

Stratégie d'orientation de TNO

Le 24 septembre 2014



Agenda

- Examen de haut niveau du document
- Foire aux questions

Ce projet qui a terminé avec le soutien de:



“La valeur de notre région
se mesure aux
**histoires que l’on
raconte sur elle.**”

Sections introductives

- But du projet
- Remerciements
- Glossaire des termes
- Comment utiliser le présent document

Objectifs du programme

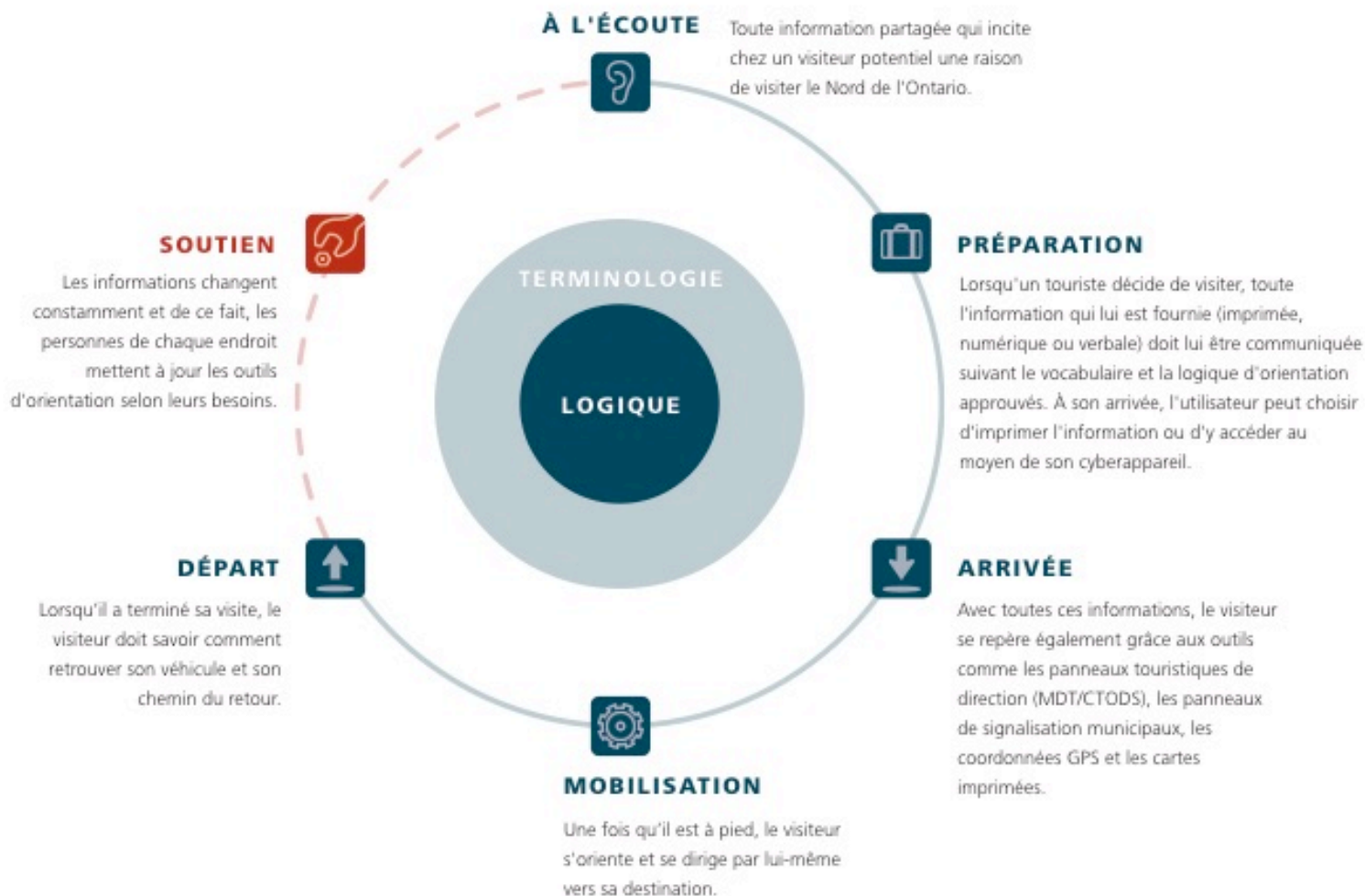
- Augmenter la durée de séjour des visiteurs
- Accroître le nombre de visiteurs et recettes générées
- Accroître la satisfaction des visiteurs
- Assurer la cohérence entre tous les médias de communication

Que signifie le mot
Orientation?

**Directions pour les gens
en mouvement**

L'orientation **ne cherche pas** à faire de la commercialisation, de la promotion et de la publicité touristique

Comment les gens
se repèrent-ils?



Quels **outils** utilisent-ils?



Web
Mobile



Médias
imprimés



Panneaux



Communication
verbale
(formation)

Lorsque le Nord de l'Ontario investit dans ce qui suit:	... les exploitants d'entreprises touristiques ont accès à ce qui suit:	... et l'expérience des visiteurs est enrichie par le biais de ce qui suit:
Normes: Terminologie uniforme Logique simplifiée Cartographie: normes graphiques, applicables à tous les médias de communication de l'information	Terminologie appropriée Logique facile d'utilisation Fichiers de cartes électroniques, disponibles pour modifications au besoin	Information de meilleure qualité et plus simple et cohérente
 Outils numériques: Sites web gérés ou approuvés par les OTR: - Sur mobile - Moteur de réservation - Outil de planification d'itinéraire - Listes gratuites et enrichies	Hiérarchie correcte d'information: - Disponible sur de nombreuses plateformes - Fonctionnalité intégrée - Avantages liés à l'emballage de produits - Choix du niveau d'investissement	Accès à l'information sur n'importe quel appareil informatique Fonctionnalité constante Connaissance des outils, économies de coûts Informations complètes
 Matériel imprimé: Listes gratuites et enrichies Formes de publicité/Code QR Kiosque de Centre d'information touristique Plan de distribution du matériel	Choix du niveau d'investissement Investissement publicitaire individuel Ressources moins nombreuses mais plus efficaces pour les visiteurs Artides en stock/commandés approuvés par l'OTR	Informations complètes Visiteurs mieux renseignés sur les possibilités et l'information offertes Informations plus à jour et pertinentes
 Signalisation directionnelle: Dialogue avec le MDT, CTODS Normes municipales en matière de signalisation Conseils sur la planification, la conception Tarification, directives de mise en œuvre Partage des exemples de réussites	Comprendre les réglementations "Trousse d'outils" de signalisation Comprendre, planifier, concevoir un programme Lever des fonds, mettre en œuvre Conseils des pairs	Informations cohérentes sur les routes Informations complètes au sein des municipalités Les visiteurs se perdent moins
 Programmes de formation du personnel: Centre de diffusion d'information au point de vente Programmes pour le personnel des Centres d'information touristique Soutien aux stagiaires d'été	Information simplifiée Ressources éducatives Accès aux assistants saisonniers	Meilleure information, facilement accessible Expérience uniforme au Centre d'information touristique Directives conviviales par du personnel qualifié

Exemple d'énoncé

Lorsque le Nord de l'Ontario investit dans
*les normes municipales en matière de
signalisation*

les exploitants d'entreprises touristiques ont
accès à

une "trousse d'outils" de signalisation
et l'expérience des visiteurs est enrichie
*par toute l'information disponible au sein
des municipalités.*

À **qui** nous
adressons-nous?

