



STATE OF NEW YORK | EXECUTIVE CHAMBER

ANDREW M. CUOMO | GOVERNOR

Pour publication immédiate : 8 mai 2013

LE GOUVERNEUR CUOMO LANCE LA PLUS GRANDE CAMPAGNE TOURISTIQUE DE L'ETAT DE NEW YORK DEPUIS DES DECENNIES

Le Sommet du Tourisme a engendré de nouvelles idées pour attirer plus de visiteurs dans l'Etat de New York

Gouverneur : Le tourisme dans l'Etat de New York égale un apport d'affaires

Le Gouverneur de l'État de New York M. Andrew M. Cuomo a annoncé aujourd'hui le lancement de la plus grande campagne touristique de l'Etat de New York depuis des décennies, engageant près de 60 millions de dollars pour développer l'industrie, créer des emplois et attirer encore plus de visiteurs dans l'Empire State.

L'annonce du Gouverneur est intervenue à la fin du Sommet du Tourisme de l'Etat de New York, où des centaines d'experts du tourisme se sont rassemblés à Albany pour échanger des idées et de nouvelles manières d'attirer des touristes dans chaque coin de l'Etat. En tant que cinquième plus grand secteur de l'emploi de l'Etat de New York, le tourisme a représenté 714 000 emplois et généré plus de 29 milliards de dollars de salaires en 2012. Un emploi sur 12 dans l'Etat de New York est lié au tourisme. Les plus de 202 millions de visiteurs internationaux et nationaux qui ont visité l'Empire State l'an dernier ont généré 57 milliards de dollars de dépenses directement liées au tourisme, et 7 milliards de dollars d'impôts locaux et d'Etat.

« L'Etat de New York possède les plus belles attractions touristiques du monde. Des sommets des Adirondacks aux plages de Long Island, quoi que vous recherchiez, vous pouvez le trouver ici », a déclaré le Gouverneur Cuomo. « Je voudrais que le monde entier connaisse ces atouts, aussi, et je me suis engagé à faire de l'Etat une destination mondiale à voir absolument et à créer de nouveaux emplois et investissements dans l'Etat de New York. »

Après avoir échangé avec des experts du tourisme et écouté les préoccupations et les idées de dirigeants du tourisme locaux et internationaux, le Gouverneur a annoncé une série d'initiatives conçues pour faire de l'Etat de New York la capitale du tourisme du monde :

Le plus haut niveau de financement du tourisme depuis des décennies : Le Gouverneur a annoncé que l'Etat investirait près de 60 millions de dollars dans le financement du tourisme - le plus haut niveau de financement du tourisme depuis des décennies - faisant de l'Etat de New York le troisième état de la nation en matière de financement du tourisme. L'an dernier, l'Etat a investi 19 millions de dollars dans le financement du tourisme.

French

Nouvelle campagne marketing I LOVE NY avec l'Autorité portuaire et la MTA pour la promotion des destinations touristiques du Nord de l'Etat : Dans le cadre du partenariat annoncé aujourd'hui, la MTA et l'Autorité portuaire contribueront pour 2 millions de dollars d'achat d'espace publicitaire dans le métro, sur les bus, dans les trains de banlieue, aux aires d'arrivée des aéroports et kiosques, afin de promouvoir le tourisme du Nord de l'Etat.

- **Le partenariat MTA/I LOVE NY** permettra l'achat de plus de 7 000 espaces publicitaires dans le métro, sur les bus et dans les trains de banlieue de la MTA. Cela comprendra 2 500 affiches dans les stations de métro, sur les quais et dans les voitures de métro ; 2 600 publicités sur les bus de la Ville de New York ; 2 000 publicités dans les trains des réseaux Metro North et LIRR ; et des publicités sur 250 quais des stations Metro North et LIRR, pour promouvoir le tourisme du Nord de l'Etat. L'an dernier, plus de 8,5 millions de personnes ont emprunté chaque jour les métros, bus et trains de banlieue de l'Etat. De plus, la MTA et I LOVE NY feront la promotion sous leurs deux marques des destinations par chemin de fer et des excursions aux plages, vignobles, parcs et attractions de Long Island et de la Vallée de l'Hudson.

