

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**

**Sherbrooke, le 8 décembre 2015**

**Sherbrooke met la table : Une deuxième édition couronnée de succès**

C'est le dimanche 22 novembre que s'est terminée la deuxième édition de *Sherbrooke met la table*, une promotion gourmande à laquelle ont pris part vingt restaurants de Sherbrooke du 13 au 22 novembre. Durant ces dix jours, les restaurants participants ont offert des menus table d'hôte 3 services à 15 \$ ou 20 \$ le midi et à 25 \$ ou 35 \$ le soir.

Cette année, l'*Antidote Foodlab*, *Auguste*, *Bistro Kapzak*, *Comme chez soi*, *Da Leonardo*, *DaToni*, *DT Bistro*, *Guacamole y tequila*, *La Table du chef*, *Le Bouchon*, *Le Cartier*, *L'Entr'amis*, *Lo Ré - fine cuisine du marché*, *Lupa*, *Masala Café*, *Méchant Steak*, *OMG Resto*, *Overflow*, *Sbollo* et le *Tapageur* se sont joints à la promotion gourmande. En plus de ces 20 établissements, les deux microbrasseries *Siboire* sont demeurées le lieu de prédilection pour prendre l'apéro avant de passer à table.

L'initiative mise sur pied par **Destination Sherbrooke** l'année dernière a pour but de rendre les bonnes tables accessibles. Véritable succès, cette deuxième édition a été appuyée par une campagne promotionnelle tant traditionnelle que web. Cette dernière a d'ailleurs généré plus de 1 million d'impressions publicitaires sur internet et les médias sociaux.

Pour la deuxième édition, ce sont plus de 15 000 personnes qui ont visité le site internet de l'initiative, soit 2000 de plus que l'année dernière. Parmi ces visiteurs, 37 % sont originaires de l'extérieur de Sherbrooke. À noter que la version anglaise du site a également généré des centaines de visites, principalement en provenance de la Nouvelle-Angleterre, avec quelques clics s'étendant même jusqu'à New York.

L'effet de *Sherbrooke met la table* s'est clairement fait ressentir auprès des restaurateurs participants. En effet, ils ont pu noter une augmentation de la clientèle d'ordre générale à la même période l'année dernière de 20 à 30 % pour ceux qui en étaient à leur deuxième participation et de près de 40 % pour les nouveaux participants.

« L'année prochaine, j'espère pouvoir offrir l'expérience *Sherbrooke met la table* pendant quinze jours! » affirme Marilyne Beauchemin du restaurant *Comme chez Soi*. « Nous avons même été contraints de refuser quelques tables car nous étions pleins à craquer! »

« Nous sommes très satisfaits des résultats de cette semaine gourmande! Vous pouvez compter sur nous pour l'édition de 2016, » ajoute Marcello Mecatti du restaurant *Da Leonardo*.

### **À propos de *Sherbrooke met la table***

Initiée par **Destination Sherbrooke**, *Sherbrooke met la table* est une promotion gourmande qui rallie pendant 10 jours le milieu sherbrookoïse de la restauration. La deuxième édition de ce rendez-vous culinaire, du 13 au 22 novembre, a mis à l'affiche des menus à prix alléchants dans une foule de restaurants sherbrookoïses situés aux quatre coins de la ville.

Cette année, *Sherbrooke met la table* s'est associée avec PUR vodka, une vodka ultra premium produite au Québec et plusieurs fois récompensées à travers le monde. De fait, certains restaurants participants ont proposés des cocktails à base de PUR vodka. Des créations uniques développées spécifiquement pour s'agencer aux différents menus présentés dans le cadre de *Sherbrooke met la table*.

Organisme responsable de la promotion et du développement récréotouristique durable de la ville de Sherbrooke, Destination Sherbrooke contribue à mettre en place des conditions favorisant l'essor d'une industrie qui génère des retombées économiques de près de 250 M\$ en créant près de 5 000 emplois dans la région sherbrookoïse.

-30-

**Source :** Valérie Laliberté  
Coordonnatrice aux communications  
Destination Sherbrooke  
Tél. : 819 560-4280, poste 305  
Cell. : 819 570-8433  
[valerie.laliberte@destinationsherbrooke.com](mailto:valerie.laliberte@destinationsherbrooke.com)