de mieux promouvoir ses activités touristiques et éducatives sur le territoire.
- Enfin, des discussions ont été amorcées avec le Regroupement des jeunes de Lotbinière pour une éventuelle collaboration autour d'activités éducatives. Bien que le projet n'ait pas abouti cette année, une formule déjà prête et structurée pourrait faciliter la concrétisation d'un partenariat futur.

Dans l'ensemble, plusieurs rencontres, échanges et événements ont permis de maintenir une présence active dans le milieu et de renforcer les liens avec les partenaires régionaux.

6. Financement

6.1. Saine gestion des finances et atteindre les cibles financières

Les démarches ont été faites au niveau des déclarations d'organisme de bienfaisance et OBNL au fédéral et provincial.

Vous trouverez en annexe les états de résultats de 2024-2025. Vous pourrez y voir un déficit important. La provient de plusieurs facteurs, mais la raison principale provient des objectifs non atteints du côté des séjours familiaux, du revenu classe-nature et du revenu camps, malgré l'atteinte du nombre de campeurs présents. Également, les subventions salariales prévues ne reflètent pas les résultats obtenus. Du côté des dépenses, les salaires représentent un gros poste

de dépenses, mais étaient inférieurs à ce qui avait été budgété. Le coût de l'épicerie a été élevé (alors que les produits de la ferme sont disponibles). Un suivi plus serré sera nécessaire pour la prochaine année en particulier pour les dépenses d'épicerie, les honoraires externes (formations pré-camp, comptable, remplacement, etc.) et les salaires.

6.2. Objectifs financiers 2025-2026

Pour la prochaine année financière, le plus grand défi sera associé au coût et à la disponibilité de la main d'œuvre qui sont de plus en plus difficiles à gérer. Cependant, les objectifs financiers reflètent un désir de consolider les acquis plutôt que de faire du développement.

Camps de vacances:

- Offrir un total de 7 semaines de camps.
- Atteindre un taux d'occupation de 90% pour un total de 215 inscriptions, pour un total de 173 077\$ en incluant les rabais.

Classes-nature:

- Offrir un total de 10 classes nature d'une journée au printemps (13 500\$) – journées déjà réservées
- Offrir un total de 2 classes nature de type séjour avec hébergement au printemps (4 352\$)
- En raison du recrutement de la main d'œuvre difficile durant l'automne, aucune classe nature n'a eu lieu à cette période

Location autonome:

- Offrir un total de 65 groupes en hébergement autonome via la plateforme Airbnb.
- Ce nombre de réservations permettrait d'atteindre un revenu de 39 000\$

Weekend familial:

- Aucun séjour ou journée familiale n'est prévue pour le moment. La porte reste toutefois ouverte aux opportunités si elles se présentent.

6.3. Recherche de sources de financement pour la réalisation de projets spécifiques

En 2024-2025, plus de temps a été accordée à la recherche de subvention. Certaines ont toutefois été refusées.

- Emploi été Canada pour payer nos animateurs. Nous avons fait la demande pour 4 différents postes. Seulement 2 ont été approuvés, pour un montant de subvention de 10

507\$ (pour le poste de responsable des loisirs ainsi que chef de camp).

- Agriculture Canada pour le poste de stagiaire agricole. Nous avons été acceptées pour un maximum de 10800\$.
- Desjardins pour nous aider avec la mission – 20 000\$
- Desjardins pour événement 30 ans – 3000\$
- Québec Philantropes pour payer des camps à des enfants – 10 000\$
- Avenir Saint-Agathe: 2000\$
- Pompe Garand: 2000\$
- Union des producteurs agricoles: 1000\$ (2025-2026)
- Fondation Québec Philanthrope: 730\$
- Transformation numérique: 7 920\$ - les consultants souhaitent une rencontre avec la FPM, à prévoir après l'AGA.

7. Infrastructures et équipements

Plusieurs travaux mineurs ont été réalisés au cours de l'année 2024-2025 afin d'améliorer les espaces utilisés par les équipes et les campeur·euse·s, ainsi que de répondre aux besoins d'entretien général du site.

