



STATE OF NEW YORK | EXECUTIVE CHAMBER

ANDREW M. CUOMO | GOVERNOR

즉시 배포용: 2013년 5월 8일

CUOMO 주지사, 수 십 년 만에 뉴욕 최대 관광 캠페인 개시

관광 서미트로 뉴욕주에 더 많은 관광객을 유치하는 새로운 길을 개척

주지사: 뉴욕시 관광은 비즈니스

Andrew M. Cuomo 주지사는 몇 십 년 만에 뉴욕 최대의 관광 캠페인을 시작하여 관광 업계에서 6000만 달러의 성장을 도모하고 일자리를 창출하며 뉴욕주가 더 많은 방문객을 맞이하도록 하겠다고 발표했습니다.

주지사는 수 많은 관광 전문가들이 Albany에 모여 뉴욕주 전역에 관광객을 유치하는 새로운 방법을 논의한 뉴욕주 관광 서미트에서 결정된 내용을 발표했습니다. 뉴욕주에서 5번째로 고용 규모가 큰 관광산업은 2012년에 714,000개의 일자리를 통해서 29억 달러의 인건비를 지불했습니다. 뉴욕주의 직업 12개 중 하나는 관광과 관련이 있는 직업입니다. 작년에 2억 200만 명의 해외 및 국내 관광객들이 뉴욕을 방문했으며 그 결과 570억 달러를 관광으로 지출했고 주 및 지방세로 70억 달러의 세수를 획득했습니다.

“뉴욕주는 세계에서 가장 아름다운 관광지 중 몇 가지를 보유한 주입니다. Adirondacks의 산봉우리부터 롱아일랜드의 해변에 이르기까지 관광객이 원하는 모든 명소가 뉴욕주에 있습니다.” “뉴욕주가 이러한 자산을 가진 장소라는 것을 세상에 알리고 세계적인 '관광 명소'가 되도록 모든 노력을 기울일 것이며 새로운 일자리와 투자를 창출할 것입니다”라고 Cuomo 주지사는 말했습니다.

관광 전문가와 토론하고 지역 및 해외 관광 담당자의 아이디어와 문제점에 대해 들은 후 주지사는 뉴욕주를 세계적인 관광 중심지로 만들 일련의 운동을 다음과 같이 발표했습니다.

수 십 년 동안 최대 규모의 관광 자금 조성: 주지사는 뉴욕주가 수 십 년 만에 가장 규모가 큰 관광 자금으로 약 6000만 달러를 투자하기로 했다고 발표하여 뉴욕주는 관광 자금 규모에서 국내 3번째 주가 되었습니다. 작년에는 뉴욕주가 관광 자금에 1900만 달러를 투자했었습니다.

항구 관할 기관과 MTA와 협력한 새로운 I LOVE NY 마케팅 캠페인으로 뉴욕주 북부 지역의 관광 활성화: 오늘 발표한 제휴에 따라 MTA와 항구 관할 기관은 200만 달러 상당의 광고 공간을 지하철,

버스, 통근 열차 시스템, 공항과 키오스크 등에 제공하여 뉴욕주 북부 지역 관광 활성화를 하게 됩니다.

- **MTA/I LOVE NY 파트너십**으로 7,000개 이상의 광고 공간이 MTA 지하철, 버스, 통근 열차 시스템에 생기게 됩니다. 여기에는 뉴욕주 북부 지역 관광을 홍보하는 지하철 역, 플랫폼, 철도 차량의 2,500개 포스터, 뉴욕시 버스의 2,600개의 광고, Metro North와 LIRR 열차역 플랫폼의 2,000개의 광고 등이 포함됩니다. 작년에 850만 명의 사람들이 뉴욕주 지하철, 버스, 통근 열차를 매일 이용했습니다. 또한 MTA와 I LOVE NY는 롱 아일랜드와 Hudson Valley 해변, 와이너리, 공원, 관광지 등으로 가는 철도 및 여행 패키지를 공동으로 만들게 될 예정입니다.

