

Pour diffusion immédiate  
Le 1er février 2016

## **Une campagne publicitaire pour inciter les Canadiens à venir visiter le Yukon**

OTTAWA — Le gouvernement du Yukon a dévoilé aujourd'hui quatre nouvelles annonces publicitaires pour faire connaître le territoire comme destination toutes saisons auprès des Canadiens. Ces annonces font la promotion de la riche culture autochtone du Yukon, de ses routes panoramiques légendaires, de sa nature sauvage, de son patrimoine historique, sans oublier la ruée vers l'or du Klondike.

« C'est une invitation faite aux Canadiens à visiter le Yukon. Venir dans notre territoire n'aura jamais été aussi facile et abordable, grâce aux vols directs sur Whitehorse, à partir d'Ottawa, qu'offre maintenant Air North, la compagnie aérienne du Yukon », a déclaré la ministre du Tourisme et de la Culture, M<sup>me</sup> Elaine Taylor. « Par sa diversité culturelle et la beauté naturelle de ses paysages, le Yukon offre une expérience véritablement *plus grande que nature* aux visiteurs. »

Ont participé à la production des annonces plusieurs acteurs et artistes-interprètes yukonnais, notamment les danseurs Dakhká Khwáan (lauréats d'un prix national) – une troupe de danse traditionnelle des Tlingits de l'intérieur ayant pignon sur rue à Whitehorse. Les membres de la troupe ont d'ailleurs participé, dans le cadre des Journées du Yukon, au dévoilement des publicités en compagnie de la ministre Elaine Taylor, du premier ministre Darrell Pasloski, de divers ministres, de responsables gouvernementaux et de dirigeants d'entreprises.

« Nous sommes heureux d'être à Ottawa pour le Bal de neige et les Journées du Yukon afin de partager notre patrimoine autochtone avec le Canada et le monde entier », a indiqué Marilyn Jensen, gérante de la troupe Dakhká Khwáan. « Nous avons l'intime conviction qu'il nous incombe de promouvoir notre identité de manière authentique et positive. C'est également pour nous l'occasion de faire ce que nous aimons par-dessus tout : danser et chanter! »

Les Journées du Yukon, qui se dérouleront du 29 janvier au 3 février à Ottawa, sont une vitrine sur la richesse culturelle du territoire pour les visiteurs qui viennent dans la capitale à l'occasion du Bal de Neige annuel.

Deux annonces pour la saison hivernale passent actuellement sur les ondes télévisuelles partout au Canada depuis le mois d'octobre dernier. À compter du mois de mars, ce sont quatre annonces pour la saison estivale qui seront diffusées à l'échelle nationale sur 12 chaînes conventionnelles, dont CTV, Global et CBC, ainsi que sur 13 chaînes spécialisées, parmi lesquelles BBC Canada, Discovery Channel et National Geographic Canada.

Ces annonces télévisées sont financées dans le cadre du programme de promotion touristique *Yukon Now*, en partenariat avec le gouvernement du Yukon et l'Agence canadienne de développement économique du Nord (CanNor). La campagne de marketing *Yukon Now*, représentant un investissement de 3,6 millions de dollars, est la plus importante initiative de promotion du tourisme jamais réalisée dans l'histoire du territoire.

**Pour en savoir plus** : Tourisme Yukon : [www.tourismeyukon.ca](http://www.tourismeyukon.ca) et [www.youtube.com/travel yukon](http://www.youtube.com/travel yukon) (en anglais).

-30-

Un document d'information est fourni ci-dessous.

Renseignements :

Elaine Schiman  
Communications  
Conseil des ministres  
867-633-7961  
[elaine.schiman@gov.yk.ca](mailto:elaine.schiman@gov.yk.ca)

Heather LeDuc  
Communications  
Tourisme et Culture  
867-667-8066  
[heather.leduc@gov.yk.ca](mailto:heather.leduc@gov.yk.ca)

Ann Viau  
Directrice  
Ouellet & Viau Communications  
613-851-1656  
[ann@ovcom.ca](mailto:ann@ovcom.ca)

