

Politique administrative <i>Administrative Policy</i>	No 40
Affichage sur les panneaux numériques <i>Digital Signage Display</i>	Résolution no : 2025 – 106 Adoptée le : 21 octobre 2025 <i>Resolution No.: 2025 – 106</i> <i>Adopted on: October 21, 2025</i>

1 INTRODUCTION Branchée sur ses citoyennes et citoyens, la Municipalité d'Edmundston place le développement de communications novatrices à grande portée au cœur de sa vision de municipalité ouverte. La Municipalité est propriétaire de quatre panneaux numériques qui se démarquent de l'affichage conventionnel. Ceux-ci diffusent principalement de l'information de l'organisation municipale. Par souci du bien commun et du rayonnement de la vie locale, les partenaires publics de la municipalité et les instances gouvernementales sont autorisés à y afficher des messages d'intérêt public, sous conditions. Il en est de même pour certains organismes sans but lucratif (OSBL) à grande portée ou qui mobilisent massivement la population. 2 OBJECTIFS La politique d'affichage sur les panneaux numériques est un instrument de réglementation des demandes d'affichage sur les panneaux numériques de la municipalité. Son objectif est de délimiter ce que constituent les demandes d'affichage admissibles et de les encadrer avec équité et précision, tout en garantissant des messages conformes aux standards municipaux. 3 DESCRIPTION DES PANNEAUX NUMÉRIQUES (1) LOCALISATION Les quatre panneaux numériques sont situés : a) dans le secteur Saint-Basile, sur la rue Principale, sur l'îlot du boulevard Centre-Madawaska;	1 INTRODUCTION Connected to its citizens, the Municipality of Edmundston places the development of innovative, far-reaching communications at the heart of its open-municipality vision. The Municipality owns four digital signs that stand out from traditional signage. They primarily broadcast information from the municipal organization. In the interest of the common good and to promote local life, the municipality's public partners and government bodies are authorized to display public interest messages, under certain conditions. The same applies to certain large-scale non-profit organizations or those that significantly mobilize the population. 2 OBJECTIVES The Digital Signage Display Policy serves as a regulatory tool to manage display requests on the municipality's digital signs. Its objective is to define what constitutes eligible display requests and to regulate such requests fairly and precisely, while ensuring that all messages comply with municipal standards. 3 DESCRIPTION OF DIGITAL SIGNS (1) LOCATION The four digital signs are located: a) in the Saint-Basile sector, on Principale Street, on the Centre-Madawaska Boulevard median;
---	--

b) dans le secteur Saint-Jacques, sur le boulevard Isidore-Boucher, devant le lave-auto; c) dans le secteur Verret, sur la rue Saint-François, devant le Magasin Général Gallant; d) dans le secteur Rivière-Verte, sur la rue Principale, à proximité de l'ancien édifice municipal. Les panneaux ont comme dénominateur commun leur emplacement stratégique, près de lieux publics à haute fréquentation.	b) in the Saint-Jacques sector, on Isidore-Boucher Boulevard, in front of the car wash; c) in the Verret sector, on Saint-François Street, in front of Gallant General Store; d) in the Rivière-Verte sector, on Principale Street, near the former municipal building. All signs have a strategic location near a high-traffic public area.
(2) FONCTIONNEMENT À la manière d'un diaporama se répétant en boucle, des messages y défilent tour à tour durant quelques secondes chacun. La séquence reprend dans le même ordre. Cette rotation se poursuit en tout temps, incluant les fins de semaine et jours fériés (sauf en cas de panne, d'entretien ou d'urgence). La récurrence hebdomadaire d'une image est estimée à plus de 1 000 parutions. La programmation des messages et la gestion des listes de diffusion sont réalisées depuis une interface à distance. La diffusion d'un message est paramétrée selon des dates et heures de début et de fin précises. Certains messages de la municipalité peuvent être diffusés en continu.	(2) OPERATION Functioning like a looping slideshow, messages are displayed one after another for a few seconds each. The sequence then repeats in the same order. This rotation runs continuously, including weekends and holidays (except in cases of outages, maintenance, or emergencies). Each image is estimated to appear over 1,000 times per week. Message scheduling and distribution list management are handled remotely through a virtual interface. Each message is programmed with specific start and end dates and times. Some municipal messages can be broadcasted continuously.
(3) OBJECTIF Les panneaux numériques servent l'objectif de renseigner les citoyennes et les citoyens d'Edmundston sur des situations d'urgence et des sujets municipaux (actualités, activités, événements, campagnes, services, programmes, etc.). Par ailleurs, ils sont destinés à contribuer au rayonnement du milieu de vie. À cet effet, des organismes agréés peuvent diffuser sur cette tribune des messages d'intérêt public (sous certaines conditions).	(3) PURPOSE The digital signs aim to inform the citizens of Edmundston about emergencies and municipal matters (news, activities, events, campaigns, services, programs, etc.). Additionally, they are intended to enhance the visibility and vitality of the community. To this end, approved organizations may use the signs to share public interest messages (under certain conditions).
4 CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ DES DEMANDES D'AFFICHAGE (1) Les panneaux numériques sont d'abord et avant tout réservés aux services municipaux. Leurs messages ont préséance.	4 ELIGIBILITY CRITERIA FOR DISPLAY REQUESTS (1) Digital signs are primarily reserved for municipal services. Their messages take precedence.

