

STATE OF NEW YORK | EXECUTIVE CHAMBER ANDREW M. CUOMO | GOVERNOR

Pour publication immédiate : 21 juin 2012

LE GOUVERNEUR CUOMO ANNONCE LE LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE D'ENTREPRISE

Les publicités et le site Web « Le Nouveau New York pour les affaires » visent à attirer, créer et retenir des emplois dans l'État de New York

Publicités créées par BBDC, avec la voix de Robert DeNiro et la musique de Jay-Z et d'Alicia Keys

Le Gouverneur de l'État de New York M. Andrew M. Cuomo a annoncé aujourd'hui que l'État de New York avait lancé les publicités et le site Web « Le Nouveau New York pour les affaires » (The New New York Works For Business), une campagne ayant pour but de montrer au pays en quoi New York est un endroit où les entreprises peuvent croître, prospérer et se développer, générant ainsi emplois et revenus.

Le Gouverneur, rejoint par le porte-parole Sheldon Silver, le chef de la majorité du Sénat Dean Skelos et le directeur administratif de l'agence publicitaire BBDO, a présenté aujourd'hui six publicités qui seront diffusées dans tout le pays, soulignant les ouvertures économiques de l'État. L'initiative « Le Nouveau New York pour les affaires » (New York Open for Business) fait partie de « New York ouvert aux affaires », une campagne de marketing de 50 millions de dollars ayant été votée lors des deux derniers cycles de budget.

Les publicités ont été conçues et produites par BBDO New York en partenariat avec l'Empire State Development (ESD), et on y retrouve la voix de Robert DeNiro et la chanson « Empire State of Mind » de Jay-Z et d'Alicia Keys, tous des New-Yorkais.

« En lançant un message disant que New York est un endroit où les entreprises viennent se développer, nous pouvons nous attaquer à notre plus grande priorité : créer des emplois, des emplois, des emplois, a déclaré le Gouverneur Cuomo. Nous sommes en concurrence avec de nombreux autres États travaillant depuis des années à attirer les entreprises, mais le moment est venu pour la communauté des affaires de réaliser que notre État est l'endroit où réussir et prospérer. En racontant l'histoire d'entreprises ayant déjà du succès dans notre État, nous pouvons susciter encore davantage d'occasions économiques et d'emplois pour les New-Yorkais. Je félicite le chef de la majorité Skelos et le porte-parole de l'Assemblée

Silver, qui travaillent ensemble à attirer les entreprises à New York et à remettre la population au travail. »

Le chef de la majorité du Sénat, Dean Skelos, a déclaré : « En travaillant avec le Gouverneur Cuomo et nos partenaires de l'Assemblée, nous avons réduit les dépenses et les impôts et avons fait de New York un endroit plus attirant pour les entreprises. 'New York ouvert aux affaires' soulignera les progrès que nous avons faits en plus d'offrir un outil de plus pour encourager les entreprises à déménager dans l'État de New York, à y rester et même à y développer leurs affaires. Je félicite le Gouverneur Cuomo de cette initiative, et il me tarde de continuer de travailler pour aider les entreprises à créer des emplois et à consolider notre économie. »

Le porte-parole de l'Assemblée, Sheldon Silver, a déclaré : « La nouvelle campagne de marketing révélée par le Gouverneur cet après-midi envoie un message clair et éloquent : l'État de New York est bel et bien 'ouvert aux affaires'. De voir la reconstruction du World Trade Center dans cette campagne renouvelle ma confiance en un Empire State qui va de l'avant vers une reprise économique historique. En travaillant avec le Gouverneur Cuomo, nous ferons tout ce que nous pouvons pour conserver et développer les entreprises existantes et en attirer de nouvelles dans chaque région de notre grand État. »

« BBDO est fier de participer à cet effort, a déclaré John Osborn, président et premier dirigeant de BBDO New York. Nous sommes une entreprise de New York, installée ici depuis plus de 100 ans. Nous savons ce que New York a à offrir. C'est pourquoi nous voulions créer une campagne avec un rythme et une énergie qui capturent, célèbrent et consolident l'attention renouvelée de l'État sur la communauté des affaires. En même temps, nous voulions montrer la profondeur et l'étendue des services que l'État de New York offre aux entreprises. Qui y a-t-il de mieux pour donner vie à cette histoire que des New-Yorkais de toujours comme Robert DeNiro, Jay-Z et Alicia Keys ? »

Grâce aux efforts pour améliorer le climat des affaires de New York, l'État développe et garde des entreprises. Le compte des emplois du secteur privé de New York s'élève maintenant à 7 321 400, ce qui est un record. De plus, en mai 2012, la main-d'oeuvre de l'État de New York a augmenté de 28 200, le plus important bond depuis 2001.

