



Built to Lead

즉시 배포용: 2016 년 11 월 28 일

ANDREW M. CUOMO 주지사

CUOMO 주지사, TASTE NY 매출이 2016 년에 2 배 이상 신장되었다고 발표

**Taste NY 상점, 매점, 행사 등을 통해 2016 년에 현재까지 1,050 만 달러 이상의
매출 달성**

주지사의 야심찬 뉴욕주 시정 목표를 초과 달성한 매출액

Andrew M. Cuomo 주지사는 오늘, 2016 년 Taste NY 사업에 참여한 기업들의 총매출을 2 배로 신장시키기 위한 목표를 초과 달성했다고 발표했습니다. 1 년도 채 안되어 Taste NY 상점, 매점, 행사 등에서 달성한 뉴욕 상품의 전체 총 매출이 2015 년 약 450 만 달러에서 2016 년 현재까지 1,050 만 달러 이상으로 뛰어 올랐습니다. 매출 증가는 뉴욕주의 영농 산업 및 중소기업을 지원하는 현지 제품에 대한 소비자의 수요 증가를 반영합니다.

Cuomo 주지사는 이렇게 말했습니다: “Taste NY 사업은 뉴욕주의 세계적인 수준의 음식과 음료에 빛을 비추고 있습니다. 이 이정표는 현지에서 생산되며 자가 재배된 농산물에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음을 보여줍니다. 이 훌륭한 뉴욕산 제품들을 홍보함으로써, 우리는 현지 농장과 사업을 지원하며 일자리를 창출하고 뉴욕주 전 지역의 경제가 성장할 수 있도록 돕고 있습니다. 연말 휴가 시즌을 앞두고, Taste NY 사업은 더 위대한 2016 년을 준비하고 있습니다.”

금년도 주지사의 시정 방침 연설에서, 뉴욕주의 성장하고 있는 식음료 산업을 지속적으로 강화시키며 뉴욕주의 농산물 시장에 뉴욕주 영농 제품을 위한 플랫폼을 제공하기 위해, Cuomo 주지사는 Taste NY 사업의 450 만 달러의 2015 년 매출액을 900 만 달러로 2 배 신장시킨다는 야심찬 목표를 설정했습니다. 이 계획으로 4 개의 새로운 Taste NY 상점 및 카페와 2 개의 새로운 Taste NY Bar 가 추가되었으며, 여러 가지 새로운 제휴 관계가 확립되었고, 특별 행사에서 벤더들을 위한 마케팅 기회가 늘었으며, 전 세계 소비자들과의 관계가 강화되었습니다.

Taste NY 마켓, 카페, 상점

딕스 힐즈의 새로운 Long Island Welcome [Center](#) 내에 최근에 개장된 Taste NY 마켓은 지역 생산업체들이 자신의 제품을 시장에 내놓을 기회를 제공하며, 뉴욕 주민들 및 방문객들에게 뉴욕주의 식음료 생산업체들을 연결시켜 농촌 체험 관광을 촉진하고 있습니다. Taste NY 마켓은 롱아일랜드 재배업체들이 직접 재배한 재료를 사용하여 만든

아침 및 저녁 식사의 신선한 메뉴를 폭넓게 선보이고, 판매용 현지 즉석 간식 및 특산품들을 제공하고 있습니다.

마켓의 개장 이후 몇가지 독특한 Taste NY Café/Bistro 가 따라서 개장했으며, 뉴욕주 전 지역에 지점 상점들이 영농 산업을 집중 조명하고 관광산업을 증진시키기 위해서 만들어졌습니다. 9 월에 새로운 Taste NY [Bistro](#) 가 뉴욕시의 Javits Center 에서 개장했습니다. 또한 모호크 밸리에 [Lock E-13 Living History 휴게소](#)가 올 여름 여행객들을 위해 개장되었으며 새로운 Taste NY 상점이 입점하였습니다.

5 월에 주지사는 존스 비치에 Taste NY [Café](#) 가 포함된 새로운 뉴욕 주립 공원 개보수 프로젝트를 시작하였습니다. West Bathhouse 의 이 카페는 계절별로 존스 비치로 방문하는 600 만명 이상의 사람들로 뉴욕주에서 가장 바쁜 Taste NY 지점 중의 하나이며, 롱아일랜드를 포함하여 뉴욕주의 거의 모든 지역에 위치한 30 개 이상의 식음료 생산 업체들의 제품들을 특색으로 삼아 판매하고 있습니다.