Visiteurs du Nord de l'Ontario

- Qui sont-ils?
- Pourquoi viennent-ils?
- Où vont-ils?
- Quelles difficultés rencontrent-ils?

*Un résumé des occasions touristiques
pour l'OTR, juillet 2014*

Problèmes des visiteurs

- Exigence du passeport, restrictions à la frontière
- Difficulté à prévoir les distances
- Les conditions météorologiques entravent la visibilité de l'information
- Vieillesse des systèmes municipaux d'orientation
- Énorme masse d'information sous forme imprimée et en ligne

Problèmes des visiteurs

- Manque de clarté chez les exploitants d'entreprises touristiques en ce qui concerne les divisions de l'OTR 13
- Absence de coordination entre les OTR et les exploitants en ce qui concerne l'information du système d'orientation.

Que
doivent-ils savoir?

Hiérarchie de l'information du système d'orientation

1. Région touristique: OTR 13
2. Sous-région touristique: OTR 13c
3. Association touristique: Sunset Country
4. Municipalité/zone rurale: Thunder Bay
5. Attraction: Centennial Park

Association touristique

Créée pour promouvoir les "paysages distinctifs"

Bien que constituant des divisions physiques de l'espace, les limites sont difficiles à définir par les voyageurs.

Utiliser les niveaux 1, 2, 4 et 5 comme points d'ancrage de l'information primaire du système d'orientation.

Observations et **recommandations**

Culture de l'OTR 13

Observation

La hiérarchie existe
depuis relativement peu de temps

Recommandation

Achever la transition vers une juste hiérarchie
de l'information, en utilisant la stratégie
donnée pour bâtir des outils de sensibilisation
et d'éducation.

Centres d'information touristique

Observations







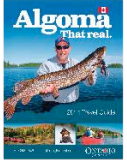

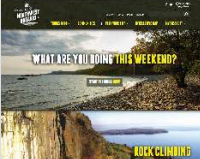
1. 122 centres actifs dans la région OTR 13
2. Grandes disparités dans la taille, les ressources, la capacité
3. Ne change pas les attentes des visiteurs
4. **Le média de communication le plus important est un visage amical derrière le comptoir du Centre d'information touristique.**

Centres d'information touristique

Recommandations

1. **Rouvrir et soutenir les Centres d'information touristique de l'Ontario (OTIC) fermés aux frontières**
2. Si possible, soutenir les Centres qui offrent aux étudiants un emploi d'été
3. Bâtir des outils de formation, augmenter les ressources pour tous
 1. Distribution du matériel
 2. Présentoir de "Point de vente"
 3. Carte murale de la région OTR 13
 4. Guichet d'information libre-service au besoin

Utiliser un **nombre inférieur d'outils et de meilleure qualité** pour communiquer les informations d'orientation aux visiteurs

Niveau	Médias imprimés	Web	Mobile
Province	<p>Guide "Best of Ontario"</p> 	<p>ontariotravel.net</p> 	<p>Application mobile "Découvrez l'Ontario"</p> 
OTR 13	N'existe pas	<p>northernontario.travel</p> 	N'existe pas
OTR 13A	<p>Guides "légendaires" (3 au total)</p> 	<p>northeasternontario.com</p> 	N'existe pas
OTR 13B	<p>Guide touristique Algoma 2014</p> 	<p>algomacountry.com</p> 	N'existe pas
OTR 13C	N'existe pas	<p>visitnorthwestontario.com</p> 	N'existe pas

Passage à la frontière

Observations

1. Les informations critiques sont disponibles sur tous les médias; dispersées et inconsistantes
2. Les visiteurs n'ont parfois outre connaissance des exigences avant leur arrivée
3. Les publications régulièrement actualisées ne sont plus disponibles aux passages à la frontière

Passage à la frontière

Recommandations

1. Sélectionner un bref récapitulatif des formalités frontalières pour faciliter le passage à la frontière des citoyens canadiens et américains.
2. L'afficher de façon visible et systématique dans le matériel imprimé et dans les centres d'information touristique au Canada et aux États-Unis
3. Toujours inclure un lien internet vers les ressources en ligne
 1. <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/>
 2. www.dhs.gov



Canada Border Services Agency



Canada

Search

Travellers

Import and Export

Securing the Border

Publications

Current wait times at the border

Go



CHECK BORDER WAIT TIMES

- Check border wait times
- Apply for a NEXUS card
- View personal exemption limits
- Find out about identification requirements
- Bring goods across the border
- Import and export commercial goods
- Import goods for personal use

What's New

[News Release] North Dakota man faces jail time for attempting to evade reporting in [2014-09-18 11:00]

[News Release] Minister Blaney signals discussion with Israel on customs Mutual Recognition Arrangement [2014-09-17 11:00]

[News Release] Cornwall restaurateur and illegal worker convicted of immigration violations [2014-09-16 14:30]

Agency Priorities



Navigation controls: back, forward, pause

Signalisation directionnelle

Observations

1. Les panneaux de signalisation constituent la forme d'orientation la plus visible et la plus étendue
2. Constituent l'aspect le plus frustrant en raison des restrictions bureaucratiques et réglementaires
3. Hiérarchie de la signalisation Ministry of Transportation (MTO)
 1. Ministère des transports (MDT)
 2. CTODS (Panneaux de signalisation touristique canadienne)
 3. Municipalités
 4. Sentiers

Normes du MDT

Observation

Les voies de contournement font dévier les visiteurs potentiels des centres-villes

Recommandation

Demander au MDT de modifier le langage



MTO + OBIAA



Observation

Crée un indicateur de marque constant pour un quartier d'affaires/commercial du centre-ville

Recommandations

1. Travailler avec le MDT pour ajouter des icônes aux panneaux routiers
2. Sensibilisation par la promotion dans tous les média de communication

CTODS

Observations

1. Considéré par les intervenants comme un programme conçu pour le Sud de l'Ontario
2. L'enquête de recherche a révélé 3 enjeux principaux:
 1. Devenir une destination qualifiée
 2. Investissement en termes de coûts/temps pour les exploitants
 3. Long délais d'installation/remplacement
3. Moins de personnel dans le Nord; compréhension limitée des détails du programme

CTODS

Recommandations

1. Pleine participation de TNO et des sous-régions à l'élaboration de nouvelles lignes directrices
2. Défendre les besoins du Nord de l'Ontario
 1. Réduire les restrictions de participation
 2. **Inclure les éléments naturels**
 3. Tenir compte des exploitants saisonniers
 4. Ajouter des panneaux de signalisation personnalisables dans la communauté
 5. Ajouter un panneau de signalisation OBIAA
3. Fournir aux exploitants une mise à jour des progrès à l'aide d'outils numériques



Tourism

- ▶ Investing in tourism
- ▶ Resource-based tourism
- ▶ **Tourism-Oriented Directional Signing**
- ▶ Tourism regions
- ▶ Tourism research
- ▶ Business Tools, Strategies, Reports and Resources for the Tourism Industry

Explore Government

Contact Us

TOURISM-ORIENTED DIRECTIONAL SIGNING

This ministry is responsible for the delivery and maintenance of well-placed and well-designed signs on Ontario's roadways: we supervise the Tourism-Oriented Directional Signing (TODS) program with the Ministry of Transportation; the Ministry of Transportation also supervises the Logo program. Both of these initiatives are province-wide roadway directional signage programs for tourism-oriented and other businesses that provide tourism activities or essential services to motorists.