(2) Les panneaux numériques n'ont aucune visée commerciale ou lucrative. Les entreprises privées ne peuvent pas formuler de demande d'affichage. (3) La requérante ou le requérant doit officiellement représenter une entité à laquelle il est affilié (ex. : employée ou employé d'un OSBL). Les demandes d'affichage effectuées au nom ou au service d'une ou d'un individu sont refusées. (4) Le respect fondamental du principe de neutralité doit être observé. Toute demande d'affichage d'une entité de nature partisane, politique, religieuse ou lucrative est refusée. (5) Seuls les organismes sans but lucratif reconnus, qui œuvrent sur le territoire d'Edmundston ou pour sa population, ou qui répondent aux critères d'admissibilité de cette dernière, peuvent soumettre une demande d'affichage. Toute demande d'affichage venant d'un OSBL qui n'est pas dans la liste des organismes reconnus et à large déploiement sera refusée (Annexe B). (6) Certaines demandes d'affichage particulières peuvent être évaluées et faire l'objet d'une exception. a) Les demandes d'affichage émises par les instances gouvernementales et les partenaires publics de la municipalité sont acceptées. Elles bénéficient d'un statut prioritaire. (Annexe A) Des exceptions s'appliquent pour trois types de demandes d'affichage issues d'OSBL qui ne sont pas conformes au paragraphe 4(6) : i. le message promeut un service à la population offert par la municipalité; ii. le message s'adresse au grand public dont la portée est provinciale, nationale ou mondiale (ex. : Opération Nez rouge, collectes de sang, etc.); iii. le message mobilise massivement les citoyennes et les citoyens.	(2) Digital signs are not intended for commercial or profit-driven purposes. Private businesses are not permitted to submit display requests. (3) The applicant must officially represent an entity with which they are affiliated (e.g.: an employee of a non-profit organization). Display requests made on behalf of or for the benefit of an individual will be denied. (4) The principle of neutrality must be respected. Any display request from a partisan, political, religious, or for-profit entity will be denied. (5) Only recognized non-profit organizations that operate within the municipality of Edmundston or serve its population – or meet the municipality's eligibility criteria – may submit a display request. Any request from a non-profit organization not included in the list of recognized and broadly active organizations will be denied (Schedule B). (6) The Municipality may evaluate certain special display requests and grant exceptions. a) Display requests submitted by government bodies and the municipality's public partners are accepted and granted priority status. (Schedule A) Exceptions apply to three types of display requests from non-profit organizations that do not meet the criteria in subsection 4(6): i. the message promotes a service offered to the public by the municipality; ii. the message has a provincial, national, or global scope (e.g.: Operation Red Nose, blood drives, etc.); iii. the message significantly mobilizes the public.
5 RÈGLES DES MESSAGES (1) Les messages doivent concerner directement la population d'Edmundston et viser un public vaste et hétérogène. Ils ne peuvent pas s'adresser à un public cible limité.	5 MESSAGES RULES (1) Messages must directly concern the population of Edmundston and target a broad and diverse audience. They cannot be directed at a narrow or limited target group.