- **Le partenariat de l'Autorité portuaire/I LOVE NY** permettra de faire la promotion des carrefours et services de transports les plus importants de l'Autorité portuaire : Aéroport JFK, Aéroport LaGuardia, PATH, Aéroport Stewart, le terminal de bus de l'Autorité portuaire et le service aéroportuaire JFK AirTrain. Les espaces publicitaires disponibles de la campagne de l'Autorité portuaire comprendront : les promenades passagers des Terminals JFK 1 et 5, avec des publicités sur les murs à l'intérieur et les baies vitrées ; de grandes bannières extérieures aux Terminals JFK 1 et 4, conçus pour capter l'attention des voyageurs ; 13 signalétiques lumineuses dynamiques aux aéroports JFK, LaGuardia, et Stewart ; une campagne d'affichage Path Through History sur les voitures de trains PATH et AirTrain et les quais des gares ; une signalétique I love NY et des informations aux kiosques d'information voyageurs situés dans les aéroports JFK, LaGuardia et Stewart ; une vidéo I love NY sur l'affichage digital extérieur Medai Mesh de l'Autorité portuaire PSA au terminal de bus de l'Autorité portuaire ; et plus de 20 publicités digitales/papier intérieures et extérieures au terminal de bus de l'Autorité portuaire, notamment des habillages de colonnes à haute visibilité.

- **Partenariats supplémentaires avec des compagnies aériennes et des aéroports** : En tant que premier point d'entrée pour de nombreux voyageurs et touristes, le Gouverneur a annoncé de nouvelles initiatives pour accueillir les visiteurs dans l'Empire State et les informer sur les nombreux atouts et attractions de l'Etat. Cela comprendra du personnel d'accueil sur site et des centres d'accueil dans les aéroports de l'Etat de New York. Le Gouverneur a également annoncé que les aéroports de l'Etat présenteront l'initiative Taste NY. De plus, le Gouverneur a annoncé que Delta Airlines commencera à présenter des publicités I love NY dans son magazine de vol dès ce mois-ci.

Commission des évènements spéciaux et des sports de l'Etat de New York : Le Gouverneur a annoncé que l'Etat créera une Commission des évènements spéciaux et des sports. Cette commission sera

chargée d'organiser des événements sportifs et autres événements spéciaux dans des sites situés dans tout l'Etat - et de rivaliser l'industrie mondiale du tourisme des sports de 600 milliards de dollars.

Nouveaux centres d'accueil aux frontières et passages interétatiques : Les centres serviront de carrefours d'informations sur les atouts touristiques et attractions de l'Etat. De nouvelles signalétiques mettant en scène les attractions locales seront stratégiquement placées à ces frontières et passages interétatiques.

Nouveaux efforts marketing Taste NY: Comme annoncé aujourd'hui, dans le cadre de l'initiative Taste NY, des produits seront vendus sur les aires de repos situés stratégiquement dans tout l'Etat. Le Gouverneur a également annoncé qu'il y aura une tente Taste NY au tournoi PGA de cette année à Rochester, où l'on vendra et fera déguster des produits locaux Made in NY aux participants du tournoi.

Campagne touristique internationale : De l'Asie à l'Amérique du Sud : Le Gouverneur a annoncé une campagne touristique internationale - ILOVENY ASIA / ILOVENY SOUTH AMERICA - qui invitera les personnes de l'étranger à se rendre dans l'Empire State et pour avoir une présence sur les marchés émergents comme la Chine et le Brésil. Des représentants de l'Etat de New York en Asie et en Amérique du Sud feront la promotion de l'Empire State comme destination touristique principale et aideront à déterminer les itinéraires.

Nouvelles informations touristiques pour les décideurs : Empire State Development sera un centre d'information pour les statistiques du tourisme, offrant aux entreprises de l'Etat de New York un endroit où s'adresser sur la meilleure manière de faire la promotion et d'attirer les touristes.

I LOVE NY à Times Square: L'Alliance Times Square a accepté d'allouer un espace à l'Etat au Centre des visiteurs pour aider à promouvoir les attractions de l'Etat à plus de 400 000 touristes qui passent par Times Square chaque année.

I LOVE NY LGBT: Le Gouverneur a annoncé une initiative touristique de niche I Love NY LGBT, pour promouvoir l'Etat de New York à la communauté homosexuelle, qui représente environ 70 milliards de dollars de dépenses dans le tourisme aux Etats-Unis chaque année.

Le sommet d'aujourd'hui suit une série d'autres initiatives lancées par le Gouverneur Cuomo, notamment New York Open for Fishing and Hunting (l'ouverture de la pêche et de la chasse), Path Through History (un chemin à travers l'histoire), le tourisme du vin, de la bière et des spiritueux et le Défi Adirondack, conçus pour attirer de nouveaux visiteurs, créer de nouveaux emplois et mettre en lumière la beauté naturelle et les attractions incomparables de l'Etat.

###

Des informations supplémentaires sont disponibles au www.governor.ny.gov
Etat de New York | Executive Chamber | press.office@exec.ny.gov | 518.474.8418