



STATE OF NEW YORK | EXECUTIVE CHAMBER

ANDREW M. CUOMO | GOVERNOR

즉시 배포용: 2012년 5월 30일

CUOMO 주지사, 여름 관광업 광고 캠페인 런치

상호작용 멀티미디어 캠페인은 대중에 의해 스케치된 "I Love NY" 을 재고안합니다

오늘 Andrew M. Cuomo 주지사는 뉴욕의 비길 데 없는 휴가 장소 및 명소들을 홍보하기 위해 상징적인 "I Love NY" 로고의 재고안을 포함한 새 관광업 광고 캠페인을 런치했습니다. 사상 최초로 뉴욕주는 뉴욕커 및 방문객들이 뉴욕주에 대해 좋아하는 것들을 묘사한 개인적인 스케치를 제출하여 "I Love NY" 로고를 다시 만드는 것을 도와 줄 것을 요청했습니다. 이 "I Love NY" 로고는 지난 3년간 텔레비전 광고에 사용되지 않았습니다.

이 광고는 뉴욕주 모든 지역내 여행지들을 포함합니다. 관광업 홍보에 대한 몇 년간의 예산 삭감 후, 이 광고 캠페인은 올해 뉴욕주 전역에 걸친 관광업을 후원하고자 하는 Cuomo 주지사의 캠페인 약속을 이행합니다. www.iloveny.com 을 방문하면 새 캠페인에 대해 알아보고 광고를 보실 수 있습니다.

"관광업은 약 500,000개의 일자리를 유지시키며, 뉴욕주 및 비즈니스에 수 백억 달러의 수입을 가져다 주는 등 뉴욕주의 경제에 아주 중요합니다,"라고 Cuomo 주지사는 말했습니다. "이 캠페인은 역사상 가장 성공적인 광고 심볼 중 하나로 전 세계에 알려진, 뉴욕주의 중요 자산 중 하나인 'I Love NY' 아이콘을 재고안합니다. 이 캠페인은 여러분들이 뉴욕에 대해 좋아하는 모든 것들을 강조하기 위해 이 아이콘을 되살립니다."

Empire State Development (ESD)의 일부인 뉴욕주 마케팅, 광고 및 관광업부 (New York State Division of Marketing, Advertising and Tourism)는 BBDO 광고와 함께 타주 관광객은 물론 뉴욕커들에게 그들이 뉴욕주를 휴가지로 좋아하는 이유를 스케치하여 그들의 뉴욕주내에서의 가장 의미 있는 여행 경험을 나누도록 요청하는 여름 광고 캠페인을 개발했습니다.

Empire State Development의 회장 겸 최고 경영자인 Ken Adams는, "Cuomo 주지사는 관광업이 저희 주의 매우 중요한 경제 기구임을 알고 계십니다. 현재 관광업은 뉴욕주내 5번째로 큰 고용주로 성장하고 있습니다. 뉴욕에 대한 열정은 부족한 적이 없었습니다. 이제 그 열정을 그 열정이 속한 뉴욕의 심장부 및 그 관광업으로 쏟아 붓고 있습니다. Cuomo 주지사는 국가적인 차원 및 국제적인

Korean

차원에서 뉴욕의 명성 및 뉴욕에 대한 자부심을 회복시켜 왔습니다. 오늘의 새 'I Love NY' 마케팅 캠페인 런치는 모든 뉴욕인들이 자랑스러워하는 또 다른 이유 중 하나입니다."라고 말했습니다.

BBDO 북미 의장이자 광고 최고 책임자 David Lubars는, " 'I Love NY'는 3년 이상 동안 TV 에서 사용되어 오지 않았습니다. Cuomo 주지사의 지도 아래 저희들은 이 독특한 아이콘을 채택해 뉴욕의 역동성과 다양성을 조화시키기 위해 이 아이콘을 훨씬 더 역동적으로 만들었습니다. 저희들은 대중이 뉴욕을 좋아하는 이유를 스케치하도록 하여, 뉴욕주가 이벤트, 장소, 아이콘 및 활동 등 모든 분들이 좋아하는, 아주 많은 것들로 가득한 놀라운 장소임을 보여주고 있습니다. 저희들이 뉴욕주 전역의 관광업 성장을 도우며 따라 이 그림들은 이 캠페인의 초석이 될 것입니다. 저는 BBDO를 대표해 이 캠페인의 일부가 되는 기회를 주신 Cuomo 주지사께 감사드립니다."라고 말했습니다.