Taste NY 제휴관계

2016 년 주지사는 또한 Taste NY 은 Amtrak 과 [제휴관계](#)를 맺어 뉴욕주를 왕래하는 세계 각국에서 온 여행객들한테 뉴욕산 제품을 제공하려 한다고 발표하였습니다. 이 새로운 시범 프로그램을 통해서 13 개의 뉴욕 열차의 식당칸에서 뉴욕주 식음료 제품들이 제공됩니다. Amtrak 은 매년 약 100 만 명의 승객들이 이 노선들을 이용할 것으로 추정합니다. Taste NY 은 또한 [나이아가라 폭포 주립공원 \(Niagara Falls State Park\)](#) 전 지역 및 이 주립공원의 Top of the Falls Restaurant 에서 현지 생산 제품들을 판매하기 위해 이 주립공원과 제휴를 맺었습니다.

행사/매점

매년 Taste NY 은 참석자가 현지 상품 샘플을 검색하며 현지 브랜드에 대해 배우고 뉴욕산 식음료 제품들을 구매할 수 있는 40 개에서 80 개에 이르는 행사에 참여합니다. 이러한 이벤트들은 그레이트 뉴욕주 박람회 (Great New York State Fair)의 매우 인기있는 Taste NY Marketplace 에서부터 [베스페이지 주립공원 \(Bethpage State Park\)의 Barclays Golf Tournament](#)에서 처음으로 4 일간의 PGA (Professional Golfers' Association) 행사 기간 동안 수십 곳의 뉴욕 농장 및 생산업체들을 홍보한 Taste NY 프리젠테이션에 이르기까지 다양합니다.

Barclays Tournament 에서 갑자기 등장한 Taste NY 카페는 2016 년에 브루클린의 Barclays Center 와 Jones Beach Theater 의 Nikon 과 같은 주요 개최지 및 스포츠 경기장과 성공적인 매점 제휴관계를 맺어 구축되었습니다. Brooklyn Nets 와 New York Islanders 의 본거지인 Barclays Center 의 Taste NY [Bar](#) 는 매년 약 200 만 명의 경기장 방문객들에게 뉴욕주 전 지역에서 엄선된 뉴욕산 와인, 맥주, 증류주, 사과주를 제공합니다. Taste NY 은 또한 [Jones Beach Theater 의 Nikon](#) 에서 두 번째 Taste NY Bar 를 출시하여 뉴욕주의 성장하는 수제 음료 산업을 홍보하기 위해 주립공원들 및 최고의 라이브 엔터테인먼트 회사인 Live Nation 과 제휴관계를 맺었습니다.

올해 마이너 리그 야구 (Minor League Baseball) 팀들과 뉴욕주의 제휴관계는 Tri-City Valley Cats, Batavia Muckdogs, Auburn Doubledays, Staten Island Yankees, Rochester Red Wings 로 확대되었습니다. 그와 함께, 이 경기장들은 대략 82 만명의 계절별 방문자들을 예상하고 있습니다.

Richard A. Ball 뉴욕주 농무부 (State Agriculture) 커미셔너는 이렇게 말했습니다: “뉴욕주에는 뉴욕주 영농인들이 재배하고 생산한 재료로 만든 세계에서 가장 독특하고 다양한 식음료 제품들이 있습니다. 저는 전 세계의 소비자들이 뉴욕산 자가재배 농산물들을 지원하기 위한 Taste NY 브랜드에 주목하고 이에 호응하고 있다는 사실을 알게 되어 더 없이 행복합니다. 이 프로그램은 올해 정말로 인기를 얻게 되었습니다. 저는 더 강력한 영농 산업을 만들어 뉴욕주의 경제 성장을 돕는 이 훌륭한 사업을 홍보함으로써 우리가 얻을 수 있는 잠재적인 성장에 한계가 없다는 것을 알고 있습니다.”