(2) L'intérêt général, le rayonnement de la municipalité et la qualité de vie doivent bénéficier de l'objet du message. Par exemple, ce qui est promu pourrait mobiliser les citoyennes et les citoyens en faveur d'une cause honorable (ex. : achat local, collecte de sang, etc.), promouvoir les pôles sportifs, éducatifs, touristiques et culturels d'Edmundston ou appuyer une campagne municipale.	(2) The message must serve the public interest, enhance the municipality's visibility, and contribute to quality of life. For example, it may encourage citizens to support a worthy cause (e.g.: buy local, blood drive, etc.), promote Edmundston's sports, educational, tourism, or cultural sectors, or support a municipality-led campaign.
(3) Les appels au financement et aux dons sont refusés.	(3) Appeals for funding or donations are not permitted.
(4) Les messages d'ordre interne (ex. : assemblée générale) sont refusés.	(4) Internal messages (e.g.: general meetings) are not permitted.
(5) Seule l'administration municipale peut diffuser des messages de remerciement ou de vœux en lien avec une fête traditionnelle.	(5) Only the municipality may broadcast messages of thanks or greetings related to traditional holidays.
(6) Seulement la municipalité, ses partenaires publics et les instances gouvernementales peuvent diffuser des messages de sensibilisation.	(6) Only the municipality, its public partners, and government bodies may broadcast awareness messages.
(7) Les messages ne peuvent pas mettre de l'avant un commerce et la vente d'un produit ou service.	(7) Messages may not promote a business or the sale of a product or service.
(8) La promotion de journées et semaines thématiques locales, provinciales, nationales ou mondiales est permise, pourvu qu'il y ait dans le message un lien entre la journée thématique et la collectivité. Pour une journée thématique, un seul message peut être diffusé.	(8) Promotion of local, provincial, national, or international themed days or weeks is permitted, provided the message includes a connection between the theme and the community. Only one message may be broadcasted per themed day.
(9) Les événements et activités promus doivent se tenir sur le territoire d'Edmundston.	(9) Events and activities promoted must take place within the territory of Edmundston.
(10) Les messages annonçant la tenue d'un événement ou d'une activité doivent faire mention de la date, de l'heure et du lieu.	(10) Messages announcing an event or activity must include the date, time, and location.
(11) Les demandes d'affichage dont le message est à connotation propagandiste, violente ou discriminatoire sont automatiquement rejetées.	(11) Display requests containing messages with propagandist, violent, or discriminatory content will be automatically rejected.
(12) Les demandes d'affichage dont le message promeut un point de vue, un projet, une activité ou un événement de nature partisane, politique ou religieuse sont automatiquement rejetées (ex. : appel à une manifestation).	(12) Display requests promoting a viewpoint, project, activity, or event of a partisan, political, or religious nature will be automatically rejected (e.g.: call to protest).
6 CONDITIONS D'AFFICHAGE Afin de garantir un traitement équitable et efficace des demandes ainsi qu'une programmation de qualité, les modalités suivantes sont établies :	6 DISPLAY CONDITIONS To ensure fair and efficient processing of requests and high-quality programming, the following conditions are established:

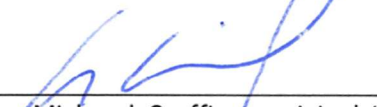
a) La durée d’affichage est continue (jours consécutifs). Elle ne peut pas être ponctuelle. Par exemple, il est impossible de diffuser un message seulement les mardis ou entre 18 h et 20 h. b) La durée minimale et maximale d’affichage est comprise entre quatre et 14 jours, incluant les fins de semaine et les jours fériés. c) La diffusion d’un message promouvant un événement, un projet ou une activité ne peut pas commencer plus d’un mois, incluant les fins de semaine et les jours fériés, avant son déroulement. d) Le principe du « premier arrivé, premier servi » est appliqué. Les demandes peuvent être refusées si le nombre maximum de messages diffusés est atteint. e) Une demande d’affichage peut être refusée si l’esthétique ou le contenu du message est jugé trop similaire à une autre demande. f) La municipalité peut réviser un message. Dans tel cas, un suivi est fait à la requérante ou au requérant. g) Un ordre de priorité dans l’apparition des messages diffusés peut être établi. Par certains moments, les messages de la municipalité, de ses partenaires publics et d’instances gouvernementales peuvent avoir une visibilité supérieure. h) En cas de situation d’urgence ou d’évènement particulier, la diffusion des messages peut être suspendue ou retardée sans préavis. i) La municipalité peut mettre fin prématurément à la diffusion d’un message.	a) Display duration is continuous (consecutive days). It cannot be intermittent. For example, it is not possible to display a message only on Tuesdays or between 6:00 p.m. and 8:00 p.m. b) The minimum and maximum display duration is between four and 14 days, including weekends and holidays. c) A message promoting an event, project, or activity may not begin more than one month before it takes place, including weekends and holidays. d) The “first come, first served” principle is applied. A request may be rejected if the maximum number of messages displayed is reached. e) A display request may be denied if its design or content is too similar to another request. f) The municipality may revise a message. In such cases, a follow-up will be provided to the applicant. g) A priority may be established for the published messages. At certain times, messages from the municipality, its public partners, and government bodies may receive higher visibility. h) In the event of an emergency or special situation, message broadcasting may be suspended or delayed without notice. i) The municipality can terminate the broadcasting of a message prematurely.
7 DIRECTIVES DU MONTAGE Afin que chaque boucle de diffusion soit fluide, cohérente et professionnelle, un fil conducteur entre les messages est nécessaire. Tous les requérantes et requérants doivent suivre les consignes suivantes (exemples à l’Annexe E) : a) Une représentation graphique, à savoir un logo, doit permettre de reconnaître l’entité associée au message. Si le logo ne peut pas assurer une	7 MESSAGE DESIGN GUIDELINES To ensure each broadcast loop is smooth, coherent, and professional, a consistent visual thread between messages is required. All applicants must follow the guidelines below (examples provided in Schedule E): a) A graphic representation, such as a logo, must clearly identify the entity associated with the message. If the logo does not provide clear

identification claire de l'entité, son nom doit être indiqué. b) Aucune mention de prix n'est permise. Seule la gratuité peut être affichée. c) La mention d'une entreprise privée ou l'affichage de son logo sont interdits, sauf si l'évènement ou son lieu portent le nom de l'entreprise. d) Les messages doivent être clairs, simples, succincts et bilingues. Ils sont assimilables facilement et rapidement. e) Les messages doivent être autonomes. Ils ne peuvent pas être suivis d'un autre message. f) Les chiffres doivent être affichés en caractères numériques. g) En français, il doit y avoir un espace avant et après un deux-points. En anglais, il doit y avoir un espace après un deux-points. h) En français, l'heure doit être écrite en chiffres et l'unité de temps en forme alphabétique et abrégée (ex. : 20 h 30). Un espace avant et après l'abréviation « h » est nécessaire. En anglais, l'heure doit être écrite en chiffre avec un deux-points, suivi de a.m. ou p.m. (ex. : 8:30 p.m.). i) L'écriture doit être lisible. Seules les polices en lettres détachées avec une taille minimale de 16 points et maximale de 20 points sont acceptées. j) Le texte doit apparaître à hauteur optimale dans une image de 240 pixels de largeur sur 216 pixels de hauteur. k) L'image doit être en format .JPEG ou .PNG l) L'image doit être d'aspect simple et épuré. Le contraste entre le texte et l'arrière-plan doit être suffisant. Un dégagement en bordure doit être laissé pour éviter qu'une partie des contenus soit coupée à l'affichage. m) L'utilisation modérée d'images, de photos et de logos dans le message est autorisée, sous réserve de leur qualité. n) La municipalité peut, à sa discrétion, modifier un montage.	identification, the entity's name must be included. b) No mention of prices is allowed. Only the indication of free admission may be displayed. c) Mentioning a private business or displaying its logo is prohibited unless the event or venue bears the business's name. d) Messages must be clear, simple, concise, and bilingual. They should be easily and quickly understood. e) Messages must be self-contained. They cannot be followed by another message. f) Numbers must be displayed in numeric characters. g) In French, a space must be placed before and after a colon. In English, a space must be placed after a colon. h) In French, the time must be written in numeric format, with the time unit in abbreviated alphabetical form (e.g.: 20 h 30), a space must appear before and after the abbreviation "h". In English, the time must be written in numeric format, separated by a colon and followed by a.m. or p.m. (e.g.: 8:30 p.m.). i) Text must be legible. Only sans-serif fonts with a minimum size of 16 points and a maximum of 20 points are accepted. j) Text must appear at optimal height within an image sized 240 pixels wide by 216 pixels high. k) The image must be in .JPEG or .PNG format. l) The image must have a clean and simple appearance. There must be sufficient contrast between text and background. Margins must be left around the edges to prevent content from being cut off during display. m) Moderate use of images, photos, and logos is permitted, provided they are of sufficient quality. n) The municipality may, at its discretion, modify a design.
---	--