Le lancement du « Nouveau New York pour les affaires » suit également un nouveau rapport de la Chambre de commerce des États-Unis plaçant l'État dans les 10 meilleurs en matière de croissance, de productivité et d'habitabilité. New York a grimpé de 11 positions depuis le classement précédent. Cette étude était basée sur la capacité de l'État à stimuler les exportations, à favoriser l'innovation, à offrir aux entreprises des certitudes, à maintenir des impôts raisonnables, à insister sur l'excellence de l'éducation et à prioriser l'infrastructure afin de créer des emplois et de faire croître l'économie.

La campagne présentée aujourd'hui consiste en deux publicités de 60 et de 30 secondes visant à présenter à la communauté des affaires « Le Nouveau New York », un New York en partenariat avec les entreprises. Ces deux publicités sont appuyées par quatre capsules de 30 secondes portant principalement sur de fascinantes histoires d'entreprises qui croissent et se développent partout dans

l'État, dont AGE Total Authentic Greek Yogurt, Smith Electric Vehicles, le Global 450 Consortium et BAE Systems. Combinées, ces quatre histoires montrent tout ce que l'État a à offrir aux entreprises.

Dans le cadre de la campagne « Le Nouveau New York pour les affaires », l'État lance également un nouveau site Web - www.theNewNY.com-qui offre un accès rapide à l'information sur l'assistance offerte par l'État de New York aux entreprises de tous les domaines. De la création d'une entreprise à l'accès aux crédits d'impôt et aux stimulants économiques, en passant par le commerce international et l'aide régionale, le site servira de centre complet pour permettre aux entreprises de se développer avec succès dans l'État de New York.

Le tournage de la campagne a commencé en avril 2012. BBDO a travaillé main dans la main avec l'ESD durant cette période. Les publicités télévisées seront diffusées sur tous les marchés de l'État de New York et sur les réseaux nationaux.

Voici ci-dessous un bref aperçu de chacune des histoires d'entreprises :

FAGE

FAGE est venu de Grèce aux États-Unis pour installer un petit producteur de produits laitiers dans le nord de l'État de New York, mais s'est rapidement développé alors que le yogourt grec devenait de plus en plus populaire. Pour soutenir cette croissance rapide, l'État de New York et FAGE se sont associés pour permettre à l'entreprise de s'étendre là où elle en avait le plus besoin : près des producteurs laitiers de l'État de New York.

De petit importateur, FAGE est devenu un chef de file de l'industrie du yogourt, reconnu dans tout le pays. Pour répondre à la demande croissante, FAGE construira des installations de 80 000 pieds carrés à côté de son usine dans le parc industriel de Johnstown, dans le comté de Fulton.

Les coûts totaux du projet sont estimés à plus de 100 millions de dollars, et l'État offre un ensemble de mesures d'encouragement d'une valeur de plus de 1,5 million de dollars pour soutenir la création de 130 nouveaux emplois au cours des trois prochaines années et conserver 160 emplois existants déjà.

GLOBAL 450 CONSORTIUM (NANOTECH DEVELOPMENT)

En septembre 2011, lors de l'une des plus grandes ententes en matière de développement économique dans l'histoire de l'État de New York, cinq importantes entreprises internationales se sont mises d'accord pour investir 4,4 milliards de dollars pour créer la nouvelle génération de puces informatiques. Cette entente marque un taux d'investissement privé record dans le secteur de la nanotechnologie dans l'État de New York et représente une victoire internationale, New York ayant battu des pays d'Europe, d'Asie et du Moyen-Orient en attirant les géants du domaine de la technologie IBM, Intel, Samsung, GLOBALFOUNDRIES et TSMC pour créer et conserver environ 6900 emplois.

