STATE OF NEW YORK | EXECUTIVE CHAMBER

ANDREW M. CUOMO | GOVERNOR

Pour publication immédiate : 30 mai 2012

LE GOUVERNEUR CUOMO LANCE UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE POUR LE TOURISME ESTIVAL

La campagne multimédia interactive réinvente « I Love NY » grâce aux esquisses du public

Le Gouverneur de l'Etat de New York M. Andrew M. Cuomo a lancé aujourd'hui une nouvelle campagne publicitaire contenant le célèbre logo « I Love NY » (J'aime New York) afin de promouvoir les destinations vacances et attractions inégalées de l'Etat de New York. Pour la toute première fois, l'Etat a demandé aux New-Yorkais et aux visiteurs de participer à la reconception du logo « I Love NY » en soumettant des esquisses personnelles représentant ce qu'ils aiment de l'Etat de New York. Le logo « I Love NY » n'a pas été utilisé dans une publicité télévisuelle depuis plus de trois ans.

Les publicités montrent des destinations de toutes les régions de l'Etat. Après des années de coupure dans la promotion touristique, cette campagne publicitaire remplit la promesse du Gouverneur Cuomo de soutenir cette année le tourisme partout dans l'Etat. Visitez le www.iloveny.com pour découvrir la nouvelle campagne et regardez les publicités.

« Le tourisme est vital à l'économie de l'Etat, soutenant plus de 500 000 emplois et générant des douzaines de milliards de dollars en recettes pour l'Etat et les entreprises, a déclaré le Gouverneur Cuomo. Cette campagne réinvente un des grands atouts de l'Etat - l'icône 'J'aime New York' - connu partout dans le monde comme l'un des symboles publicitaires ayant connu le grand succès qui soit. Cette campagne redonne vie à cette icône afin de souligner toutes les choses que les gens aiment au sujet de l'Etat de New York. »

La Division du marketing, de la publicité et du tourisme de l'Etat de New York, qui fait partie d'Empire State Development (ESD), conjointement à BBDO Advertising, a développé la campagne publicitaire estivale en demandant aux New-Yorkais ainsi qu'aux visiteurs de l'extérieur de partager leurs meilleures expériences de voyage dans l'Etat en esquissant ce qu'ils aiment de ses destinations vacances.

Ken Adams, président et premier dirigeant d'Empire State Development, a déclaré : « Le Gouverneur Cuomo sait que le tourisme est un moteur économique crucial pour notre région. C'est aujourd'hui le 5e plus grand employeur dans l'Etat, et cela se développe. Il y aura toujours une passion pour New York, et à présent, nous mettons cette passion là où elle appartient - au coeur de New York et de son industrie

touristique. Le Gouverneur Cuomo a restauré la confiance et la fierté qu'on éprouve pour New York et la réputation de l'Etat tant au niveau national qu'international. Le lancement de la nouvelle campagne de marketing 'J'aime New York' est une autre chose dont tous les New-Yorkais peuvent être fiers. »

David Lubars, président et agent de services de création en chef de BBDO Amérique du Nord, a déclaré : « Le logo 'J'aime New York' n'a pas été utilisé à la télévision depuis plus de trois ans. » Sous l'égide du Gouverneur Cuomo, nous avons pris cette icône unique en son genre et l'avons rendue encore plus dynamique pour qu'elle corresponde au dynamisme et à la diversité de New York. En demandant au public d'esquisser ce qu'ils aiment de New York, nous démontrons à quel point l'Etat est un endroit incroyable où tout le monde trouve quelque chose - des événements, des lieux, des emblèmes et des activités. Les dessins seront la pierre angulaire de cette campagne tandis que nous aidons l'industrie touristique à croître partout dans l'Etat. Au nom de BBDO, je remercie le Gouverneur Cuomo de nous offrir l'occasion de participer à cette campagne. »

Les gens peuvent remplacer le coeur du célèbre logo « I [COEUR] NY » en dessinant eux-mêmes ce qu'il préfère dans l'Etat, et en soumettant leur dessin en ligne. Les soumissions peuvent être faites au http://www.iloveny.com ou au submit@followyourheartny.com. Les soumissions seront affichées dans une galerie en ligne.

C'est la première fois en près de 40 ans, depuis la création du logo, que l'Etat de New York a officiellement demandé les interprétations du public et les raisons pour lesquelles on aime New York.

Les publicités encourageront les spectateurs à visiter le www.iloveny.com pour planifier leurs vacances d'été dans l'Etat de New York. Certains dessins seront utilisés pour remplacer le coeur dans le logo « I Love NY » dans de nouvelles publicités recentrées sur les nombreuses expériences qu'offre New York dans de futures campagnes.

La campagne sera soutenue par de solides relations publiques et un programme numérique pour développer le commerce et informer les consommateurs. Les éléments numériques incluent une page « I Love NY » sur Facebook, Twitter et YouTube.

Les publicités, portant surtout sur les destinations touristiques estivales, seront diffusées durant sept semaines et visent les touristes à cinq ou six heures de distance, comme sur les marchés suivants : Albany-Schenectady-Troy, Binghamton, Buffalo, Elmira, New York, Rochester, Syracuse, Utica, Watertown, Burlington-Plattsburgh, Cleveland, Hartford-New Haven, Philadelphia, Toronto et Montréal.

Les publicités seront diffusées tout au long de la journée sur le réseau et les chaînes haut de gamme, tôt le matin et aux heures de grande écoute, durant des émissions comme Today et Good Morning America et sur des chaînes comme ESPN, Travel Channel et Food Network.

En plus des médias numériques et de la télévision, NYC Taxi TV montrera les publicités dans plus de 6000 taxis, environ quatre fois par heure les jours de semaine.

Les nouvelles publicités « I Love NY » font partie d'une campagne de marketing touristique de 5 millions de dollars au sein de la vaste entreprise « New York Open for Business » (New York ouvert aux affaires), une initiative d'affaire de 50 millions de dollars partout dans l'Etat. La campagne publicitaire « I Love NY » devrait toucher d'autres saisons touristiques dans le futur.

Le lancement de « I Love NY » fait suite à un rapport récent de l'Économie touristique disant que les dépenses directes des touristes dans l'Etat de New York en 2011 étaient de 53,8 milliards de dollars, une augmentation de 8,1 % par rapport à 2010 et un nouveau sommet pour l'Etat ayant également généré 6,9 milliards de dollars en impôts locaux et d'Etat. Cela représente au total une croissance de plus de 8 % dans le tourisme annuel dans l'Etat, ce qui a permis au tourisme de New York de revenir aux niveaux précédant la récession. Il y a eu une augmentation de 3,8 % de l'embauche dans l'industrie touristique, pour un total de 482 231, et dans certaines régions de New York, particulièrement dans les communautés rurales comme les Adirondacks et les Catskills, le tourisme génère jusqu'à 16 % des emplois locaux.

Parmi les Etats, New York se classe troisième en ce qui a trait à l'économie touristique, derrière la Californie et la Floride. New York fait face à la concurrence des budgets de marketing à la hausse dans d'autres Etats : Floride (90 millions), Californie (50 millions) et Michigan (25,4 millions).

###

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