- **항구 관할 기관(Port Authority)/I LOVE NY 파트너십**으로 항구 관할 기관의 가장 중요한 여행 허브와 서비스인 JFK 공항, 라파디아 공항, PATH, Stewart Airport, Port Authority Bus Terminal 및 JFK AirTrain에서 광고를 하게 됩니다. 항구 관할 기관이 이 캠페인으로 허용하는 광고 공간은 JFK 터미널 1과 5의 승객 통로(내부 벽과 창문 광고), JFK 터미널 1과 4의 해외 관광객의 시선을 끌기 위한 대형 실외 배너, JFK, LaGuardia, Stewart 터미널 13개 배경 조명을 사용한 “다이내믹한” 표지판, PATH에 게시될 “Path Through History” 광고, AirTrain 차량 광고 및 기차역 플랫폼 포스터, Port Authority Bus Terminal에 설치된 “I Love NY” 비디오 PSA의 항구 관할 기관의 옥외 디지털 “Media Mesh” 디스플레이, 기둥을 눈에 띄는 소재로 덮는 것을 포함하여 Port Authority Bus Terminal의 20여 개 실내외 인쇄/디지털 광고 리소스.

- **기타 항공사 및 공항 파트너십:** 뉴욕주를 처음 방문하는 관광객이 많기 때문에 주지사는 이러한 관광객을 반갑게 맞이하고 뉴욕주의 다양한 자산과 명소에 대해 소개하는 새로운 운동을 발표했습니다. 여기에는 뉴욕의 각 공항의 현장 환영 담당자 및 환영 센터가 포함됩니다. 주지사는 또한 뉴욕주의 공항에서 Taste NY를 실시한다고 발표했습니다. 또한 주지사는 Delta Airlines가 이번 달부터 기내 잡지에 I LOVE NY 광고를 게재하기로 했다고 발표했습니다.

뉴욕주 스포츠 및 특별 이벤트 위원회: 뉴욕주는 스포츠 및 특별 이벤트 위원회를 만들 계획이라고 주지사는 발표했습니다. 이 위원회는 주 전체 지역에 스포츠와 특별 이벤트를 개최하고 6000억 달러의 전세계 스포츠 및 관광 산업 기금을 유치하기 위해 경쟁하게 될 것입니다.

주 경계 및 통로의 새로운 환영 센터: 이 환영 센터는 주 관광 자산과 명소에 대한 정보의 중심지 역할을 할 것입니다. 새로운 지역 명소를 소개하는 표지판도 주 경계나 통로에 전략적으로 배치할 계획입니다.

New Taste NY 마케팅 노력: 오늘 발표했듯이 Taste NY 제품은 주 전체 지역에 있는 휴게소에서 전략적으로 판매됩니다. 주지사는 또한 로체스터에서 열리는 올해의 PGA 토너먼트에서 Taste NY Tent를 마련하여 뉴욕주에서 생산한 제품을 판매하고 시식하게 할 계획이라고 발표했습니다.

해외 관광 캠페인: 아시아에서 남미까지: 주지사는 ILOVENY ASIA / ILOVENY SOUTH AMERICA라는 해외 관광 캠페인을 발표하여 해외 관광객을 유치하고 중국 및 브라질과 같은 이머징 마켓에서의 입지를 넓힐 생각입니다. 아시아와 남미에 뉴욕주 담당자를 배치하여 뉴욕주를 최고의 관광 명소로서 홍보하고 여행 계획을 세우는 것을 지원하게 됩니다.

의사 결정자를 위한 새로운 관광 정보: Empire State Development는 관광을 위한 정보센터의 역할을 하면서 뉴욕 사업체에게 관광객을 유치하는 최선의 방법에 대한 정보를 제공하게 될 것입니다.

타임 스퀘어의 I LOVE NY: Times Square Alliance는 관광 센터에 뉴욕주를 위한 공간을 제공하여 매년 Times Square를 방문하는 40만 명의 관광객에게 뉴욕주의 명소를 소개하도록 할 계획입니다.

I LOVE NY LGBT: 주지사는 뉴욕주를 LGBT 커뮤니티에 홍보하기 위한 I Love NY LGBT 니체 관광 운동을 발표했는데 뉴욕주에서 관광 지출로 매년 약 700억 달러의 수익을 올릴 것으로 예상됩니다.

오늘 서미트 이후에도 Cuomo 주지사가 주축이 되어 New York Open for Fishing and Hunting, Path Through History, Wine, Beer and Spirits 관광, Adirondack Challenge, 등과 같이 새로운 관광객을 유치하고 새 일자리를 창출하며 뉴욕주의 자연 경관과 최고의 명소에 초점을 맞추기 위해 만든 운동이 몇 개 더 이어질 것입니다.

###

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