Dean Norton, 뉴욕주 농장 사무국 (New York Farm Bureau) 국장은 이렇게 말했습니다. “뉴욕주 영농인들이 재배하고 만든 농산물들은 누구에게도 뒤지지 않으며 Taste NY 프로그램의 성공은 우리 영농인들이 제공해야 하는 것에 관한 소비자의 관심을 증가시키는데 중점을 두어 이루어졌습니다. 마케팅 활동이 증가함에 따라, 뉴욕주 전 지역의 영농인들이 늘어나는 수요를 충족시킬 것으로 저희는 확신합니다. 이것은 소비자들에게 소비자들이 찾는 것을 제공할 뿐만 아니라 지방 농장 경제를 지원할 것입니다.”

Ryan Fleischhauer, Horseshoe Brand 기업주는 이렇게 말했습니다: “조금도 과장하지 않고, Taste NY 에 대한 우리의 경험은 즐거우며 생산적이었습니다. 저희는 우리 제품을 전시하기 위해 수많은 Taste NY 행사에 초청 받았을 뿐만 아니라 Taste NY 상점들과도 긴밀한 관계를 구축하고 있습니다. 저희는 Taste NY 에 참여하여 자신의 제품군을 인정받기를 원하는 다른 뉴욕주 기업체들을 적극 추천 할 것입니다.”

Barry Moore, 올버니의 JNB Foods 기업주는 이렇게 말했습니다. “Taste NY 플랫폼은 뉴욕주와 해외에서 뉴욕주 회사들의 브랜드를 알리는데 큰 도움이 되었습니다. Taste NY 에는 자부심을 가지고 생산한 특별한 고품질의 건강 식품들이 있습니다. 우리 제품이 '맛있고 영양가 있으며 글루텐을 함유하지 않은 (Delicious, Nutritious, Gluten-Free) 제품이며, 또한 퇴역군인이 소유한 가족사업 Taste NY 기업이라는 점을 자랑스럽게 생각합니다.”

Mike Spuck, 헨리에타의 Sweet Carol Swine BBQ LLC 사장은 이렇게 말했습니다. “올해의 뉴욕주 박람회 (NYS Fair)에 Sweet Carol Swine BBQ LLC 가 참여하게 해주셔서 Taste NY 에 감사드립니다. Taste NY 프로그램은 저희 회사와 제품을 성장시키고 브랜드를 알리는데 매우 가치가 있습니다. 아무리 감사의 말씀을 드려도 부족할 것 같습니다.”

Anthony Benti, Bent's Fresh Bread 기업주는 이렇게 말했습니다: “뉴욕의 품질과 현지 제품을 고객들에게 제공해드린다는 Taste NY 의 약속은 제가 아주 자랑스럽게 생각하는

부분입니다. 앞으로 다가올 미래의 기회에 대해 저는 대단히 흥분하고 있습니다.”

Taste NY 소개

Taste NY 은 Cuomo 주지사가 뉴욕주의 식음료 산업을 홍보하기 위해 2013 년에 출범시킨 사업입니다. 이 사업은 농업시장부 (Department of Agriculture and Markets)에서 감독하며, 현지 생산업체들에게 그레이트 뉴욕주 박람회 (Great New York State Fair) 및 베스페이지 주립공원 (Bethpage State Park)의 Barclays Tournament 와 같은 대대적인 공공행사에서 자사 제품을 홍보할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

2013 년의 출범 이후, Taste NY 사업은 성장과 인지도가 꾸준히 향상되고 있습니다. 이 프로그램은 2014 년에 150 만 달러의 매출을 보고한 후 2015 년에는 450 만 달러로 그 수치가 세 배이상 늘어났습니다. 오늘날 Taste NY 브랜드로 판매되는 뉴욕주 제품은 푸에르토리코의 산후안에 있는 뉴욕주 무역관광사무소 (New York State Office of Trade and Tourism) 뿐만 아니라 뉴욕주 전 지역 60 개 이상의 지점에서 판매되고 있습니다. 매월 Taste NY 프로그램은 Taste NY 사업 및 그 행사 참여에 관심이 있는 평균 30 여 곳의 뉴욕주 식음료 업체들로부터 정보를 받고 있습니다.

Taste NY 에 관한 자세한 정보에 대해서는, www.taste.ny.gov 를 방문하십시오.
[페이스북](#), [트위터](#), [인스타그램](#) 및 [핀터레스트](#)를 통해서 Taste NY 과 소통하세요.

###

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