

La STTR dévoile une publicité inspirée d'une série culte et lance un défi aux Trifluviens pour l'ouverture du Festivoix le 25 juin

Trois-Rivières, le 7 juin 2026 – Ce soir, la Société de transport de Trois-Rivières frappe fort avec le dévoilement d'une publicité surprise de 60 secondes sur sa page Facebook officielle. Conçue dans l'esprit d'une série culte se déroulant dans les années 80, la vidéo mise sur la musique comme pont créatif entre l'univers du *FestiVoix* et celui du transport en commun. Un pari audacieux pour positionner le déplacement en navettes comme option non seulement pratique, mais franchement attrayante. Elle incite les festivaliers à utiliser le transport collectif de la *STTR* pour se diriger au *FestiVoix* de Trois-Rivières, car *se rendre au FestiVoix sans la STTR, ce serait le monde à l'envers !*

Un solo de guitare sur un autobus de 1982

Le concept de la vidéo promotionnelle a été élaboré à l'interne et sa production a été confiée à l'entreprise trifluvienne *La boîte ronde*. Celle-ci reprend les codes d'un univers fantastique et rétro pour créer une publicité spectaculaire. Dans cette version tournée pour la *STTR*, c'est le guitariste blues Steve Hill qui livre sa prestation sur le toit d'un authentique autobus de 1982 appartenant à deux chauffeurs de la *STTR*, Jean-Sébastien Marcotte et Félix Parent-Rochelleau. Sa performance électrisante attire des festivaliers qui montent ensuite à bord du véhicule.

Un défi lancé à tous les Trifluviens

Dès ce soir, la *STTR* lance un défi à ses abonnés et à l'ensemble des Trifluviens. Elle s'engage officiellement à rendre le service de navettes **GRATUIT** pour la soirée d'ouverture du mercredi 25 juin, si la publicité cumule au moins 1 000 partages d'ici le 24 juin prochain. Cette soirée accueillera en prestation les artistes québécois : Roxanne Bruneau, Jay Scott, Pierre Lapointe, Annie Villeneuve, Stéphane Archambault et Gab Bouchard.

Encourager un transport durable lors des grands rassemblements

La *STTR* souhaite encourager les festivaliers à adopter un mode de déplacement durable pour se rendre au *FestiVoix*. Nombreux sont les Trifluviens qui possèdent une voiture et qui choisissent l'autobus uniquement lors des grands événements. La *Société de transport de Trois-Rivières* voit justement dans ces occasions une chance de démontrer la pertinence du transport collectif.

Elle souhaite ainsi jouer pleinement son rôle socioéconomique en soutenant les événements rassembleurs qui animent Trois-Rivières. Cette nouvelle campagne s'inscrit également dans la longue tradition de partenariat avec le *FestiVoix*. La *STTR* souhaitait souligner de manière différente cette collaboration.

Service de navettes pendant le *FestiVoix*

Il est important de rappeler que le service de navettes est offert de 16 h à 1 h tous les soirs de spectacle et ce, pour toute la durée du *FestiVoix*. Les navettes partent du centre commercial Les Rivières, du Carrefour Trois-Rivières-Ouest et de l'Académie les Estacades pour rejoindre le Parc Champlain. Le tarif régulier est de 4 \$ par passage. La carte Cité n'est pas acceptée, car les navettes constituent un service distinct et supplémentaire au réseau régulier. Les détenteurs d'un billet ou d'un laissez-passer pour le *FestiVoix* peuvent toutefois emprunter gratuitement le réseau de la *STTR* aux mêmes heures en présentant leur titre d'accès au chauffeur. À noter, comme par les années dernières, que le *FestiVoix* fait relâche le lundi et le mardi. Il n'y aura donc pas de service de navettes le 29 et le 30 juin.