o) La municipalité peut rejeter une demande d’affichage si la qualité du message est insuffisante ou si le contenu, le format ou les dimensions ne respectent pas les standards. La requérante ou le requérant est responsable de la conception du message et de son visuel. La municipalité n’effectue aucun montage graphique, sauf exception. Le message doit refléter une compétence suffisante en esthétique visuelle et en graphisme. Il est recommandé de recourir aux services d’un graphiste ou d’un infographiste professionnel. Les demandes d’affichage ne répondant pas aux obligations ci-dessus peuvent être retournées ou refusées.	o) The municipality may reject a display request if the message quality is insufficient or if the content, format, or dimensions do not meet the standards. The applicant is responsible for the design and visual layout of the message. The municipality does not provide graphic design services, except in some cases. The message must reflect sufficient visual and graphic design competence. It is recommended to use the services of a professional graphic designer. Display requests that do not meet the above requirements may be returned or rejected.
8 TRANSMISSION D’UNE DEMANDE D’AFFICHAGE (1) Aucune demande d’affichage n’est acceptée par téléphone ou en personne. Les renseignements sont recueillis à partir du formulaire interactif <i>Panneaux numériques – Formulaire de demande d’affichage</i>. La requérante ou le requérant doit remplir l’ensemble des sections du formulaire, puis le soumettre avec le fichier du montage. (2) Les demandes d’affichage doivent être soumises au moins 15 jours avant la date de début souhaitée pour la diffusion du message (excluant les fins de semaine et jours fériés). (3) Les demandes d’affichage sont traitées dans les meilleurs délais. (4) Aucune demande d’affichage n’est traitée hors des heures de travail ainsi que les fins de semaine et jours fériés. (5) Chaque requérante et requérant a une limite annuelle de cinq messages diffusés sur les écrans. Ce nombre se renouvelle au 1er janvier de chaque année. La municipalité peut appliquer des exceptions. (6) Le message d’une demande d’affichage d’une requérante ou d’un requérant doit différer des messages précédemment diffusés au cours d’une même année. (7) La municipalité peut refuser une demande d’affichage, si cela est jugé nécessaire.	8 SUBMITTING A DISPLAY REQUEST (1) Display requests are not accepted by phone or in person. Information must be submitted using the interactive form titled <i>Digital Signage – Display Request Form</i>. The applicant must complete all sections of the form and submit it along with the message file. (2) Display requests must be submitted at least 15 days prior to the desired start date for message broadcasting (excluding weekends and holidays). (3) Display requests are processed as promptly as possible. (4) No display requests are processed outside of business hours, on weekends, and on holidays. (5) Each applicant is limited to five messages per calendar year on the digital signs. This count resets on January 1 of each year. The municipality may grant exceptions to this rule. (6) A display request must differ from messages previously broadcasted by the same applicant within the same year. (7) The municipality may reject a display request if deemed necessary.

