



Built to Lead

Pour publication immédiate : 28/11/2016

GOUVERNEUR ANDREW M. CUOMO

LE GOUVERNEUR CUOMO ANNONCE QUE LES VENTES DE TASTE NY ONT PLUS QUE DOUBLÉ EN 2016

Les ventes sont supérieures à 10,5 millions de dollars jusqu'à ce jour en 2016 dans les magasins, concessions et événements Taste NY

Les ventes dépassent le but ambitieux du discours sur l'État de l'État du Gouverneur

Le Gouverneur Andrew M. Cuomo a annoncé aujourd'hui que l'initiative Taste NY a dépassé son but, à savoir doubler les ventes brutes des entreprises participantes en 2016. En moins d'un an, les ventes brutes totales des produits de New York dans les magasins, concessions et événements Taste NY ont grimpé d'environ 4,5 millions de dollars en 2015 à plus de 10,5 millions de dollars jusqu'à ce jour en 2016. La hausse des ventes reflète la demande croissante de la part des consommateurs de produits locaux qui supportent l'industrie agricole et les petites entreprises de New York.

« Taste NY fait la lumière sur les produits alimentaires et les boissons de classe mondiale de New York et cette étape importante démontre la demande continue et croissante de marchandises fabriquées et cultivées à l'échelle locale », **a déclaré le Gouverneur Cuomo.** « Grâce à la promotion de ces excellents produits de New York, nous aidons à soutenir les fermes et entreprises locales, créer des emplois et accroître la croissance économique dans l'ensemble de New York. Avec la saison des fêtes à venir, l'initiative Taste NY est prête pour une année 2016 encore meilleure. »

Dans le discours sur l'État de l'État de cette année, le Gouverneur Cuomo fixe un but ambitieux, à savoir doubler les ventes de Taste NY de 2015, de 4,5 millions de dollars à 9 millions de dollars, afin de continuer à renforcer l'industrie des produits alimentaires et des boissons de New York en pleine expansion et d'offrir une plateforme pour que les entreprises agroalimentaires de l'État puissent vendre leurs produits. Ce plan inclut l'ajout de quatre nouveaux magasins et cafés Taste NY et deux nouveaux bars Taste NY, établit plusieurs nouveaux partenariats, accroît les débouchés de marketing des fournisseurs lors des événements spéciaux et renforce les relations avec les consommateurs du monde entier.

Marchés, cafés et magasins Taste NY

Un marché Taste NY (Taste NY Market) a récemment ouvert dans le tout nouveau [Centre](#) d'accueil de Long Island (Long Island Welcome Center) à Dix Hills, ce qui offre une possibilité aux producteurs locaux de vendre leurs produits, de relier les résidents et visiteurs de New York avec les producteurs de denrées alimentaires et de boissons de l'État et d'encourager l'agrotourisme. Le marché Taste NY présente une vaste sélection de petits déjeuners et déjeuners frais utilisant des ingrédients provenant de

cultivateurs de Long Island et offre des encas à emporter et des produits spécialisés locaux en vente.

L'ouverture du marché a fait suite au lancement de plusieurs emplacements de café/bistro et magasin Taste NY (Taste NY Café/Bistro) dans l'ensemble de l'État, créés pour mettre en avant l'agriculture et promouvoir le tourisme. En septembre, un nouveau [Bistro](#) Taste NY a ouvert ses portes au Centre Javits (Javits Center) dans la Ville de New York. De plus, [la halte routière Living History de l'écluse E-13 \(Lock E-13 Living History rest area\)](#) dans la Vallée de la Mohawk a ouvert ses portes aux voyageurs cet été et inclut un nouveau magasin Taste NY.

En mai, le Gouverneur a inauguré le nouveau projet de rénovation des Parcs d'État à Jones Beach, dont un [Café](#) Taste NY. Le café dans West Bathhouse représente un des emplacements les plus fréquentés de Taste NY de l'État, avec plus de 6 millions de personnes visitant Jones Beach de façon saisonnière et met en avant des produits de plus de 30 producteurs différents de denrées alimentaires et de boissons situés dans presque toutes les régions de New York, dont Long Island.

Partenariats Taste NY

En 2016, le Gouverneur a également annoncé le [partenariat](#) Taste NY avec Amtrak afin d'offrir des produits fabriqués à New York aux voyageurs de l'intérieur et de l'extérieur de l'État et aux visiteurs du monde entier. Grâce à ce nouveau programme pilote, les produits alimentaires et boissons de New York sont vendus dans les wagons d'encas de 13 trains de New York. Amtrak estime qu'environ 1 million de passagers effectuent ces trajets chaque année. Taste NY a également établi un partenariat avec le [Parc d'État de Niagara Falls \(Niagara Falls State Park\)](#) afin de mettre en avant des produits fabriqués à l'échelle locale dans l'ensemble du parc et dans son restaurant Top of the Falls.

Événements/Concessions

Tous les ans, Taste NY participe à entre 40 et 80 événements, où les participants peuvent déguster des produits locaux, découvrir des marques locales et acheter des produits alimentaires et boissons fabriqués dans l'État de New York. Ces événements vont d'un marché Taste NY très populaire de la Grande Foire de l'État de New York (Great New York State Fair) à la toute première présentation Taste NY du [Tournoi de golf Barclays du Parc d'État de Bethpage \(Barclays Golf Tournament at Bethpage State Park\)](#), qui promeut des douzaines de fermes et producteurs de New York pendant l'événement du PGA de quatre jours.

