

Pour diffusion immédiate
Le 12 mars 2015

Le Yukon est prêt à récolter les fruits de sa première mission commerciale au Japon

WHITEHORSE – De retour du Japon après sa première mission commerciale axée sur le tourisme, la délégation yukonnaise misera sur l'augmentation du nombre de vols entre le Japon et le Canada, sur une meilleure connaissance du Yukon en tant que destination voyage et sur les nouvelles initiatives en marketing en collaboration avec la Commission canadienne du tourisme au Japon.

Les représentants de l'industrie touristique du Yukon, en compagnie de la ministre du Tourisme et de la Culture, M^{me} Elaine Taylor, ont effectué une mission commerciale de 9 jours en Asie afin de faire la promotion du Yukon en tant que destination toutes saisons.

« Grâce au nombre de vols vers l'ouest du Canada qui a augmenté l'année dernière et à l'ajout de vols quotidiens pendant la saison estivale dès mai prochain, le Japon constitue un marché prometteur pour le Yukon », a déclaré M^{me} Taylor. « Cette mission a été une occasion en or de rencontrer les voyageurs et les médias japonais pour faire connaître le Yukon et tirer avantage de l'accès accru au transport aérien. »

La délégation yukonnaise a pris part à plus de 130 rencontres avec 92 voyageurs japonais, en plus d'avoir rencontré des médias spécialisés en voyage et des représentants de la Commission canadienne du tourisme (CCT) et de l'Ambassade canadienne à Tokyo.

« Cette mission nous a permis de rencontrer en personne des voyageurs asiatiques et de leur faire découvrir les attractions et expériences uniques que le Yukon a à offrir », a affirmé M. Justin Ferbey, directeur général de la Carcross Tagish Management Corporation et délégué de mission.

Le ministère du Tourisme et de la Culture a signé des accords de marketing avec la CCT représentant 67 500 \$; il s'agit du plus important investissement jamais consenti par le gouvernement du Yukon dans une vaste campagne de marketing au Japon. Les initiatives prévoient notamment la production de capsules vidéos – qui seront diffusées sur une nouvelle chaîne en ligne japonaise consacrée au voyage – la création de nouveaux forfaits par les voyageurs japonais et d'autres activités liées à la promotion du Yukon.

« Le succès des partenariats entre l'industrie, le gouvernement et les partenaires clés comme la Commission canadienne du tourisme est essentiel pour assurer la croissance du secteur touristique du Yukon », a ajouté M^{me} Taylor. « Neuf acteurs de l'industrie touristique yukonnaise ont participé à la mission et ont considérablement investi temps et efforts, ce qui témoigne du ferme engagement du Yukon de pénétrer cet important marché étranger ».

Ce sont surtout les phénomènes naturels, tels que les aurores boréales et le soleil de minuit, les grands espaces, la vie sauvage, de même que l'histoire et la culture du Yukon qui attirent les visiteurs japonais. Une fois sur place, les visiteurs étrangers sont plus susceptibles de prolonger leur séjour et de contribuer ainsi davantage à l'économie du Yukon que les autres visiteurs.

– 30 –

Renseignements :

Elaine Schiman
Communications
Conseil des ministres
867-633-7961
elaine.schiman@gov.yk.ca

Stefanie Richardson
Communications
Tourisme et Culture
867-667-8066
stefanie.richardson@gov.yk.ca

Communiqué numéro 15-083

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.