9 RÔLES ET RESPONSABILITÉS (1) Il appartient au secteur des communications de la municipalité d'Edmundston d'appliquer la présente politique. (2) Il est de la responsabilité de la requérante ou du requérant de : a) s'assurer que la demande d'affichage et le message soient conformes en tout point avec la politique; b) vérifier la justesse de l'information et l'absence d'erreurs d'orthographe. En présence d'une erreur, il doit aussitôt avertir le secteur des communications. La diffusion du message sera alors interrompue. La requérante ou le requérant doit par la suite soumettre la version corrigée du message; c) contacter immédiatement le secteur des communications s'il y a annulation, fin prématurée, report ou salle comble. Le message sera alors retiré. (3) La municipalité ne peut pas être désignée responsable des erreurs et omissions lors de l'affichage du message. Pour joindre le secteur des communications : 506-739-2115.	9 ROLES AND RESPONSIBILITIES (1) The communications sector of the municipality of Edmundston is responsible for enforcing this policy. (2) The applicant is responsible for: a) ensuring that the display request and message fully comply with the policy; b) verifying the accuracy of the information and the absence of spelling errors. If an error is found, the applicant must immediately notify the communications sector. The message will be removed from display. The applicant must submit a corrected version; c) immediately contacting the communications sector in case of cancellation, early termination, postponement, or full capacity. The message will then be removed. (3) The municipality cannot be held responsible for errors or omissions in the display of the message. To contact the communications sector directly: 506-739-2115.
10 OUTILS ET DOCUMENTS CONNEXES Cette politique doit être lue et appliquée conjointement avec, mais sans s'y limiter, les outils et documents suivants : (1) Panneaux numériques – Formulaire de demande d'affichage	10 RELATED TOOLS AND DOCUMENTS This policy must be read and applied in conjunction with, but not limited to, the following tools and documents: (1) Digital Signage – Display Request Form
11 ENTRÉE EN VIGUEUR Cette politique entre en vigueur le jour de son adoption.	11 EFFECTIVE DATE This policy comes into force on the day of its adoption.


Eric Marquis, Maire / Mayor


Marc Michaud, Greffier municipal / Municipal Clerk

Note : En cas de divergence entre le texte français et le texte anglais, le français a préséance.

Note: In the event of a discrepancy between the French and English texts, the French text takes precedence.

Annexe A Liste des instances gouvernementales et des partenaires publics de la municipalité	Schedule A List of government bodies and the municipality's public partners
1. Association des pompiers d'Edmundston 2. Bibliothèque publique Mgr-W.-J.-Conway 3. Collège communautaire du Nouveau-Brunswick (CCNB), campus d'Edmundston 4. Centre de ressources pour nouveaux arrivants du Nord-Ouest 5. Centre des arts d'Edmundston 6. Chambre de commerce de la région d'Edmundston 7. Club de golf Fraser-Edmundston 8. Commission de services régionaux du nord-ouest (CSRNO) 9. Communauté francophone accueillante 10. District scolaire francophone du nord-ouest (DSFNO) 11. Edmundston Centre-ville 12. Gouvernement du Canada 13. Gouvernement du Nouveau-Brunswick 14. Jardin botanique du Nouveau-Brunswick 15. Office du tourisme Edmundston Madawaska 16. Partenariat local en immigration du Haut-Saint-Jean (PLI-HSJ) 17. Secrétariat à la jeunesse d'Edmundston 18. Université de Moncton, campus d'Edmundston (UMCE)	1. <i>Association des pompiers d'Edmundston</i> 2. Mgr. W. J. Conway Public Library 3. Collège communautaire du Nouveau-Brunswick (CCNB), Edmundston Campus 4. Northwest Resource Centre for Newcomers 5. Edmundston Arts Centre 6. Chamber of Commerce of Edmundston Region 7. Fraser-Edmundston Golf Club 8. Northwest Regional Service Commission (NWRSC) 9. <i>Communauté francophone accueillante</i> 10. <i>District scolaire francophone du nord-ouest (DSFNO)</i> 11. Edmundston Downtown 12. Government of Canada 13. Government of New Brunswick 14. New Brunswick Botanical Garden 15. Edmundston Madawaska Tourism Office 16. Haut Saint-Jean Local Immigration Partnership (HSJ-LIP) 17. <i>Secrétariat à la jeunesse d'Edmundston</i> 18. <i>Université de Moncton, Edmundston Campus (UMCE)</i>

*Cette liste peut être modifiée ou bonifiée sans préavis.

| *This list is subject to change without notice.