Citations

« Avec nos campagnes, nous souhaitons démontrer que le transport collectif peut être simple, utile, attrayant... et même surprenant. En reprenant les codes d'une série culte pour les transposer dans l'univers du FestiVoix, nous avons une occasion unique de créer une publicité spectaculaire, musicale et profondément trifluvienne. Notre objectif est clair : donner envie aux gens d'embarquer avec nous », mentionne Charles-Hugo Normand, directeur des communications et des partenariats de la Société de transport de Trois-Rivières et idéateur-concepteur de cette nouvelle campagne publicitaire.

« C'est une grande fierté pour le FestiVoix, qui accueille chaque année des dizaines de milliers de festivaliers provenant de la région, du Québec, du Canada et de l'international, de prendre part à une campagne aussi créative et rassembleuse mettant en lumière l'importance du transport collectif lors d'un événement d'envergure. Depuis plus de 10 ans, nous collaborons étroitement avec la Société de transport de Trois-Rivières, une relation fondée sur des valeurs durables communes au cœur de notre mission, afin d'offrir aux festivaliers des solutions de mobilité écoresponsables, accessibles et efficaces, qui contribuent pleinement à l'expérience globale de l'événement. », souligne Thomas Grégoire, directeur général et artistique du *FestiVoix*.

À propos de la Société de transport de Trois-Rivières

La *Société de transport de Trois-Rivières (STTR)* est un organisme paramunicipal de la Ville de Trois-Rivières qui a pour mission d'offrir un service optimal de mobilité contribuant au développement et à la vitalité de la communauté trifluvienne. Elle dessert une population de plus de 144 000 personnes qui effectuent annuellement plus de 2 400 000 déplacements sur son réseau. La *STTR* emploie plus de 170 employés passionnés et déterminés à faire de l'organisation un leader de la mobilité urbaine intégrée à Trois-Rivières.

Il est possible d'en savoir plus en visitant le www.sttr.qc.ca.

– 30 –

Source :

Charles-Hugo Normand
Directeur des communications et des partenariats
Société de transport de Trois-Rivières

Demandes médiatiques :

Steve Renaud
Président
BEAUDOIN relations publiques
819.840.2829, poste 302
steve@beaudoinrp.com

Crédits :

Annonceur : Société de transport de Trois-Rivières
Idée originale et conception créative : Charles-Hugo Normand
Chauffeur : Jean-Sébastien Marcotte
Boîte de production : La boîte ronde
Réalisateur et monteur : Pascal Guimond
Productrice et assistante-réalisatrice : Léonie Robitaille
Coordonnatrice de production : Coralie Bujold
Directeur photo : Nicolas Poitras-Gamache
Assistant-caméraman : Éloïc Hamel
Chef électro : Saad Abas
Électro : Félix Gagné
Chef machiniste : Charles-Éric Nadeau
Machiniste et électro : Louis Roy
Directeur technique : Dany Larose
VFX : Émile Massie-Vanasse
Coloriste : Thomas D'Auteuil
Perchiste et mixeur : Jean-François Fillion
Vidéastes making of : Thomas Thompson, Charles-Antoine Lesage
Styliste : Mélodie Boisvert
Maquilleuse-coiffeuse : Marie-Lyne Saint-André
Musique : « Devil At My Heels », interprété par Steve Hill
Auteurs : Steve Hill, Rock Laroche, Martin Lavallée
Label : No Label Records
Éditions : Teleman Music
Directeur de casting : Maxime Giroux
Comédien : Xavier Rivard-Desy
Figurant-e-s : Cédrick Barette, Carl Bergeron, Chloé Bergeron, Zachary Beaulieu, Victoria Boucher, Éli Guimond, Ulrick Guipro-Lebel, Julie Hamel, Marie-Ève Lachapelle, Julien Larivière, Jacob Lauzer, Clara Thompson

Un immense merci à :

L'équipe de l'Institut secondaire Keranna pour l'accueil et la collaboration

L'équipe du Festivoix

Mathis Côté pour le prêt du véhicule vintage

Jean-Sébastien Marcotte et Félix Parent-Rocheleau, propriétaires de l'autobus authentique de 1982