These signs make it easier for tourists to find local attractions, operations and services. They help travellers feel welcome, safe and comfortable.

Canadian TODS Limited — a private, third-party company, operates, manages, maintains and finances this program on behalf of the ministry to:

- Increase awareness of Ontario's tourism attractions, operations and services located off provincial highways
- Enhance traffic control through "advanced warning of turns" signs
- Promote and strengthen tourism province-wide.

Canadian TODS Limited works with specific businesses interested in placing a sign on the highway to direct motorists to their attraction or service.

Logo program

This program places signs on Ontario's 400-series highways to help motorists find essential services like food, fuel and accommodations (with over 15 units). Canadian TODS Limited installs and maintains these signs for the Ministry of Transportation.

Eligibility

Accommodation properties, tourist attractions, area profile themes and approved permanent tourist routes such as (but not limited to):

- Accommodations
- Boat cruises
- Campgrounds
- Conservation areas
- Golf courses
- Historical sites
- Museums
- Natural sites and trails
- Public beaches
- Rural downtowns
- Spas

Restrictions CTODS

Observation

Le personnel de TODS est limité quant à l'ampleur des changements qui peuvent être attendus du CTODS:

- Accord contractuel à l'échelon fédéral
- Tenue régulière de réunions pour modifier les normes

Décisions finales prévues pour le 4^{ième} trimestre de 2014

CTODS + Signalisation municipale

Observation

Les municipalités "piratent" certains aspects du CTODS

Recommandation

Établir des normes municipales qui permettent de prendre la relève là où le CTODS s'arrête.



CTODS

Observation

Les panneaux sont vides là où les commerces ont fermé, faisant ainsi mauvaise impression

Recommandation

Créer un panneau de signalisation par défaut pour des renseignements additionnels, tels que ontariotravel.net, ou une adresse internet correspondante pour le MDT ou le TNO



CTODS + Panneaux-réclames

Observation

Les panneaux-réclames sont un substitut à la participation au programme CTODS; la mise en application par le MDT est laxiste

Recommandation

Dans les futurs programmes, instituer des directives qui prévoient l'inclusion de l'information d'orientation sur les panneaux-réclames



CTODS + Circuits touristiques

Observation

Utilisés pour satisfaire au CTDOS afin d'attirer les visiteurs vers les destinations touristiques, le centre-ville et les régions rurales

Recommandations

1. Faire la promotion dans plusieurs médias pour permettre aux visiteurs de trouver les attractions touristiques
2. En dernier recours, enlever les affiches là où les circuits routiers ne sont plus pris en charge



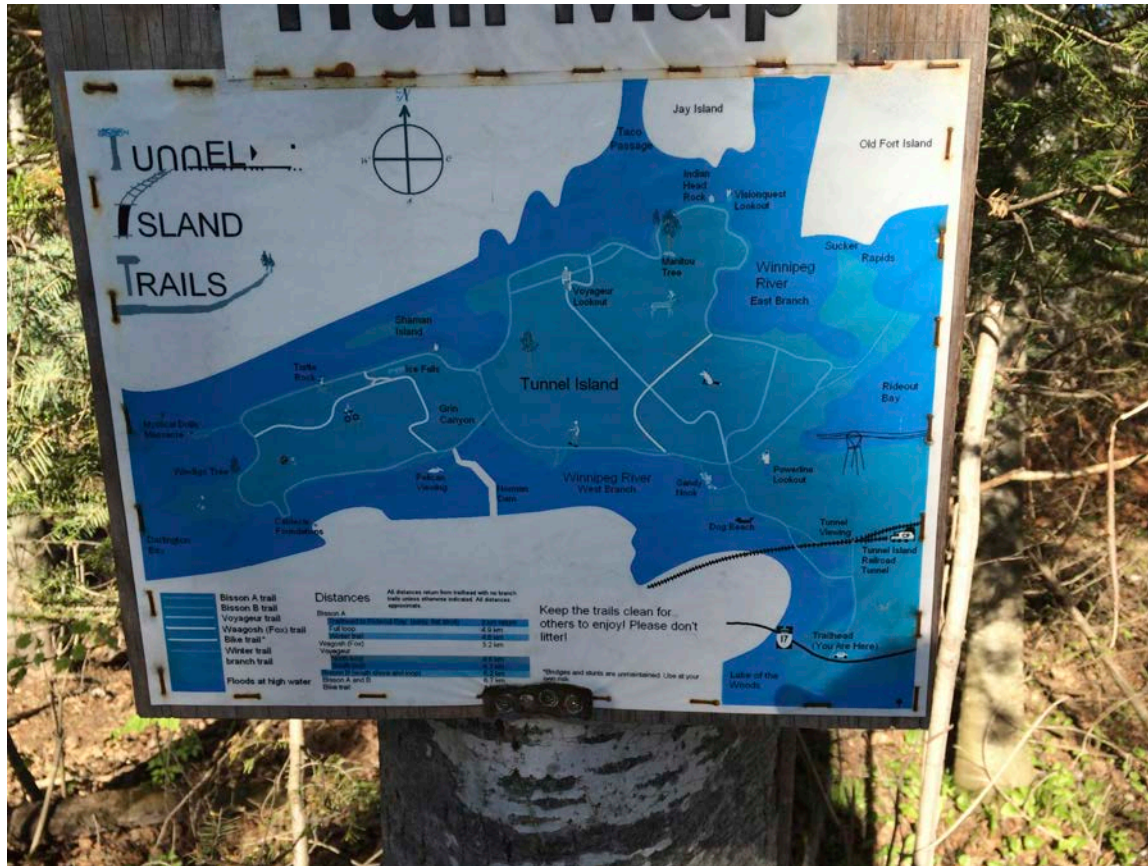
Signalisation de sentier

Observation

La façon dont les visiteurs des sentiers sont accueillis, orientés et informés varie énormément entre les municipalités

Recommandation

Élaborer et intégrer des normes de signalisation de sentier cohérentes dans le programme de signalisation directionnelle de l'OTR 13



Accès à la technologie

Observations

1. Éloignement géographique = Accès limité
2. Les visiteurs internationaux n'activent pas toujours les plans de données mobiles pour utilisation au Canada
3. Les visiteurs canadiens peuvent encourir des frais d'itinérance, passant de Rogers à Bell
4. Les applications mobiles dépendent des services de données

Accès à la technologie

Observations

5. Certains sites Internet ne sont pas optimisés pour un affichage sur les appareils mobiles
6. Plusieurs visiteurs s'en remettent à la technologie GPS pour se guider