Annexe B Liste des organismes sans but lucratif (OSBL), regroupements et fondations	Schedule B List of nonprofit organizations, groups and foundations
1. Atelier R.A.D.O. inc. 2. Édifice Maillet inc. 3. Escale Madavic 4. Fondation Bob-Fife 5. Fondation de l'Hôpital régional d'Edmundston 6. Fondation des Œuvres de l'Hôtel-Dieu 7. Fondation Saint-Louis-Maillet 8. Jeux de l'Acadie Madawaska-Victoria 9. Association des amies et amis du Blizzard 10. P.R.O. Jeunesse 11. Républik Nature 12. Salon du livre d'Edmundston 13. Croix-Rouge canadienne 14. Université du Troisième Âge du Nord-Ouest inc. (UTANO)	1. <i>Atelier R.A.D.O. inc.</i> 2. <i>Édifice Maillet inc.</i> 3. <i>Escale Madavic</i> 4. <i>Fondation Bob-Fife</i> 5. <i>Edmundston Regional Hospital Foundation</i> 6. <i>Fondation des Œuvres de l'Hôtel-Dieu</i> 7. <i>Fondation Saint-Louis-Maillet</i> 8. <i>Jeux de l'Acadie Madawaska-Victoria</i> 9. <i>Association des amies et amis du Blizzard</i> 10. <i>P.R.O. Kids</i> 11. <i>Républik Nature</i> 12. <i>Salon du livre d'Edmundston</i> 13. <i>Canadian Red Cross</i> 14. <i>Université du Troisième Âge du Nord-Ouest inc. (UTANO)</i>

*Cette liste peut être modifiée ou bonifiée sans préavis.

| *This list is subject to change without notice.

Annexe C Évènements

Voici les évènements qui pourront profiter d'une visibilité sur les panneaux numériques. Il s'agit des évènements « Signatures », « Majeurs » et municipaux, tels que définis par le comité de pilotage de la stratégie événementielle d'Edmundston.

Évènements signatures actuels (voir les critères ci-dessous) :

1. Edmundston Top Gun Classic
2. Festival de Jazz et Blues d'Edmundston
3. Festival Royal
4. Grande Grouille
5. Grande Virée des Fêtes
6. Jardin emballé
7. Salon du livre d'Edmundston
8. Sortie Branchée en Acadie

*Cette liste peut être modifiée ou bonifiée sans préavis.

Évènements majeurs :

- Tout spectacle ou évènement (ayant lieu au Centre Jean-Daigle) avec un minimum de 1 400 spectateurs
- Tout tournoi sportif majeur avec un minimum de 12 équipes, incluant au moins sept équipes en provenance de l'extérieur de la région (150 km et plus)
 - Ce genre d'évènements sera affiché à l'aide d'un message de *Bienvenue / Welcome* préparé par le coordonnateur ou la coordonnatrice à l'évènementiel.
- Tout congrès majeur avec un minimum de 100 chambres réservées
 - Ce genre d'évènements sera affiché à l'aide d'un message de *Bienvenue / Welcome* préparé par le coordonnateur ou la coordonnatrice à l'évènementiel.
- Toute compétition (sportive ou culturelle), congrès ou autre évènement ayant lieu à Edmundston suivant une mise en candidature (habituellement pas sur une base annuelle)
 - Ce genre d'évènements sera affiché à l'aide d'un message de *Bienvenue / Welcome* préparé par le coordonnateur ou la coordonnatrice à l'évènementiel.
 - C'est ici que nous retrouverons les tournois provinciaux et nationaux tenus par les organismes sportifs ainsi que le Championnat de judo de l'est du Canada.

Schedule C Events

Here are the events that may be featured on the digital signage. These include "Signature," "Major," and municipal events, as defined by the steering committee of Edmundston's event strategy.

Current Signature Events (see criteria below):

1. Edmundston Top Gun Classic
2. Edmundston Jazz and Blues Festival
3. *Festival Royal*
4. *Grande Grouille*
5. The Great Holiday Spree
6. *Jardin emballé*
7. *Salon du livre d'Edmundston*
8. *Sortie Branchée en Acadie*

*This list is subject to change without notice.

Major Events:

- Any show or event held at the Jean-Daigle Centre with a minimum of 1,400 spectators
- Any major sports tournament with at least 12 teams, including a minimum of seven teams from outside the region (150 km or more)
 - These types of events will be displayed using a *Bienvenue / Welcome* message prepared by the events coordinator.
- Any major convention with at least 100 hotel rooms booked
 - These types of events will be displayed using a *Bienvenue / Welcome* message prepared by the events coordinator.
- Any competition (sports or cultural), convention, or other events held in Edmundston following a bid process (typically not held annually)
 - These types of events will be displayed using a *Bienvenue / Welcome* message prepared by the events coordinator.
 - This category includes provincial and national tournaments hosted by sports organizations as well as the Eastern Canada Judo Championship.

