



Une campagne T-Rès colorée

Trois-Rivières, le 24 mai 2012 – Trois-Rivières misera sur l'émotion pour tenter de séduire les visiteurs cet été. C'est dans le cadre d'un vernissage original que Tourisme Trois-Rivières a dévoilé ce matin sa nouvelle campagne estivale 2012 au Centre d'exposition Raymond-Lasnier.

Envie d'un week-end T-Rès rigolo, T-Rès coquin, T-Rès gourmand, T-Rès mémorable ou T-Rès intense? C'est à travers différentes thématiques colorées que Trois-Rivières déclinera son offre touristique.

Fort des succès connus l'année dernière avec sa campagne « Je veux un week-end T-Rès Trois-Rivières », Tourisme Trois-Rivières concentrera encore une fois ses efforts publicitaires sur la clientèle de proximité. « Nous constatons que les Québécois planifient souvent à la dernière minute ce qu'ils feront de leur fin de semaine. Trois-Rivières se positionne donc comme une destination d'escapade intéressante, particulièrement pour les marchés de Montréal et Québec », explique la directrice de Tourisme Trois-Rivières, Yolaine Masse.

En collaboration avec ses 183 partenaires, Tourisme Trois-Rivières a investi plus de 300 000 \$ dans différentes initiatives promotionnelles afin de présenter notre ville comme une destination d'escapade.

La campagne estivale 2012 s'articulera autour de quatre grands volets.

Une **publicité télé** de 30 secondes sera diffusée à la grandeur de la province de juin à août. Inspirée du premier message publicitaire « T-Rès Trois-Rivières » conçu en 2009, cette nouvelle production se veut un clin d'œil aux émotions brutes et aux sensations intenses que procure un séjour chez nous.

Lancé en 2009, le **T-Rès Magazine** sera de retour pour une quatrième année. Imprimé à 200 000 exemplaires, il donnera à Trois-Rivières l'occasion de se révéler un peu plus. Outil à la fois classique et innovant, ses 60 pages se veulent une invitation à la découverte de tout ce que la ville peut offrir. En couverture : Lysandre Champagne, chanteuse du groupe Misses Satchmo, chouchou du public trifluvien!

Le **T-Rès Magazine** sera distribué un peu partout sur le territoire québécois. Cent trente mille foyers le recevront à leur porte. Quelque 25 000 exemplaires seront aussi disponibles auprès de nos partenaires et des bureaux d'information touristique de la région. Enfin, 45 000 autres seront placés dans les 325 présentoirs réservés conjointement avec des partenaires, soit l'Île Saint-Quentin, Boréalix, la Corporation de l'Amphithéâtre, le Salon de Jeux de Trois-Rivières, le Sanctuaire Notre-Dame-du-Cap, le Regroupement des métiers d'art de la Maurice, le Lieu historique national des Forges-du-Saint-Maurice, les Croisières M/S Jacques-Cartier, T'estimo et le FestiVoix.

Grand succès de l'année 2011, le microsite tresweekend.ca proposera encore cet été des idées d'escapades colorées à choisir selon ses envies. Les internautes auront de nouveau la chance de s'inscrire au concours et de remporter leur week-end préféré!

Enfin, Trois-Rivières innove cette année en s'associant à des attraits touristiques afin d'intercepter les automobilistes en route vers Montréal ou Québec. Boréalix, la Vieille prison, le Sanctuaire Notre-Dame-du-Cap et l'Île Saint-Quentin seront en vedette sur **huit panneaux routiers** situés des deux côtés de l'autoroute 40 à Trois-Rivières.

Rappelons que l'industrie touristique génère à Trois-Rivières des recettes touristiques de l'ordre de 168 millions\$ ainsi que 3200 emplois directs et indirects.

- 30 -

Source : Yolaine Masse
Directrice
Tourisme Trois-Rivières
819 374-4061