Accès à la technologie

Recommandations

1. Établir une norme uniforme pour la communication numérique: En ligne, mobile
2. Intégrer des fonctionnalités à la "mémoire-cache" des applications mobiles
3. Optimiser les sites Internet pour un fonctionnement efficace sur de multiples plateformes
4. Envisager le développement de modules GPS pouvant faciliter des expériences spécifiques, comme les routes touristiques ou les sentiers pour motoneiges

Websites

Observations

1. Limitless information available online
2. Most of it is legitimate, some not
3. Visitors need a way to cut through clutter



FISHING ONTARIO

The NEAR NORTH and the SURROUNDING AREAS

[What's New](#)

[Fishing Lodges](#)

[The Dock](#)

[Fishing Links](#)

[Camping](#)

[Topo Maps](#)

[Fishing Regs](#)

[Drop a Line](#)

[RESOURCES EXCHANGE LINKS](#)



Websites by the [Ministry of
Natural Resources](#) of the
Government of Ontario



The Ontario Fishing Directory

Welcome to **FISHinONTARIO** a Website dedicated to inspiring enthusiasm for fishing Ontario, its abundant lakes, rivers and streams and committed to providing a one-stop source for information about fishing in Ontario.

The word "Ontario" is Iroquoian for "beautiful or shining waters" and, with approximately 250,000 lakes, it's no wonder that Ontario is the number one fishing destination in North America.

Globally, Ontario contains one quarter of all the available freshwater in the world! Ontario is also renowned for having the world's largest freshwater island (Manitoulin Island) and the world's largest lake within a lake (Manitou Lake on Manitoulin Island)!

The Great Lakes, that define much of Ontario, include Lake Superior (in Northwestern Ontario) which is the world's largest freshwater lake by surface area and there is enough water in all five of the Great Lakes to cover all of the land in Canada twelve feet deep!

The Iroquois, who so wisely named Ontario for its "shining waters" also intrinsically knew that this area was a fishing paradise. In fact, of the 180 native fish species found in Canada, 144 can be found in the "shining waters" of Ontario.

We, at **FISHinONTARIO**, recognize Ontario for the fishing paradise that it is and we invite you to visit our pages and discover for yourself why Ontario should be your premier destination if you love fishing as we do.



[Wawa Ice Fishing
Derby](#)



Temagami Stewardship
Council

[Dawson's Resort](#)



Manitoulin Island
Fishing Lake Kagawong on
Manitoulin Island in Ontario at
Dawson Resort

We have fantastic ice fishing
opportunities at West
Nipissing Resort

Sites Internet

Recommandation

Concentrer les efforts sur les sites OTR principaux

- Mise à jour régulière du contenu
- Optimisation des moteurs de recherche
- Promotion sur tous les médias
- Gestion engagée dans les budgets annuels
- **Élaboration d'un "sceau d'approbation" de marque, indiquant qu'un site Internet a satisfait aux normes sur le contenu et la fonctionnalité**



FISH & HUNT

TOURING

NATURE & OUTDOORS

CITIES & TOWNS

WHERE TO STAY

PLACES TO GO

PLAN YOUR TRIP



CREATE YOUR PACKAGE

16 Hotels match your selections

Best flex rate

GAA / AAA

Senior

Internet Specials

Lodges & Packages

FILTER BY

Accommodations:

View All

Location:

All Regions

Amenities:



VIEW HOTELS ON A MAP >>

SORT BY HOTEL NAMES Price HIGH-LOW or LOW-HIGH CAA RATING

Search Results 1 - 16 of 16

Modify Search

Arrival Date

4/11/2014

Departure Date

4/12/2014

Rooms Adults Children

1 2 0

Find a specific hotel

SEARCH NOW >>

Delta Sault Ste. Marie Waterfront

208 St. Mary's River Drive, Sault Ste. Marie, ON P6A 5V4
1-705-949-0611 Toll-Free:1-888-713-8482

Located in the heart of downtown on Sault Ste. Marie's waterfront, the Delta Sault Ste. Marie Waterfront Hotel and Conference Centre is now open. As the premier conference hotel in Sault Ste. Marie, you can be assured that we provide the b MORE..

RATES STARTING AT \$129.00

BOOK NOW >>



Applications mobiles

Observations

1. La plupart des exploitants ont déterminé que le coût et l'entretien constituent des obstacles
2. La connectivité est problématique
3. Certaines applications existantes sont de type payer-pour-jouer, réservées exclusivement aux membres d'un organisme, ce qui réduit leur efficacité pour les visiteurs

Applications mobiles

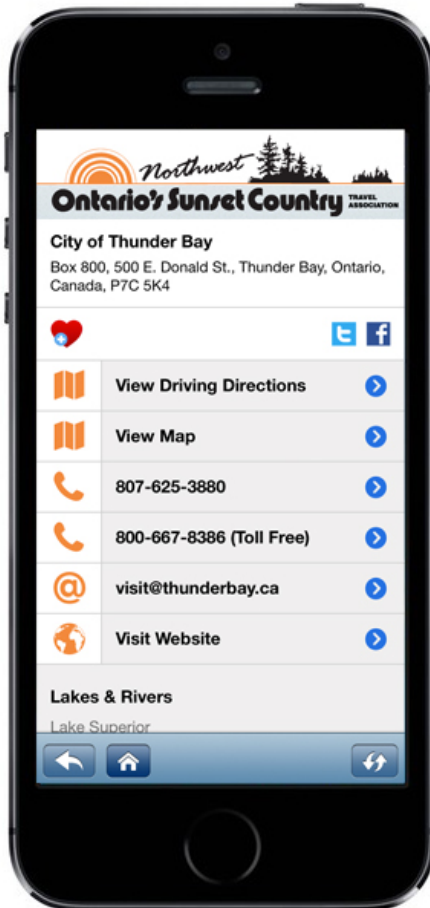
Recommandations

1. **Élaboration d'une norme mobile pour l'OTR 13**
 1. Modèle numérique universel
 2. Adaptée pour une destination donnée
 3. Inclure la liste complète des entreprises régionales
2. **Assurer le placement sur l'application mobile "Découvrez l'Ontario"**

Applications mobiles

Recommandations

3. Avant de commencer, examiner soigneusement:
 1. Les besoins du public ciblé
 2. Le budget de développement et de promotion
 3. Les implications pour les sources de financement des OMD
 4. L'entretien continu



Investissement des intervenants






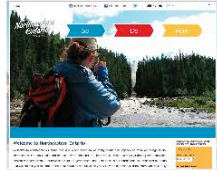


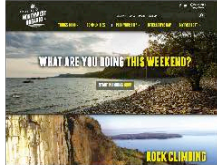
Observations

1. Pour les exploitants, il existe une multitude d'outils imprimés ou numériques qui prospectent des investissements
2. Les fonds de contribution peuvent être restreints
3. Comment obtenir le maximum d'impact?