Évènements municipaux : 1. Carnaval en rafale 2. Fête du Canada 3. Fête de l'Acadie 4. Défilé de Noël 5. Salon du loisir 6. Journée de la citrouille 7. Terrasse Court 8. Mercredi Musical 9. Spectacles tenus au Centre des arts et au Centre Jean-Daigle 10. Cérémonie du jour du Souvenir *Cette liste peut être modifiée ou bonifiée sans préavis. Critères – Évènement signature Il s'agit des évènements à grande valeur touristique que les gens associent à la région et qui répondent aux critères suivants : • Originalité : Un évènement signature doit se distinguer des autres évènements de la région. Il devrait apporter une proposition nouvelle ou unique. • Impact : L'évènement devrait avoir un impact significatif en termes de notoriété pour la région et des retombées médiatiques. • Budget : L'évènement doit être financièrement viable et en mesure de démontrer son autosuffisance à long terme. • Logistique : La faisabilité logistique est cruciale (appui municipal requis, nombres de bénévoles requis, etc.). Il faut aussi tenir compte de la capacité de la région. • Alignement stratégique : L'évènement devrait s'aligner avec la stratégie événementielle municipale. • Dates : L'évènement ne peut pas se dérouler en même temps qu'un autre évènement signature. De plus, il devrait avoir lieu à un temps de l'année où il y a un besoin pour un évènement signature. • Durée : L'évènement doit se dérouler sur une période de deux jours ou plus. • Participants : L'évènement devrait mobiliser plus de 1 000 participants. • Nombre d'années d'existence : Un évènement peut seulement être considéré comme signature à la suite de sa troisième édition. • Durabilité : L'évènement doit considérer son impact environnemental et fournir des efforts afin de mettre en place des mesures pour être plus durable. * Les évènements sont évalués sur une base individuelle annuellement.	Municipal Events: 1. Edmundston Winter Carnival 2. Canada Day 3. Acadian Day 4. Christmas Parade 5. Leasure Fair 6. Pumpkin Day 7. Court Terrasse 8. Musical Wednesdays 9. Shows held at Arts Centre and Jean-Daigle Centre 10. Remembrance Day Ceremony *This list is subject to change without notice. Criteria – Signature Event Signature events are high-value tourism events that people associate with the region and that meet the following criteria: • Originality: A signature event must stand out from other events in the region. It should offer a new or unique concept. • Impact: The event should have a significant impact in terms of regional recognition and media coverage. • Budget: The event must be financially viable and able to demonstrate long-term self-sufficiency. • Logistics: Logistical feasibility is crucial (municipal support required, number of volunteers needed, etc.). Regional capacity must also be considered. • Strategic alignment: The event should align with the municipality's event strategy. • Dates: The event cannot take place at the same time as another signature event. It should also be scheduled during a time of year when a signature event is needed. • Duration: The event must span a minimum of two days. • Participants: The event should attract more than 1,000 participants. • Years of existence: An event can only be considered a signature event after its third edition. • Sustainability: The event must consider its environmental impact and make efforts to implement measures for greater sustainability. * Events are evaluated individually on an annual basis.
---	---

Annexe D Messages municipaux prioritaires	Schedule D Priority Municipal Messages
1. Avis d'ébullition 2. Collectes spéciales d'ordures 3. Détours et construction routière 4. Étoiles communautaires 5. Horaires des fêtes 6. Horaires des installations (congés) 7. Mesures d'urgence 8. Modifications aux collectes d'ordures (changements de saison) 9. Nettoyage des bornes-fontaines 10. Ouverture/fermeture des patinoires 11. Pannes de courant 12. Prévention des incendies 13. Réunions publiques du conseil municipal	1. Boil water advisories 2. Special waste collections 3. Detours and road construction 4. Community stars 5. Holiday schedules 6. Facility hours (holidays) 7. Emergency measures 8. Waste collection changes (seasonal adjustments) 9. Fire hydrant flushing 10. Opening/closing of skating rinks 11. Power outages 12. Fire prevention 13. Public meetings of the municipal council

*Cette liste peut être modifiée ou bonifiée sans préavis.

| *This list is subject to change without notice.

Annexe E / Schedule E

Exemples de montages acceptés / Examples of Accepted Graphic Layouts

