



Développée par le ministère des Transports du Québec et Tourisme Québec, la signalisation touristique a pour objectif de faciliter l'accès au produit touristique québécois à partir du réseau routier, de le mettre en valeur et de le signaler d'une façon efficace et simple en guidant les automobilistes d'une façon sûre. Elle répond à des règles de visibilité et de lisibilité d'abord. Elle se distingue de l'affichage publicitaire puisqu'elle agit une fois que l'intérêt des visiteurs est suscité par diverses sources promotionnelles.

Ainsi, contrairement aux panneaux réclames, les panneaux de signalisation sont installés tout au long du trajet et indiquent la direction à prendre et la distance à parcourir jusqu'à l'établissement signalé. En 2001, ce sont plus de 1300 entreprises touristiques, de stations d'essence et de restaurants qui bénéficient d'une signalisation et qui, ainsi, aident leurs clients à se diriger facilement et en toute sécurité jusqu'à l'entrée de leur site.

Photos : Pierre-Philippe Brunet, Sébastien Cloutier, Sylvain Majeau, Linda Turgeon, Tourisme Québec.

Ministère du Tourisme
Ministère des Transports



La signalisation touristique, c'est la boussole des automobilistes. Elle les guidera vers vous...

Prenez contact avec votre association touristique régionale. Elle administre les divers programmes de signalisation touristique. C'est elle que vous devez également voir si vous pensez faire signaler votre entreprise.

Visitez le site Web de Tourisme Québec, à l'adresse suivante : www.bonjourquebec.com/signalisation

Vous désirez en savoir plus sur les critères d'admissibilité, les règles d'installation de la signalisation ou sur d'autres aspects des programmes de signalisation touristique du Québec ?

C'est tellement plus clair et efficace

quand c'est...

BLEU!

174

DB5

Déviation de la route 117 sur le territoire de la municipalité de Labelle

Labelle

6211-06-012



Automobilistes et entreprises touristiques et de services apprécient les panneaux bleus !

Désireux de mesurer de façon scientifique l'efficacité des programmes de signalisation touristique, le ministère des Transports du Québec et Tourisme Québec ont mené en 2000 une étude auprès de plusieurs touristes, automobilistes et propriétaires d'entreprises touristiques. Plus de 1000 personnes ont pu exprimer leur satisfaction et leurs besoins à l'égard de la signalisation touristique des attraits, des activités et de l'hébergement et près de 650, à l'égard de la signalisation des services d'essence et de restauration.

Une conclusion s'impose : les deux programmes sont appréciés. La lisibilité et la localisation des panneaux, de même que la sécurité qu'ils procurent, obtiennent des taux de satisfaction très élevés, et ce, tant des propriétaires d'entreprises que des automobilistes. Voici les faits saillants de cette étude.

1. Signalisation touristique des attraits, des activités et de l'hébergement

Ce que pensent les touristes.

- Une grande majorité des touristes jugent que la signalisation est suffisamment claire pour se rendre sans encombre à l'entreprise touristique qu'ils ont choisie (87 % des répondants).
- Les panneaux sécurisent les touristes lors de leurs déplacements (91 %).
- Les panneaux mettent en valeur le produit touristique (93 %).
- Les touristes s'attendent à ce que les entreprises signalisées leur offrent des services essentiels tels que :
 - un stationnement (91 % des répondants),
 - des toilettes (90 %),
 - une structure d'accueil (90 %),
 - un accueil sans réservation (87 %),
 - l'ouverture au moins 5 jours par semaine (84 %),
- Par ailleurs, les touristes jugent nécessaire que les entreprises signalisées soient mentionnées dans un guide touristique (84 % des répondants).
- La grande majorité des touristes sont favorables à la signalisation touristique (93 %). De plus, 63 % des touristes préfèrent la signalisation touristique à l'affichage commercial (panneaux réclames), notamment pour sa clarté (« On sait à quoi s'attendre ») et son uniformité.

Ce que pensent les clients du programme de signalisation (les entreprises touristiques).

- Un peu plus des trois quarts des entreprises (78 % des répondants) prennent part au programme pour son aspect publicitaire, pour la visibilité et l'accroissement de la clientèle qu'il procure et pour pallier le manque d'information diffusée sur elles.
- Toutefois, plus de la moitié d'entre elles (61 %) sont conscientes que la signalisation a surtout pour but de diriger la clientèle.
- Une grande majorité des entreprises signalisées ont la ferme intention de renouveler leur contrat de signalisation à son échéance (87 % des répondants). Elles considèrent que leurs intérêts sont bien servis (78 %).
- Les entreprises sont satisfaites de la localisation des panneaux, ceux-ci étant bien visibles pour les automobilistes (83 % des répondants).
- Les entreprises considèrent que leur nom est facile à lire sur les panneaux (89 %) et que le pictogramme utilisé les représente bien (80 %).