Stakeholder Investment

Recommendations

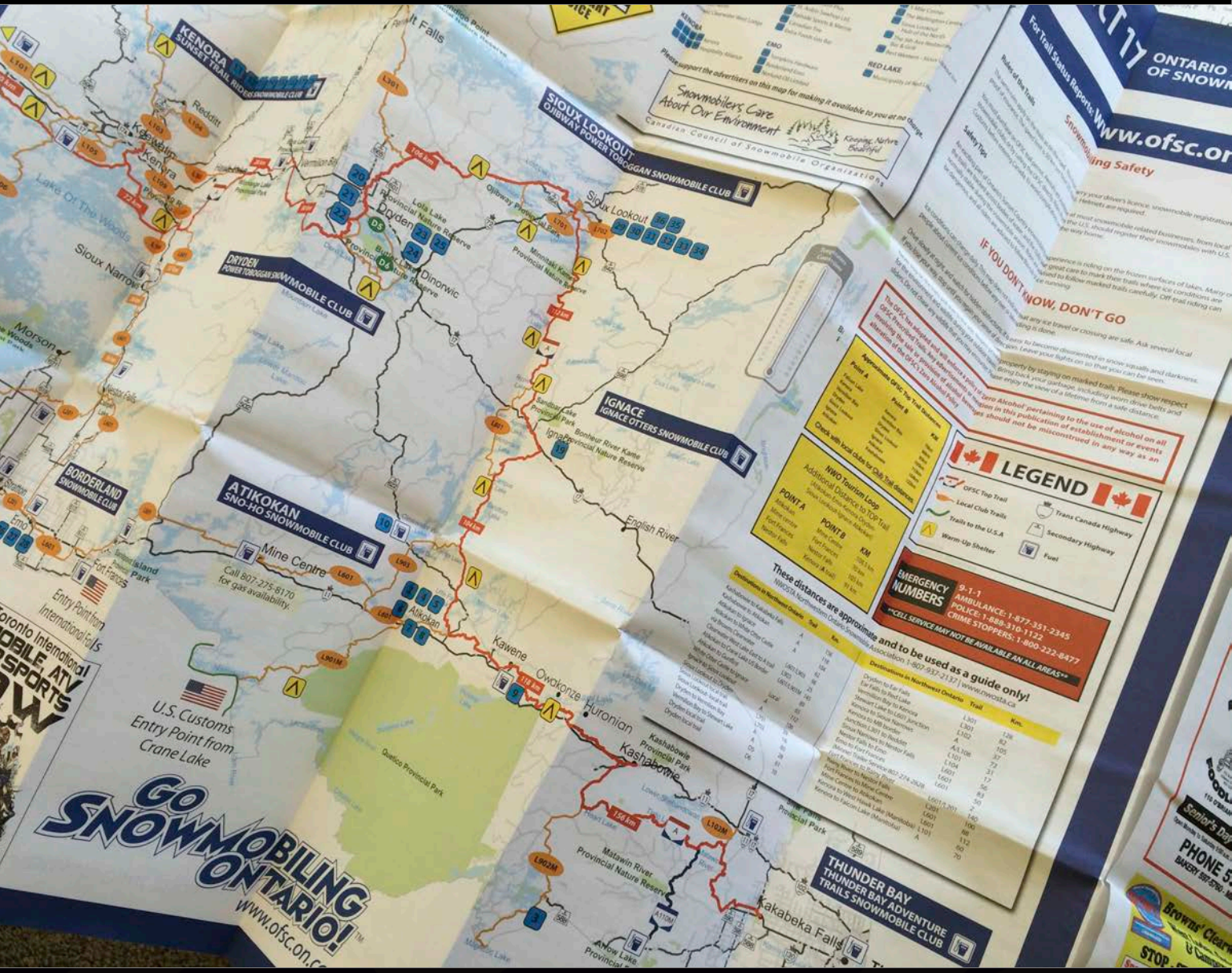
1. Bundle packages for operators to include placement in print, digital applications
2. Provide an online “broker page” for tourism operators to consider participation across channels

Niveau	Médias imprimés	Web	Mobile
Province	<p>Guide "Best of Ontario"</p> 	<p>ontariotravel.net</p> 	<p>Application mobile "Découvrez l'Ontario"</p> 
OTR 13	N'existe pas	<p>northernontario.travel</p> 	N'existe pas
OTR 13A	<p>Guides "légendaires" (3 au total)</p> 	<p>northeasternontario.com</p> 	N'existe pas
OTR 13B	<p>Guide touristique Algoma 2014</p> 	<p>algomacountry.com</p> 	N'existe pas
OTR 13C	N'existe pas	<p>visitnorthwestontario.com</p> 	N'existe pas

Matériel imprimé

Observations

1. Presque tous les visiteurs ont en main du matériel imprimé
2. Les centres d'information pour les visiteurs qui ne sont pas des centres OTIC sont plus ou moins structurés et présentent une masse énorme d'informations
3. Une grande partie des informations imprimées sont accessibles électroniquement
4. Les répertoires de type payer-pour-jouer n'avantagent pas les visiteurs



Matériel imprimé

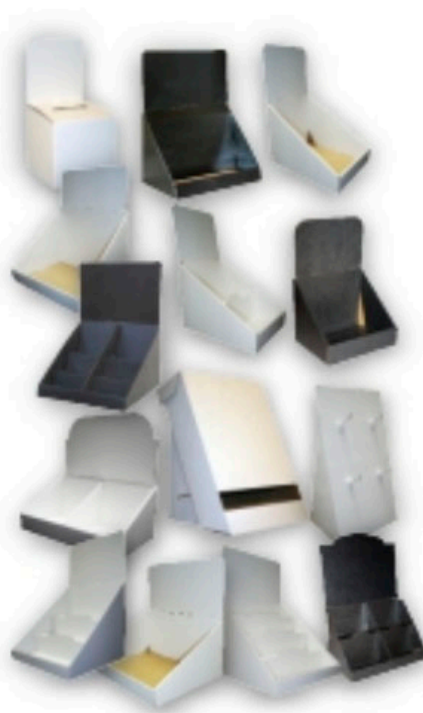
Recommandations

1. Appuyer l'élaboration de guides imprimés pour suppléer aux autres médias
2. Concevoir un présentoir TNO de "Point de vente" pour les ressources OTR 13 approuvées
3. Inclure des liens vers des fichiers PDF téléchargeables
4. La documentation de l'OTR 13 devrait inclure la liste complète des entreprises de chaque catégorie

Présentoirs de plancher



Présentoirs de comptoir



Présentoirs à impact élevé



Normes de cartographie

Observations

1. Grande variété de cartes créées pour chaque publication
2. Variété d'échelles, de niveaux de détail, de catégories d'information
3. Coûts accrus pour les exploitants
4. Incohérence pour les visiteurs

Normes de cartographie

Recommandations

1. Définir une seule norme cartographique d'orientation pour toutes les communications TNO et sous-régionales
2. S'assurer que les normes graphiques sont applicables à tous les médias: imprimé, numérique et signalétique
3. Cible pour le tourisme: pas le même niveau de détail que les cartes de rues

[UP FRONT]