Travaux réalisés

- Salle réservée aux moniteur·rice·s (« chaos ») : ajout de nouveaux rangements pour une meilleure organisation.
- Salle de bain handicapés : grand ménage, fermeture du mur, ajout d'étagères et réaménagement pour en faire un espace de rangement tout en maintenant l'accessibilité.
- Salles de bain : installation de tablettes pour le rangement des produits d'hygiène féminine et du papier hygiénique, apportant une touche plus soignée et fonctionnelle.
- Étage : remplacement du lavabo par François.
- Salle de lavage : installation d'une nouvelle sècheuse et remplacement du tuyau d'évacuation.
- Extérieur : ajout d'un nouveau poulailler conforme aux normes sanitaires et répondant à la demande d'avoir davantage d'animaux; rénovation de l'ancien poulailler afin d'y aménager un espace de rangement pour la moulée.
- Cuisine : installation d'un lave-vaisselle avec ajustements électriques et de plomberie. Le projet a été temporairement suspendu en raison d'une fuite à corriger.
- Site Temps-Temps : ajout d'isolant dans la cabane en bois rond, déplacement de la toilette extérieure et constat de travaux à prévoir sur le toit du four à pain.

Dommmages et réparations

Certains bris ont été causés par des groupes autonomes :

- Trous dans le plafond
- Fenêtre de la terrasse brisée (remplacée, il y a toujours un trou dans la moustiquaire)
- Contremarche endommagée (réparée, mais à revoir)
- Carreau de fenêtre dans la cuisine (non réparé à ce jour)
- Fenêtre dans le chaos (non réparé à ce jour)

Travaux à prévoir pour 2025-2026

- Bris des groupes autonomes à réparer
- Refaire l’affiche de la ferme au bord de la route
- Réparer ou stabiliser le toit du four à pain
- Stabiliser ou changer les clôtures de la mini-ferme
- Repeindre les lits des dortoirs (plusieurs inscriptions laissées par les jeunes)
- Remplacer la toile du tipi
- Repeindre le corridor de l’escalier principal

8. Planification stratégique 2023-2026

La planification stratégique 2023-2026 a été adoptée en janvier 2023 par le conseil d’administration. Plusieurs objectifs de la planification ont été avancés ou complétés :

- Relance des activités (fait)
- Actualisation des infrastructures (fait)
- Modernisation du site Web (fait)

9. Plan d’actions

Afin de répondre à nos objectifs pour 2025-2026, un plan d’actions a été mis en place. Étant un outil de travail qui sera bonifié au cours de l’année, vous trouverez en annexe une première version du plan. Il faudra garder en tête que l’année 2025-2026 est prévue comme étant une année de consolidation plutôt qu’une année de développement. Le plan d’action et le budget reflètent ce désir de modestie dans les ambitions de la FPM.

10. Mot de la fin

Ce rapport témoigne d'une année marquée par l'accomplissement de notre mission, par l'accueil de 228 campeurs émerveillés, mais aussi par des défis financiers et des difficultés à maintenir une équipe permanente.

L'automne n'est pas qu'une saison de récoltes, c'est aussi le temps des décisions courageuses. Les mois à venir exigeront de nous une réponse claire : avons-nous la volonté collective et les ressources nécessaires pour poursuivre cette mission qui nous tient à cœur ?

Nous vous invitons à réfléchir avec nous à l'avenir de Marichel. Ensemble, nous devons décider de la prochaine saison.

Merci à vous de faire partie de cette grande famille,

De tout cœur,

Le conseil d'administration 2024-2025,



Catherine Avard



François Gendreau-Martineau



Laura Thériault



Magali Villeneuve

Annexe 1. Bilan et États de résultats 2024-2025

Ferme pédagogique Marichel

BILAN		
Au 31 août		
	2025	2024
ACTIF		
ACTIF À COURT TERME		
Encaisse	8 608 \$	35 196 \$
Créances et subventions à recevoir	15 008	24 702
Frais payés d'avance	2 139	1 650
	25 755	61 548
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (note 3)	6 516	1 735
	32 271 \$	63 283 \$
PASSIF		
PASSIF À COURT TERME		
Emprunt bancaire	17 \$	17 \$
Dettes de fonctionnement	39 529	32 178
Produits reportés	-	862
	39 546	33 057
ACTIF NET (NÉGATIF)		
Investi en immobilisations corporelles	6 516	1 735
Non affecté	(13 791)	28 491
	(7 275)	30 226
	32 271 \$	63 283 \$