L'investissement dans l'État est constitué de deux projets. Le premier projet, qui sera dirigé par IBM et ses partenaires, portera principalement sur la conception des puces informatiques des deux prochaines générations. Ces nouvelles puces alimenteront des systèmes de pointe de toutes tailles, y compris les ordinateurs et applications de la sécurité nationale. Avec ce nouvel engagement, l'investissement total d'IBM dans la technologie des puces dans l'État de New York s'élève à plus de dix milliards de dollars au cours de la dernière décennie.

Le second projet, un effort conjoint entre IBM, TSMC, GLOBALFOUNDRIES et Samsung, visera principalement à transformer la technologie de 300 mm existant déjà en une technologie de 450 mm. Cette technologie produira plus du double de puces traitées sur les tranches de 300 mm d'aujourd'hui, tout en réduisant les coûts afin d'offrir les prochaines générations de cette technologie à meilleur prix et avec un moindre impact sur l'environnement.

En plus des 4,4 milliards de dollars en investissement privé, l'État de New York investira 400 millions de dollars au SUNY College for Nanoscale and Science Engineering (CNSE) d'Albany.

BAE

En novembre 2011, après la grave destruction des propriétés et l'interruption des affaires causées par la tempête tropicale Lee, l'État de New York a pu agir et ainsi sauver l'un des plus gros employeurs du Southern Tier - BAE Systems -, préservant ainsi les emplois d'environ 1350 résidents.

Les installations de BAE Systems sur Main Street ont subi d'importants dommages en raison des inondations causées par la tempête tropicale Lee. Au sommet des inondations, l'usine de BAE était inondée par plus de 16 millions de galons d'eau, causant potentiellement des douzaines de millions de dollars en dommages. L'entreprise a annoncé en octobre qu'elle ne retournerait pas à l'usine de Johnson City et recherchait une nouvelle usine dans un rayon de 35 miles. La perte de l'entreprise à cet endroit aurait entraîné des répercussions énormes sur l'économie locale, les familles, les communautés et les districts scolaires, BAE étant l'un des plus gros employeurs de la région.

Pour venir en aide à BAE, l'État a réuni un ensemble de mesures d'encouragement de 40 millions de dollars en crédit d'impôt touchant aux emplois et investissements sur une période de cinq ans grâce à des mesures législatives qui permettaient aux entreprises durement touchées par les désastres naturels de recevoir des avantages fiscaux pour conserver les emplois dans l'État de New York.

SMITH ELECTRIC VEHICLES

En novembre 2011, Smith Electric Vehicles (Smith), chef de file dans le domaine des véhicules électriques commerciaux sans émissions, a annoncé un investissement de 8 millions de dollars dans l'établissement d'une unité de production de technologie propre dans le South Bronx, New York, ce qui permettra la création de 100 nouveaux emplois. Un ensemble de mesure d'encouragement de l'État et de la Ville d'une valeur de plus de 6 millions de dollars est offert pour augmenter l'investissement privé de l'entreprise, et ce, en plus d'un investissement privé de 8 millions de dollars. L'État a également annoncé le développement d'un programme de 10 millions de dollars financé par le gouvernement fédéral pour acheter des véhicules électriques sans émissions et attirer les entreprises vertes dans l'État de New York.

Dans le cadre de cette entente, Smith louera un bâtiment de 90 000 pieds carrés (8360 m2) près de Hunts Point dans le South Bronx et investira dans les travaux de rénovation, l'équipement, la formation et autres projets. Smith rénovera et équipera l'ancien bâtiment Murray Feiss dans le South Bronx pour ses installations de montage, services et ventes. À compter de 2012, la société fabriquera le Newton™, un véhicule utilitaire sans émission, entièrement électrique avec une gamme en tête du marché, une charge utile de plus de 16 000 livres et des coûts de fonctionnement annuels moyens d'un tiers à la moitié moins de ceux des véhicules diesel conventionnels. La division Frito-Lay de PepsiCo, Duane Reade, Coca Cola et Down East Seafood ont acheté et utilisent actuellement les véhicules Newton de Smith dans la ville de New York.

