

Communiqués

Tous les communiqués

Communiqués par sujet

Communiqués par ministère

Services aux collectivités

Développement économique

Éducation

Énergie, Mines et Ressources

Environnement

Conseil exécutif

Finances

Direction des services en français

Santé et Affaires sociales

Voirie et Travaux publics

Justice

Commission de la fonction publique

Tourisme et Culture

Direction de la condition féminine

Communiqués par société d'État

Société de développement du Yukon

Société d'énergie du Yukon



Société d'habitation du Yukon

Société des alcools du Yukon

Commission de la santé et de la sécurité au travail du Yukon



Communiqués conjoints

Nouvelles du premier ministre

Communiqués par date

Communiqués 2017

Janvier

Février

Mars

Avril

Mai

Juin

Juillet

Août

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre

Nouvelles archivées



Communiqué

Pour diffusion immédiate numéro 11-020

Le 8 février 2011

Destination Yukon : lancement de la campagne estivale

WHITEHORSE — Le samedi 12 février, à la faveur des activités entourant la Journée du hockey au Canada de la Banque Scotia, on procédera au lancement de la campagne estivale de Destination Yukon, édition 2011. Cinq nouvelles publicités par messages télévisés seront diffusées sur les réseaux nationaux à partir de Vancouver, Edmonton, Calgary et Toronto.

« La campagne estivale de Destination Yukon, édition 2011, est la plus élaborée et la mieux coordonnée que le ministère a mise sur pied à ce jour », a indiqué la ministre du Tourisme et de la Culture, M^{me} Elaine Taylor. « Plus de 600 000 \$ sont investis dans trois plates-formes de diffusion afin de mieux faire connaître le Yukon dans le sud du Canada. Pour y parvenir, nous présenterons les nombreuses possibilités touristiques du Yukon par l'intermédiaire de messages télévisés, d'Internet et d'annonces imprimées. »

Destination Yukon, une vaste campagne de marketing qui fait la promotion du tourisme au Yukon auprès de la population canadienne, a été mise sur pied en 2008. En 2010, par suite des recommandations fournies par le comité directeur en marketing, un sous-comité de la Tourism Industry Association of the Yukon, le gouvernement du Yukon a alloué une somme supplémentaire de 500 000 \$ à cette campagne afin que celle-ci bénéficie d'un financement stable, sûr et permanent.

Cette année, la campagne s'appuie sur le capital investi auparavant et sur les bons résultats obtenus par la campagne de Pan-North Marketing Consortium et par les initiatives de commercialisation mises en œuvre à Vancouver lors des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010. La campagne se déroulera de février jusqu'à juin.

« Nous sommes enchantés de l'engagement du gouvernement relativement à la campagne estivale de Destination Yukon, édition 2011 », a dit le président de la Tourism Industry Association of Yukon, M. Rod Taylor. « En procédant à son lancement à l'occasion de la Journée du hockey au Canada, nous profiterons d'une magnifique occasion pour mettre en valeur le territoire auprès de voyageurs canadiens potentiels d'un océan à l'autre. »

Le ministère de la Culture et du Tourisme dépense plus de 5 millions de dollars par année pour promouvoir le Yukon partout dans le monde par l'intermédiaire de divers programmes et services. Cela comprend le développement de produits, la mise en marché et les services aux visiteurs.

-30-

Renseignements :

Emily Younker
Communications
Conseil des ministres
867-633-7961
emily.younker@gov.yk.ca

Alicia Debrececi
Communications
Tourisme et Culture
867-667-5318
alicia.debrececi@gov.yk.ca

<%img_newsarticle%>