	2022	2024	2025	budget 2024-2025 AGA
REVENUS				
Admissions - Inscriptions	149135,29	147990	198131	242700
Subventions salariales	23439,49	7651	22585	10000
Subventions autres (ex: stagiaires étudiants)	9747	77712	33550	37920
Ventes	508,8	2202	1868	4000
Dons	13799,2	2950	7778	5830
Ristourne	401,99			0
intérêts du fonds Marichel				0
Cotisations Membres	540	380	320	400
Remboursement taxes				2900
TOTAL REVENUS	197571,77	238885	264232	303750
DÉPENSES				
Salaires + charges sociales	83300	134928	171970	184443
Salaire à forfait		3931	8094	0
Honoraires	4308,85	9887	16332	4000
CNESST	2316,59			2500
Déplacements	278,26	1737	3846	2000
ADM autres	3213			8000
Affiliation - Parution (publicité)	2675,7	4722	8301	3500
Papeterie et frais de bureau	59,64	1769	1219	1500
Formation	1567,87	5861	2402	3000
Achat d'act. & services	15289	4733	10819	14000
Comm : tél. et Internet	1014,24	1503	785	500
Assurances	2427,58	2579	3178	2829
Location	19336,8	28089	24703	24615
Entretien & réparations	1713,98	76081	15707	3000
Fournitures et équipements	99,87	7567	5241	3000
Épicerie	8662,83	18125	18891	15000
Eau	1662			9500
Gaz cuisine	323,15	516	652	592
Intérêts et frais bancaires	6	4349	1540	135
Fonds Marichel	-65			0
Pénalités & Intérêts Gouvernementaux				0
Amortissement		244	677	0
frais informatique			7376	0
Imprévus	2198,41			5000
TOTAL DÉPENSES	150388,77	306621	301733	287114
DIFFÉRENCES	47183	-67736	-37501	16636

Annexe 2. Budget 2025-2026

	Général	Promo	Gr scol Jour	Gr scol Héb	Familles	Gr auto	Camp régulier	Levée fonds	Prévisions 25-26	Résultats 24-25
REVENUS										
Admissions - Inscriptions			13500	4352		39000	173076,84		229929	198131
Subventions salariales							20000		20000	22585
Subventions autres										33550
Ventes	2000								2000	1868
Dons	2000								2000	7778
Ristourne										
intérêts du fonds Marichel										
Cotisations Membres	500								500	320
Subvention développement										
Autres revenus										
TOTAL REVENUS	4500		13500	4352		39000	193077		254429	264232
DÉPENSES										
Salaires + remises	59300		4620	1400	1500	4875	71447		143142	171970
Salaire à forfait										8094
Honoraires	5000								5000	16332
Déplacements	2000								2000	3846
Affiliation - Parution	3000								3000	8301
Formation	3000								3000	2402
Achat d'act. & services	10000								10000	10819
Location	27668					1950			29618	24703
Entretien & réparations	5000								5000	15707
Fournitures	1500								1500	5241
Équipement	1500								1500	
Poste, messagerie et impression	1200								1200	1219
Comm : tél. et Internet	1000								1000	785
Épicerie							9498		9498	18891
Achat pour revente	4000								4000	
Assurances	2500								2500	3178
Eau	1500								1500	
Gaz cuisine	600								600	652
ADM	4000								4000	
Intérêts										1540
CNESST	2500								2500	
Fonds Marichel										
Fonds Marichel FCGQ										
Pénalités & Intérêts Gouvernementaux										
frais informatique										7376
Amortissement										677
Imprévus									5000	
TOTAL DÉPENSES	135268	0	4620	1400	1500	6825	80945	0	235558	301733
différence :	-130768	0	8880	2952	-1500	32175	112132	0	18871	-37501

Planification stratégique 2023-2026



Dans un milieu agricole et fertile en valeurs humaines, la Ferme pédagogique Marichel permet la découverte de l'agriculture et du lien qui nous unit à la terre

OPTIMISER LE FONCTIONNEMENT OPÉRATIONNEL

1. Évaluer la structure de fonctionnement actuelle et planifier la relève des différentes instances
2. Explorer et approfondir les maillages partenariaux
3. Harmoniser les pratiques et les processus de travail
4. Moderniser l'image de marque, les stratégies et les outils de communication

MODERNISER L'OFFRE DE SERVICES

5. Consolider l'offre de services sur une base annuelle pour permettre la pérennité des activités
6. Assurer l'actualisation des infrastructures physiques et l'entretien des lieux
7. Mettre à jour les contenus pédagogiques



