

NYC & Company firma parceria com SPTuris pela segunda vez

Hoje, dia 20, a NYC & Company, organização oficial de turismo da cidade de Nova Iorque (EUA), trouxe para São Paulo a apresentação de um pocket show com diversos espetáculos da Broadway – entre eles O Rei Leão, Kinky Boots, Motown, Chicago e Pippin. Com o apoio da SPTuris, o evento ocorreu no Auditório do Ibirapuera para operadores e agentes de viagens de turismo brasileiros. Na ocasião estavam presentes o vice-presidente sênior de comunicações da NYC & Company, Christopher Heywood, a diretora sênior de desenvolvimento de turismo na Espanha e nas Américas, também da NYC & Company, Melanie Latham, o presidente da SPTuris, Wilson Poit, e a diretora de turismo e entretenimento da SPTuris, Luciane Leite.

O evento reforçou o acordo de cidades irmãs entre São Paulo e Nova Iorque, assinado pela primeira vez em março de 2011, que estimula o turismo de lazer e negócios em ambas as cidades e amplia as melhores práticas e estratégias de marketing para atrair visitantes.

“O mercado brasileiro é um dos nossos maiores focos para atividades promocionais e de marketing. É nele que encontramos os consumidores mais ativos em Nova Iorque e um dos públicos que mais nos visitam. Alinhar as atividades com São Paulo é um ponto estratégico para aumentar ainda mais estes números, considerando as duas cidades como das mais cosmopolitas e mais abertas a visitantes do mundo todo”, considerou o presidente e CEO da NYC & Company, Fred Dixon.

Com um crescimento de 11% no número de brasileiros à Nova Iorque, o ano passado totalizou 895 mil visitantes do Brasil, impulsionados principalmente por viagens de lazer.

Em entrevista ao Brasilturis Jornal, Heywood enfatizou que a cidade sempre oferece novidades a seus visitantes. Entre as próximas estão a abertura de um novo museu, o lançamento de uma nova montanha russa em Coney Island e a nova linha de metrô, que ligará a famosa Times Square ao leste. “Além disso, até 2016, Nova Iorque oferecerá 110 mil quartos de hotéis. O grande foco é transmitir a experiência envolvente e única da cidade para quem nos visita. Nova Iorque já é habitual a todos, pois, ao chegar lá, os visitantes já viram muitos de seus detalhes na televisão, em jornais, na internet, entre outros”, disse. Além disso, uma das ações da organização é apresentar diversas vizinhanças aos profissionais do trade. “Cada mês selecionamos uma vizinhança para apresentação. É preciso que o turista vá à Nova Iorque para ter uma verdadeira experiência Nova Iorque”, brincou.

Ao ser questionado sobre os objetivos da Brand USA em levar brasileiros a outras regiões menos conhecidas dos Estados Unidos, o executivo garante não se preocupar. “O trabalho da Brand USA é, realmente, levar visitantes a todos os lugares do país. Mas, é importante dizer, que nenhum deles é igual a Nova Iorque. Temos uma energia e diversidade que não se pode encontrar em nenhum outro lugar, por isso gostamos de dizer que a cidade é parada obrigatória. Todos devem visitá-la ao menos uma vez na vida”, contou. “Acreditamos que o que a Brand USA faz é uma boa oferta. E não nos exclui, uma vez que o visitante pode visitar outros lugares dos Estados Unidos e Nova Iorque na mesma viagem. Ou até fazer duas visitas, o que incrementa ainda mais nosso trabalho”, completou.

Parceria com SPTuris

É a segunda vez que a parceria São Paulo – Nova Iorque é assinada. Os objetivos conjuntos existem devido aos perfis semelhantes das duas cidades, segundo Luciane. “A nossa forma de trabalho é parecida também. Tem o corporativo muito forte e trabalhamos com tempo de permanência por conta da cultura e do entretenimento, que são muito fortes. Não à toa, também temos os espetáculos da Broadway, que é o motivo da celebração de hoje”, afirmou.

Algumas das ações em conjunto entre as cidades compreende divulgação mútua do destino parceiro nos sites oficiais, além da mesma divulgação em centrais de informações turísticas, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. A diretora contou que a principal plataforma de aposta é a internet, que atinge maior público. O visto

eletrônico, que acaba de ser sancionado por Dilma Rousseff, promete potencializar ainda mais a parceria. “O principal mercado para São Paulo são os Estados Unidos, por isto queremos que o número de visitantes aumente a cada dia. E o visto eletrônico será uma facilidade ao turista e também uma força ao nosso trabalho”, finalizou.

[BrasilTuris \(20/05/2014\)](#)