8

9

City of Thunder Bay

VISITOR ATTRACTIONS

- 1 Fort William Historical Park
- 2 Mount McKay Lookout
- 3 Centennial Conservatory
- 4 NWD Sports Hall of Fame
- 5 Thunder Bay Museum
- 6 Kaministiquia River Heritage Park
- 7 Magnus Theatre
- 8 Thunder Bay Art Gallery
- 9 Thunder Bay Community Auditorium
- 10 Prince Arthur's Landing
- 11 Thunder Oak Cheese Farm
- 12 Whiteaker Golf Club
- 13 Intercity Shopping Centre
- 14 DLG Casino Thunder Bay
- 15 Thunder Bay Military Museum & Pioneer Village
- 16 Founders' Museum & Pioneer Village
- 17 Kakabeka Falls
- 18 Domet Canyon
- 19 Eagle Canyon Adventures

VISITOR ATTRACTIONS

- 20 International Friendship Gardens
- 21 Chippewa Park & Wildlife Exhibit
- 22 Vickers Park
- 23 Wilcrest Park & Sunken Gardens
- 24 Waterfall Park
- 25 Morris Park
- 26 Boulevard Lake
- 27 Centennial Park
- 28 Thunderidge Falls
- 29 Chippewa Municipal Golf Course
- 30 Municipal Golf Course
- 31 Strathcona Golf Course

ARENAS & STADIA

- 32 Canada Games Complex
- 33 Fort Arthur Stadium
- 34 Fort Arthur Arena
- 35 Current River Arena
- 36 Grandview Arena
- 37 Fort William Gardens
- 38 Delany Arena
- 39 Royal Canadian Legion Track & RV Dumping Station
- 40 Thunder Bay Tournament Centre

MEDICAL

- 41 Thunder Bay Regional Health Sciences Centre & MWD Regional Cancer Centre
- 42 Medical Walk-In Clinic
- 43 Wise Care Walk-In Medical Centre
- 44 St. Joseph's Care Group

FULL-SERVICE CONVENTION HOTELS

- A Valtalia Inn
- B Best Western Plus Nor'Wester
- C Prince Arthur Warfront Hotel & Suites
- D Travelodge-Airtane
- E Victoria Inn
- F Landmark Hotel

SUPPORTER HOTELS

- A Days Inn & Suites
- A Days Inn - North

HOSPITAL

- THUNDER BAY INTERNATIONAL AIRPORT

THUNDER BAY SEA PLANCE BASE

- T TRANSIT TERMINALS

GREYHOUND BUS

- GOLF COURSES

MARINAS/BOAT RAMPS

- DOWNHILL SKIING

CROSS COUNTRY SKIING

VISITOR INFORMATION

- SHOPPING DISTRICTS

LAUNDROMATS

- BANKS

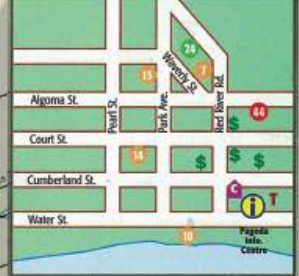
LIBRARIES

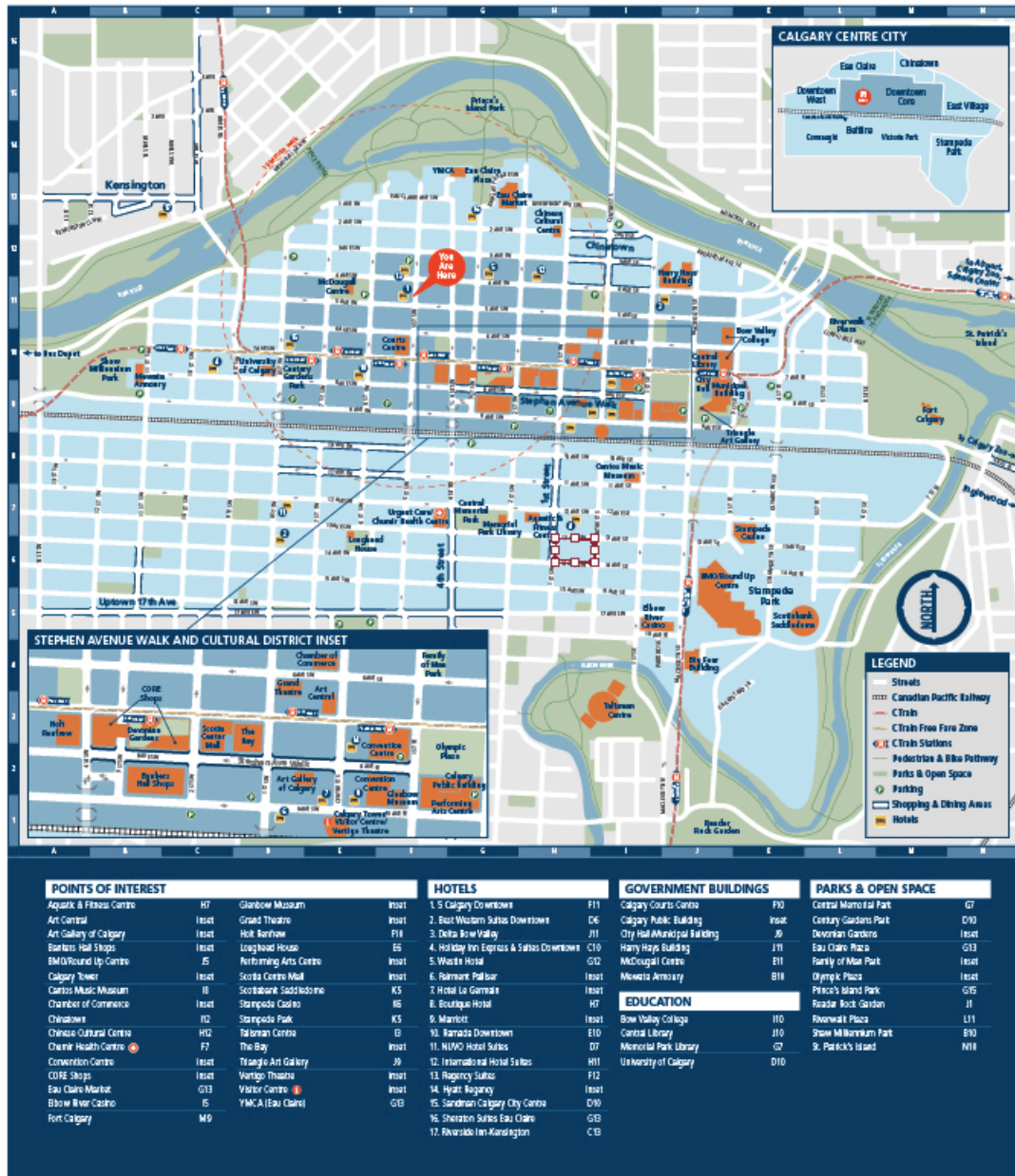
- Bayview Route
- Friendship Route
- Municipal Route
- Memorial Route