Kenneth I. Chenault, président et premier dirigeant d'American Express, a déclaré : « Tandis que les secteurs public et privé travaillent dur pour faire de l'État de New York un chef de file pour les entreprises, nous devons faire connaître tous les avantages qu'on y offre. Cette nouvelle campagne de marketing montre pourquoi New York, sous l'égide du Gouverneur Cuomo, est redevenu un endroit propice aux entreprises qui se développent et créent des emplois. »

Russell M. Artzt, vice-président et fondateur de CA Technologies, a déclaré : « Avec chaque nouvelle entreprise que nous voyons démarrer et chaque entreprise prospère qui reste dans l'État de New York, il est évident que les efforts du Gouverneur Cuomo pour que fonctionne de nouveau le gouvernement d'État sont en train de porter fruit. Cette campagne de marketing générera de ce succès plus d'affaires et plus d'emplois pour les New-Yorkais en attirant les entreprises pour qu'elles investissent et créent du travail ici. C'est pour notre État un excellent investissement dans son propre futur. »

G. Thomas Tranter, Jr., président de Corning Enterprises, a déclaré : « Grâce à des réalisations comme la création des Conseils régionaux, au plan d'infrastructure des Travaux de New York et au retour à un budget fiscalement responsable, le Gouverneur Cuomo a profondément changé l'approche de l'État de New York à la croissance économique. Ces réalisations ont montré un nouveau niveau de compétence ayant pavé la route vers le rétablissement de la confiance par les premiers dirigeants qui voient maintenant les avantages de faire des affaires dans le nouveau New York. L'effort marketing 'New York ouvert aux affaires' est essentiel pour dire aux entreprises, près ou loin, pourquoi elles devraient considérer New York. »

Julie Shimer, présidente d'ESDC Chair et directrice générale de l'innovation chez Welch Allyn Inc., a déclaré : « En affaires, il s'agit de concurrence, et grâce aux efforts du Gouverneur Cuomo pour améliorer l'environnement des affaires dans l'État, New York est dans une meilleure position pour être concurrentiel en matière d'investissements. Cette campagne de marketing créera de nouveaux débouchés pour les économies du nord de l'État afin d'accélérer la reprise et la croissance en montrant que New York non seulement est ouvert aux affaires, mais que c'est un bon endroit pour en faire. »

Kathy Bloomgarden, Ph.D., première dirigeante de Ruder Finn Inc., a déclaré : « Cette campagne de marketing capture l'esprit d'optimisme qui vient de la réputation croissante de l'État de New York en tant que chef de file pour les entreprises et de site idéal pour la croissance et la création d'emplois. En souligant les avantages à faire des affaires à New York, nous pourrons mieux attirer les entreprises de partout au pays et dans le monde, exposant le nouveau New York comme le meilleur endroit pour leurs activités. »

Eric Mower, président et premier dirigeant chez Eric Mower and Associates, a déclaré : « Les autres États ayant attiré nos entreprises et nos emplois durant des années, il est réjouissant de voir que

l'Empire State contre-attaque avec une campagne de marketing montrant aux entreprises que New York est l'endroit idéal. Avec l'approche de la croissance économique priorisant les entreprises du Gouverneur Cuomo, cette campagne permettra de raconter l'histoire de New York aux entreprises potentielles de partout dans l'État et au pays. »

Robert G. Wilmers, président et premier dirigeant de la M&T Bank Corporation, a déclaré : « Attirer les investissements du secteur privé et la croissance économique est une composante clé dans le plan du Gouverneur Cuomo pour un nouveau New York. Grâce à la nouvelle campagne 'Ouvert aux affaires', nous montrerons aux entreprises de New York à la Californie et de partout dans le monde que nous sommes redevenus un endroit de choix où les entreprises peuvent se développer et investir. Tandis que New York change son approche du développement économique, cette campagne de marketing nous aidera à consolider notre image et à bâtir une économie plus prospère. »

Donny Deutsch, président de l'agence publicitaire Deutsch Inc., a déclaré : « La campagne de marketing 'Ouvert aux affaires' fait appel à de véritables histoires d'entreprises new-yorkaises pour montrer en quoi New York est pour une entreprise l'endroit idéal où se développer. Alors que le Gouverneur Cuomo reconstruit New York avec son leadership efficace, cette importante campagne de marketing repositionnera New York grâce à un programme de communications coordonné et complet qui racontera l'histoire de l'État comme étant un endroit dynamique où faire des affaires. »

Shelly Lazarus, présidente d'Ogilvy & Mather, a déclaré : « Les efforts de marketing comme ceux-là sont essentiels pour construire le futur économique de New York. Grâce aux efforts du Gouverneur Cuomo, on dénote une nouvelle attitude dans notre État envers les affaires. Il faut maintenant transmettre le message. »

###

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