## **Yukon NOW : le programme de marketing touristique du gouvernement du Yukon**

### **Aperçu**

- Au Yukon, le tourisme est une industrie stratégique et une composante essentielle d'une économie forte et diversifiée. Les publicités télévisées ne constituent qu'un volet des stratégies marketing visant à accroître les revenus des entreprises du Yukon provenant des visiteurs et du tourisme.
- *Yukon Now* représente un investissement conjoint de 3,6 millions de dollars sur deux ans entre le Yukon et le Canada, qui a pour objet de stimuler les efforts de marketing et d'attirer au Yukon davantage de visiteurs du Canada et d'ailleurs dans le monde.
- Ce nouvel investissement en marketing touristique, le plus important jamais réalisé au Yukon, répond à une demande de la

Tourism Industry Association of the Yukon et de la Chambre de commerce du Yukon pour faire connaître le Yukon en tant que destination touristique. La stratégie et les éléments de la campagne ont bénéficié du soutien de ces deux organismes.

- Le programme intègre également des informations émanant d'assemblées publiques qui se sont tenues dans plusieurs localités du territoire et d'échanges de vue avec les principales parties intéressées de l'industrie.
  - La plus grande partie de l'investissement dans le programme *Yukon Now* (86 %) est consacrée au marché intérieur, qui a connu une forte progression au cours des dernières années et qui continue d'ailleurs à afficher un fort potentiel de croissance.
  - Le programme *Yukon Now* permet l'intégration des publicités télévisées à d'autres plateformes marketing comme les médias sociaux et en ligne (notamment la websérie documentaire et le contenu généré par les utilisateurs). Complètement intégré à la campagne marketing actuelle destinée au marché intérieur, Destination Yukon, il s'articule autour des principales initiatives suivantes :

### **Publicités télévisées**

- Le ministère du Tourisme et de la Culture a réalisé six publicités télévisées, filmées localement – deux pour la saison hivernale et quatre pour la saison estivale.
- L'objectif de ces annonces est de mieux faire connaître le Yukon comme destination auprès des Canadiens, les résultats escomptés à long terme étant d'augmenter le nombre de visiteurs dans ce marché.
- Ces six publicités ont coûté 1,045 million de dollars. Plus de 75 % du budget de production ont été dépensés au Yukon.
- La première publicité pour la saison d'hiver est passée sur les ondes télévisuelles en février 2015. Les deux annonces jouant sur la même thématique seront diffusées pendant la campagne de promotion Destination Yukon 2015-2016, destinée aux consommateurs du marché intérieur, en octobre 2015 et en janvier 2016.
- Les quatre publicités pour la saison d'été passeront à la télévision en mars 2016 dans le cadre des campagnes estivales de marketing de Destination Yukon 2015-2016.
- Au total, plus de 165 Yukonnais ont participé à l'élaboration des publicités Yukon Now, que ce soit aux étapes de création, de tournage et de montage, comme membres de la distribution et de l'équipe de prise de vue, ou encore à titre de figurants, de photographes ou de narrateurs (voix hors champ).

### **Websérie documentaire**

- Le projet de websérie documentaire yukonnaise a été réalisé en coordination avec la Screen Production Yukon Association.
- La première année, des équipes locales ont participé à un concours pour la production d'une série de webdiffusions en trois volets présentant des reportages sur le Yukon.
- La deuxième année du projet, cinq producteurs locaux travaillent sur six projets vidéo. Toutes les vidéos seront intégrées à la campagne marketing « Destination Yukon ».
- Le projet a permis la mise en place du premier partenariat du genre avec une société de télédiffusion nationale. Les reportages vidéo réalisés passeront plus de 700 fois sur des chaînes spécialisées (Travel and Escape, Cottage Life, RadX, Aux et Love Nature) au Canada, sur une période de trois mois à compter du 21 décembre.

### **Contenu généré par les utilisateurs**

- Dans le cadre du projet de contenu généré par les utilisateurs, les Yukonnais et les visiteurs sont invités à envoyer leurs photos, vidéos ou histoires préférées sur le Yukon.
- En septembre 2015, au Yukon, le projet de contenu généré par les utilisateurs (qui comprend un volet « contenu généré par les utilisateurs » et un volet « websérie documentaire ») a remporté le Prix d'excellence Explore Canada de 2015 de Destination Canada pour la campagne de relations publiques la plus créative.

*Communiqué numéro 16-036*

Stay up to date with the latest Yukon government news by subscribing to our RSS feed here:  
<http://www.gov.yk.ca/news/rss.html>. Or follow us on Twitter @yukongov.