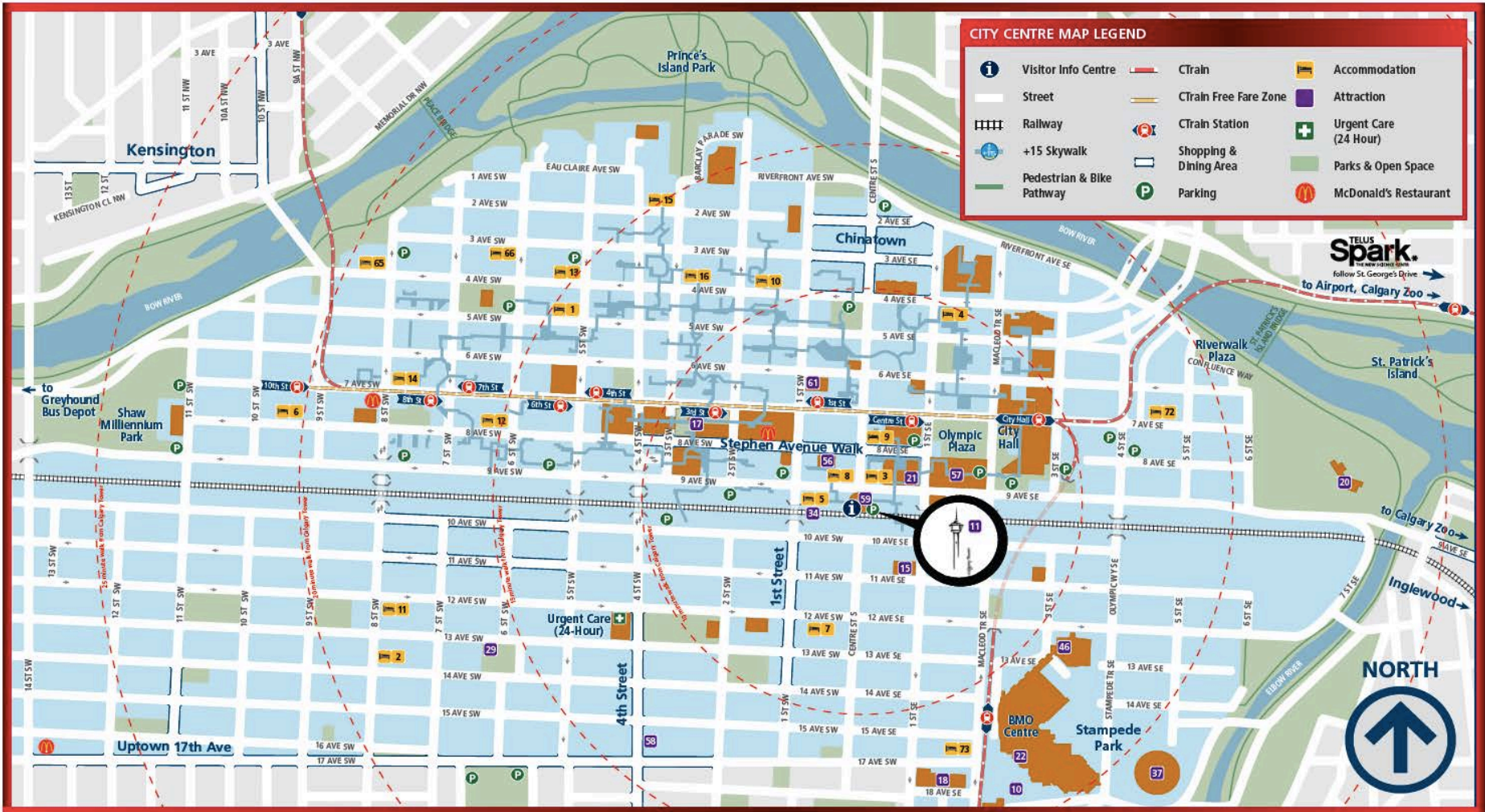
DOWNTOWN THUNDER BAY SOUTH



DOWNTOWN THUNDER BAY NORTH







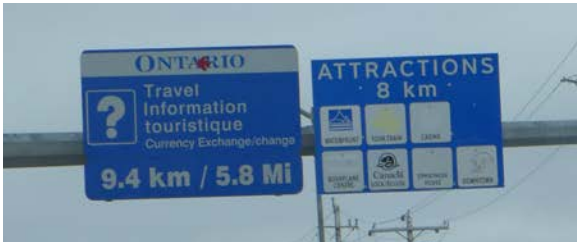
Hiérarchie

des types de panneaux
indicateurs

Hiérarchie des types de panneaux

- MDT
- CTOD
- Régionaux
- Municipaux
- Recommandations de noms de destinations

Hiérarchie des types de panneaux: MTO | CTODS


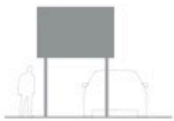
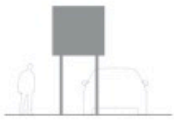

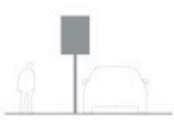
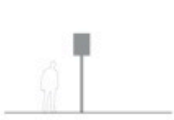




Hiérarchie des types de panneaux: Régionaux



Hiérarchie des types de panneaux: Régionaux

Panneaux de signalisation régionaux

Type de panneaux	Diagramme du type de panneaux	Coût budgétaire	Description du type de panneaux
Point d'entrée		\$5,000 – \$50,000	Placés sur une autoroute aux points d'entrée d'une région ou sous-région, les panneaux d'entrée servent de repères d'accueil régionaux et donnent le ton aux autres panneaux de signalisation par leur forme, couleur et typographie. Ces panneaux sont souvent adaptés pour refléter un aspect culturel de l'endroit.
Guide véhiculaire primaire		\$3,500 – \$5,000	Ce panneau est conçu pour les routes à grande vitesse et oriente les visiteurs vers d'autres régions, municipalités, zones naturelles et destinations régionales à but non lucratif. Il comporte un emblème ou un panneau qui identifie la région.
Rampe de sortie		\$3,000 – \$4,000	Placés sur les sorties d'autoroute, ces panneaux de signalisation donnent des directions vers les régions et municipalités, les zones naturelles, les quartiers commerciaux et les destinations régionales à but non lucratif.
Guide véhiculaire secondaire		\$3,000 – \$4,500	Ce panneau est semblable à celui du type Guide véhiculaire primaire mais il est conçu pour les routes à faible vitesse. En raison de la vitesse réduite, ce panneau peut comporter des dimensions et un texte plus petits. Il peut également inclure un élément personnalisé servant à identifier un village ou un quartier particulier.
Randonneur routier		\$2,000 – \$3,500	Utiliser ce panneau pour diriger les visiteurs vers un district ou centre-ville, ou vers une destination importante à l'extérieur de la région. Ce panneau oriente généralement le conducteur vers une seule destination; il est placé avant les principaux points de décision pour rappeler au conducteur qu'il est sur la bonne voie.
Guide touristique routier		\$1,750 – \$2,500	Un panneau Guide touristique routier agit comme un panneau Randonneur routier. Il confirme au visiteur qu'il est toujours sur le circuit touristique, ou il lui indique la voie à suivre en arrivant à un point de choix de cheminement.
Kiosque de cartes pédestres		\$3,500 – \$5,500	Placé dans les zones où circulent des piétons, tels que les points de départ de sentiers, les parcs, et les rampes de mise à l'eau, ce type de panneau utilise des couleurs, des polices et des graphiques compatibles avec le système de panneaux d'orientation régional. L'objectif de ce panneau est d'orienter le visiteur par rapport à d'autres destinations, généralement à l'aide d'une carte ou une combinaison carte et indications sur les directions.
Centres régionaux d'information		\$\$ – \$\$\$	Les panneaux identificateurs de ces bâtiments/lieux devraient toujours comporter le symbole international d'information et doivent être soit visibles des routes principales, soit fournir une signalisation vers le Centre d'information. La plupart des Centres ont déjà en place une signalisation qui les identifie.


