



COMMUNIQUÉ

UNE VISIBILITÉ NATIONALE SANS PRÉCÉDENT POUR LA RÉGION DE RIVIÈRE-DU-LOUP

Rivière-du-Loup, le 1er octobre 2002 - Les Jeux de la francophonie canadienne (JFC) Rivière-du-Loup 2002 ont permis à la région d'obtenir une visibilité nationale sans précédent pendant une période de plus de 16 mois. La campagne de promotion et de relations de presse développée par le comité organisateur des JFC 2002 et le bureau des Jeux a rejoint un réseau de diffusion comptant plus d'une centaine de médias et d'agences de presse des niveaux local, régional et national depuis mai 2001. En tout, plus de 80 communiqués ont été émis et transmis à ce réseau avant, pendant et après les JFC 2002. À cela s'ajoute une douzaine d'événements de presse organisés en relation avec les Jeux à l'intention des médias.

Le relevé de la couverture de presse et de la visibilité promotionnelle obtenues dans le contexte des JFC 2002 dénombre à ce jour plus de 70 entrevues locales, régionales et nationales reliées aux Jeux, notamment à Radio-Canada, RDI, TVA, LCN, CBC et La Presse canadienne. En tout, on constate que 200 reportages en direct ou en différé ont été réalisés sur les Jeux tant par les médias locaux que régionaux et nationaux, entre autres aux émissions d'information sportive et générale de Radio-Canada, RDI, TVA et LCN, sur le Réseau francophone des Amériques (RFA), à L'Accent francophone, à Salut Bonjour week-end, à Le Québec en direct, L'Ontario en direct, Les Maritimes en direct, L'Ouest en direct et Matin Express.

Par ailleurs, plus de 300 articles, entrefilets et mentions ont été répertoriés dans les médias imprimés locaux, régionaux et nationaux, dont Le Soleil, Le Journal de Québec, l'Association de la presse francophone (APF) et les médias des communautés francophones du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario, du Manitoba, de la Colombie-Britannique, du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. S'ajoutent à cela plus de 700 diffusions de reportages, entrevues, manchettes et mentions sur les Jeux dans les médias électroniques locaux, régionaux et nationaux, dont environ 400 durant les JFC.

Considérant, entre autres, que les Jeux ont aussi fait l'objet d'une campagne publicitaire nationale de quatre mois à Radio-Canada, que les médias locaux et régionaux se sont impliqués pour la diffusion de plus de 250 messages, mentions, capsules et intermèdes promotionnels, qu'un texte promotionnel a été publié dans le guide annuel de Tourisme Bas-Saint-Laurent édité à 155 000 exemplaires, que les JFC Rivière-du-Loup 2002 ont été identifiés comme un des coups de cœur de l'été dans le Guide des vacances au Québec tiré à 1,4 million d'exemplaires, que le Groupe Jean Coutu s'est associé aux JFC pour publier une annonce promotionnelle dans sa circulaire hebdomadaire distribuée à plusieurs centaines de milliers d'exemplaires, on évalue que les Jeux de la francophonie canadienne 2002 ont offert à la région de Rivière-du-Loup une visibilité locale, régionale et nationale d'une valeur publicitaire dépassant les 2,5 M \$ au cours de la dernière année et demie.

- 30 -

Source :
Sylvain Dionne, coordonnateur des communications
JFC Rivière-du-Loup 2002
(418) 863-6366
1 877 816-6366
info@sdcommunications.qc.ca