Le café Taste NY temporaire du Tournoi de golf Barclays (Barclays Tournament) mise sur les partenariats de concessions fructueuses établis en 2016 avec des lieux et complexes sportifs importants comme le Centre Barclays à Brooklyn (Barclays Center) et Nikon au Jones Beach Theater. Le [Bar](#) Taste NY du Centre Barclays, qui comprend Brooklyn Nets et New York Islanders, offre une sélection complète de vins, bières, liqueurs et cidres de New York provenant de l'ensemble de l'État à environ deux millions de visiteurs du complexe par an. Taste NY a également établi un partenariat avec les Parcs d'État et la première société de divertissement, Live Nation, à promouvoir l'industrie des boissons artisanales de New York en plein essor grâce au lancement d'un deuxième bar Taste NY à [Nikon au Jones Beach Theater](#).

Cette année, le partenariat de l'État avec les équipes de la Ligue mineure de baseball a été étendu pour inclure les Tri-City Valley Cats, Batavia Muckdogs, Auburn Doubledays,

Staten Island Yankees et Rochester Red Wings. Ensemble, ces stades reçoivent environ 820 000 visiteurs saisonniers.

Le Commissaire à l'agriculture de l'État, Richard A. Ball, a déclaré : « New York a certains des produits alimentaires et boissons les plus uniques et diversifiés dans le monde entier et ils sont fabriqués avec des ingrédients cultivés et produits par les fermiers de New York. Je ne pourrais pas être plus ravi de voir que les consommateurs du monde entier notent et répondent à la marque Taste NY à l'appui des produits fabriqués à New York. Ce programme a vraiment pris son essor cette année et je ne vois pas de limite à notre succès potentiel grâce à l'exposition à ces excellentes entreprises qui constituent une industrie agricole plus robuste et aident à développer l'économie de New York. »

Dean Norton, Président du Bureau des fermes de l'État de New York (New York Farm Bureau), a déclaré : « Les produits cultivés et fabriqués par les fermiers de New York sont sans pareils et le succès du programme Taste NY met en avant l'intérêt grandissant des consommateurs envers ce que les fermiers ont à offrir. Avec l'augmentation des efforts de marketing, nous sommes confiants que les fermiers de l'ensemble de l'État répondront à la demande croissante. Cela offrira non seulement aux consommateurs ce qu'ils recherchent, mais soutient aussi l'économie agricole rurale. »

Ryan Fleischhauer, Propriétaire de Horseshoe Brand, a déclaré : « Notre expérience avec Taste NY a été agréable et productive pour le moins. Non seulement nous avons été invités à de nombreux événements Taste NY pour exposer nos produits, mais nous avons aussi noué de solides relations avec les magasins Taste NY. Nous recommanderions sans réserve à toutes les autres entreprises de New York de participer à Taste NY pour obtenir la reconnaissance de leur propre gamme de produits. »

Barry Moore, Propriétaire de JNB Foods à Albany, a déclaré : « La plateforme Taste NY a représenté un atout incroyable pour promouvoir les entreprises new yorkaises ici à New York et à l'étranger. Taste NY représente un titre de produits sains de qualité supérieure qui sont fabriqués avec fierté. Nous sommes fiers de promouvoir que nos produits sont 'délicieux, nutritifs et sans gluten' et que nous sommes une entreprise familiale Taste NY détenue par des vétérans. »

Mike Spuck, Président de Sweet Carol Swine BBQ LLC à Henrietta, a déclaré : « Je tiens à remercier Taste NY pour permettre la participation de Sweet Carol Swine BBQ LLC à la Foire de l'État de New York de cette année. Le programme Taste NY est si précieux pour l'expansion et la marque de mon entreprise et de mes produits et je ne peux pas les remercier suffisamment. »

Anthony Benti, Propriétaire de Bent's Fresh Bread, a déclaré : « Je suis très fier de faire partie de l'engagement de Taste NY à offrir aux New Yorkais des produits locaux de qualité. Je suis extrêmement enthousiasmé par les futures possibilités. »

À propos de Taste NY

Taste NY est une initiative du Gouverneur Cuomo lancée en 2013 en vue de promouvoir les industries des produits alimentaires et des boissons à New York. Cette initiative est supervisée par le Département de l'agriculture et des marchés (Department of Agriculture and Markets) et a permis de créer des opportunités pour que les

producteurs locaux puissent présenter leurs produits lors de grands événements publics tels que la Grande Foire de l'État de New York (Great New York State Fair) et le Tournoi de golf Barclays au Parc d'État de Bethpage (Bethpage State Park).

Depuis son lancement en 2013, l'initiative Taste NY a enregistré une croissance et reconnaissance constantes. Ce programme a déclaré des ventes de 1,5 million de dollars en 2014 et a triplé ces chiffres à 4,5 millions de dollars en 2015. Aujourd'hui, les produits de New York vendus sous la marque Taste NY sont vendus dans plus de 60 emplacements dans l'ensemble de l'État, ainsi que dans le Bureau du commerce et du tourisme de l'État de New York (New York State Office of Trade and Tourism) à San Juan, Porto Rico. Chaque mois, le programme Taste NY reçoit des informations de 30 entreprises de produits alimentaires et de boissons de New York en moyenne désirant participer à l'initiative Taste NY et à ses événements.

Pour plus d'informations sur Taste NY, visitez le www.taste.ny.gov. Connectez-vous avec Taste NY sur [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) et [Pinterest](#).

###

Des informations complémentaires sont disponibles à l'adresse www.governor.ny.gov
État de New York | Chambre Exécutive | press.office@exec.ny.gov | 518.474.8418