Récits touristiques

Récits touristiques

- Trois familles, trois voyages
 - De Winnipeg à Dryden: pêche, camping
 - De Bay City au Michigan, à Hearst: Algoma Central Railway
 - De Markham au Lake Superior Circle Tour: motocyclette
- Illustre des expériences touristiques réalistes
- Démontre l'utilisation de multiples médias

Plan de mise en œuvre recommandé

Plan de mise en œuvre recommandé

Le Nord de l'Ontario investit dans ce qui suit:	Coûts relatifs	Les exploitants d'entreprises touristiques ont accès à ce qui suit:	
<p>Normes graphiques pour la cartographie touristique, utilisant comme un guide général la carte régionale de l'OTR 13 et une brochure sur les normes de conception, qui comprennent l'information recommandée pour la cartographie à tous les niveaux hiérarchiques de l'information.</p>	\$	Normes cartographiques leur permettant de créer des cartes locales à intégrer aux divers médias.	
<p>Normes relatives au "sceau d'approbation" du Nord de l'Ontario pour l'ensemble des médias. Conçu pour aider les visiteurs à identifier les communications qui fournissent les renseignements les plus utiles, les plus à jour et les plus pertinents.</p>	\$	Outils d'orientation moins nombreux et mieux ciblés	
	<p>Programmes de formation pour le personnel des Centres d'information touristiques, basés sur les meilleures pratiques appliquées dans les Centres OTIC. Inclure un présentoir de "point de vente" et offrir aux visiteurs des outils moins nombreux et mieux imprimés. Afficher également la carte standard de l'OTR 13.</p>	\$\$	Directives simples pour le partage de l'information avec les visiteurs du Centre d'information touristique
	<p>Normes et lignes directrices relatives à la conception des panneaux de signalisation qui comprendraient une gamme de types de panneaux pour toutes les parties de la hiérarchie, développées en un ensemble de plans de conception prêt-à-l'offre. Doivent être utilisées en conjonction avec les normes applicables aux panneaux, panneaux-réclames et autres outils CTODS et OBIAA.</p>	\$\$	Toute l'information sur les panneaux de signalisation approuvés, y compris les plans de conception pour chaque type de panneaux, les coûts éventuels et les lignes directrices d'application.
	<p>Documentation relative aux panneaux de signalisation et la mise en œuvre en milieu rural ou urbain. Pourrait également inclure les routes touristiques régionales. Commence par une analyse pour déterminer la circulation et les destinations, l'application des normes de signalisation, la documentation des emplacements et messages sur tous les panneaux, un plan de roulement et des services d'exécution.</p>	\$-\$\$\$	Une aide à la mise en œuvre des normes de signalisation dans une région géographique déterminée. Les coûts reposent sur l'envergure et la portée du système de signalisation directionnelle.
	<p>Guides imprimés pour l'OTR13 dans son ensemble, avec l'OTR13c comme une entité de grande taille (voir la page 13 pour plus de détails).</p>	\$-\$-\$-\$	Ressources plus complètes et exhaustives pour le partage de l'information.
	<p>Outils mobiles d'orientation, y compris les applications, les modules GPS, et les sites Internet sur mobiles.</p>	\$-\$-\$-\$	Développement d'applications mobiles au niveau régional ou municipal pour partager les coûts et encourager les partenariats.

Aide au financement et à la planification

Aide au financement et à la planification

- FedNor
- Fondation Trillium de l'Ontario (FTO)
- Société de gestion du Fonds du patrimoine du Nord de l'Ontario (SGFPNO)

Annexe A: **FFPM**

INTERNE**FORCES**

Coopération panprovinciale
 Ressources financières disponibles
 Importance accrue du tourisme, initiatives
 Recherches approfondies
 Établissement de relations
 Répertoire: Listes gratuites et enrichies
 Initiatives locales combinées au développement des produits
 Fortes identités au niveau communautaire

FAIBLESSES

Absence d'un plan d'orientation unifié
 Point de vue introspectif
 Conflit entre les publications axées sur la publicité et celles à inscriptions gratuites
 Identités fragmentées
 "Orphelins" de destinations
 Information redondante/trop abondante
 Payer-pour-jouer: information pour visiteurs incomplète
 Intervenants insuffisamment formés

POSSIBILITÉS

Sources de financement
 Restructuration du programme CTODS
 Normalisation = uniformité
 Autres normes OTR existantes
 Visites et excursions
 Fonctionnalité uniforme
 Forfaits panprovinciaux
 Contact avec les réseaux sociaux

MENACES

Tourisme en "dernier recours"
 Restrictions MDT/CTODS
 Géographie
 Interconnectivité technique
 Information non contrôlée
 Idées fausses sur ce que la signalisation est et ce qu'elle n'est pas

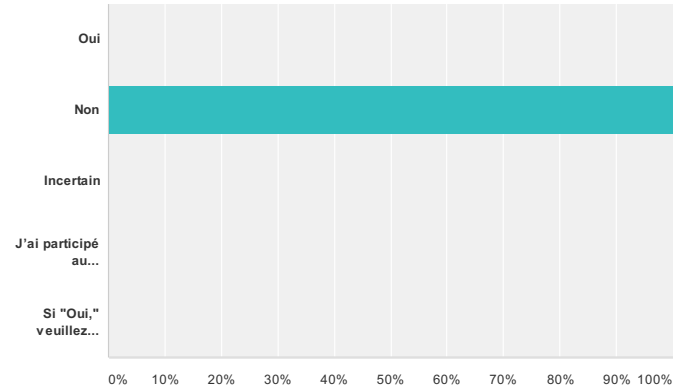
EXTERNE

Annexe B: **Résultats de l'enquête de recherche**

Sondage auprès des intervenants de TNO: Stratégie d'orientation

Q7 Des initiatives sont-elles en cours pour développer une application mobile destinée à offrir des références ou de l'information?

Answered: 1 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
Oui	0.00% 0
Non	100.00% 1
Incertain	0.00% 0
J'ai participé au développement d'une application pour un autre organisme	0.00% 0
Si "Oui," veuillez expliquer le but du projet:	0.00% 0
Total Respondents: 1	

Annexe C: **Base de données des ressources**

Signage

13A | Sudbury

CTODS



13A | Sudbury

Vehicular Guide/Trailblazer



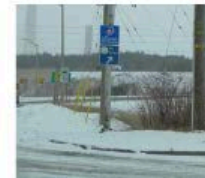
13A | Sudbury

Vehicular Guide/Trailblazer



13A | Sudbury

Vehicular Guide/Trailblazer



13A | Sudbury

Destination ID



Foire aux questions