Annexe 4. Objectifs qualitatifs

	Objectifs	Moyens	Résultats ciblés
CAMPES	Avoir un taux d'occupation de 215 séjours réguliers (5 jours) pour une saison de 7 semaines.	Garder les contacts : Centres de pédiatrie sociale, Maison de famille, Agréole, etc.	Offrir l'ensemble des séjours à l'horaire.
		Ma maintenir notre visibilité diversifiée et active sur différentes plateformes et plusieurs lieux (salons, kiosques, etc) selon ce qui est possible.	
		Continuer de développer notre stratégie de communication sur les réseaux sociaux (concours facebook, publicité payante, etc).	
		Remettre l'encart Campes à chaque enfant venant en classe-nature et visite à la journée	
	Atteindre l'objectif minimal de 173 000 \$ en revenu d'admissions au camp.	Ma maintenir la stratégie d'attribution des rabais développée dans les dernières années.	
		Augmenter les tarifs pour les camps de vacances pour assurer la juste tarification par rapport à 2024-2025.	Assurer la rentabilité des services tout en maintenant notre compétitivité.
	Maintenir un taux de retour près de 50%.	Conserver les rabais existants pour anciens campeurs.	
		Carte de Noël aux anciens campeurs pour rester en contact	
		Ma maintenir les bonnes pratiques avec nos anciens et leurs parents: annoncer tôt les dates de séjours 2026, mettre à jour le guide aux parents et le formulaire d'inscription etc. en décembre 2025	
	Développer une stratégie pour maintenir notre équipe de travail.	Ma maintenir des augmentations de salaires et s'ajuster à la hausse importante du salaire minimum, mettre de l'avant notre flexibilité et notre milieu de travail hors normes.	Avoir une équipe d'animateur.trice.s expérimentée, fiable et qualifiée.
		Inclure les membres de l'équipe qui désirent revenir dans le processus de sélection et dans la planification des formations et de l'horaire d'été 2026	Avoir une équipe d'animation satisfaite et garder son implication et son intérêt.

		Préparer un précamp adéquat.	Donner les bons outils lors de nos formations. Garder un intérêt des anciens et leur permettre de s'impliquer différemment.
		Contacter spécialement les anciens aide-moniteurs pour le recrutement et les anciens campeurs d'accro-ferme.	Encourager l'appartenance de l'équipe à la ferme par un aspect humain et social.
CLASSES-NATURES	Recevoir un minimum de 10 journées de classes-nature pour un revenu minimum de 13 500\$.	Journées déjà réservées - s'assurer d'avoir suffisamment de personnel pour être en mesure de fournir le service	Maintenir une certaine occupation en classes-natures
		Continuer de développer notre stratégie de communication sur les réseaux sociaux (concours facebook, publicité payante, etc).	
	Mettre en place des classes-nature avec séjours. Objectif de recevoir 2 classes avec hébergement.		
Locations autonomes	Atteindre des revenus minimums de 39 000\$ en location autonome.	Maintenir notre visibilité sur différents sites web et dans les regroupements pertinents.	Atteindre des revenus et une occupation hors saison et éviter d'avoir des groupes non désirés.
PROGRAMMATION	Maintenir la spécificité de chacun des programmes	Mettre à jour les documents de référence mis à la disposition de l'équipe.	Assurer la qualité et la constance des services.
	S'assurer que la programmation développée soit appliquée correctement sur le terrain	Travailler sur des outils pour aider à mettre sur pied la programmation et à l'évaluer pendant et après la saison.	Mieux spécifier les attentes par rapport à chacun des programmes sans enlever la liberté de l'équipe.
		Assurer une formation complète et adaptée aux besoins de notre équipe pour la saison 2026.	Mettre en valeurs les nombreux outils développés comme références pour les animateurs sur le terrain, avoir une équipe confiante et compétente.
		Maintenir notre processus d'évaluation pour les membres de l'équipe d'animation et assurer l'accompagnement nécessaire.	Permettre l'amélioration continue de notre équipe et avoir une saine communication des besoins et attentes de chacun.
Communication	Identifier de nouvelles visibilité possibles, à faible coûts et efficaces	Optimiser l'utilisation des réseaux sociaux et autres ressources que nous avons.	

	Continuer la mise en place de partenariats avec différents acteurs	Maintenir les bonnes relations actuelles et être attentif aux collaborations possibles avec des organismes régionaux	Agrandir notre réseau et devenir une référence en éducation à l'agriculture.
FINANCEMENT	Assurer la saine gestion des finances et atteindre les cibles financières	Suivre les prévisions budgétaires et garder l'œil sur les résultats.	Maintenir la santé financière de l'organisme.
		Utilisation de Quickbooks pour faciliter le suivi de nos dépenses, revenus et factures	
	Conserver les subventions obtenues par le passé et continuer d'être à l'affut des nouvelles sources de financement possible.	Aide avec la CDC de Lotbinière pour identifier des sources de financement ainsi que l'ACQ et Tourisme Lotbinière.	
	Définir des projets pertinents pour la FPM et établir un cadre financier pour ceux-ci.	Identifier les besoins de l'organisme et évaluer la mise en œuvre de projets pour y répondre en lien avec les ressources financières nécessaires. Faire des demandes de financement si cela est requis.	Diversifier les revenus si possibles et assurer la possibilité de développer de nouveaux projets.