이 상징적인 "I [하트를] NY" 로고내 하트를 여러분이 뉴욕주에 대해 가장 좋아하는 것으로 대체해 그린 후 온라인으로 제출하면 됩니다. <http://www.iloveny.com> 로 제출하거나 submit@followyourheartny.com로 이메일을 통해 제출할 수 있습니다. 제출물은 온라인 갤러리에 전시됩니다.

뉴욕주는 이 로고가 도입된 지 약 40년 만에 처음으로 공식적으로 "I Love NY"에 대한 대중들의 해석과 뉴욕을 좋아하는 이유에 대해 묻고 있습니다.

광고는 www.iloveny.com 을 방문하는 분들이 뉴욕주에서 여름 휴가를 계획하도록 장려할 것입니다. 채택된 그림들은 향후 캠페인에서 뉴욕의 많은 다른 경험들에 초점을 둔 새 광고들의 "I Love NY" 하트를 대체할 수 있습니다.

이 캠페인은 강력한 홍보 및 사업을 번창하게 하고 소비자를 자각시키는 디지털 프로그램에 의해 후원을 받습니다. 디지털 프로그램은 "I Love NY" 페이스북, 트위터 및 유튜브 페이지를 포함합니다.

여름 휴가지에 초점을 둔 광고는 7주 동안 방송되며 다음 지역을 포함한 5~6시간 운전 거리내 관광객들을 목표로 합니다; Albany-Schenectady-Troy, Binghamton, Buffalo, Elmira, New York (뉴욕), Rochester, Syracuse, Utica, Watertown, Burlington-Plattsburgh, Cleveland, Hartford-New Haven, Philadelphia, Toronto 및 Montreal.

이 광고는 Today, Good Morning America 등 이른 아침 및 프라임 타임 동안 네트워크 및 프리미엄 채널에서, ESPN, 여행 채널 (Travel Channel) 및 Food Network 등 채널에서 하루 종일 방영될 것입니다.

디지털 미디어 및 텔레비전과 더불어 NYC 택시 TV도 주중에 1시간당 약 4번씩 6,000대의 택시에서 광고할 예정입니다.

Korean

이 새 “I Love NY” 광고는 더 큰 “비즈니스를 위한 뉴욕 오픈 (New York Open for Business)”인, 5,000만 달러의 주 전역에 걸친 비즈니스 이니셔티브내 500만 달러의 관광 마케팅 캠페인의 일부입니다. 이 “I Love NY” 광고 캠페인은 향후 다른 관광 시즌을 위한 확장이 예상됩니다.

이 “I Love NY” 런치는 2011년 뉴욕주내 관광객에 의한 직접 지출은 2010년 뉴욕주내 관광객에 의한 직접 지출에서 8.1% 증가한 538억 달러로, 이는 주세 및 지방세 69억 달러를 발생시킨 뉴욕주의 새로운 높은 직접 지출액을 명시한 관광업 경제학의 최근 보고서에 기초하고 있습니다. 이는 매년 주 전역의 관광업이 연속적으로 8% 이상 증가하여 뉴욕주 관광업이 경기 불황 이전 수준으로 되돌아가도록 도와주었습니다. 관광업은 482,231명을 고용하여 3.8%의 고용 증가를 보였습니다. 뉴욕주 일부 지역, 특히 Adirondacks 및 Catskills 등 농촌 지역에서 관광업은 모든 현지 직업의 최고 16%까지 일자리를 만들어냈습니다.

여러 주들 중 뉴욕주는 캘리포니아주 및 플로리다주에 이어 관광업 경제 크기로 3위를 차지하고 있습니다. 뉴욕주는 다른 주들로부터의 증가된 마케팅 예산 경쟁을 직면하고 있습니다: 플로리다 (9,000만 달러), 캘리포니아 (5,000만 달러) 및 미시간 (2,540만 달러).

###

아래 웹사이트에 가시면 더 많은 뉴스를 보실 수 있습니다: www.governor.ny.gov
뉴욕주 | Executive Chamber | press.office@exec.ny.gov | 518.474.8418