



Il Viaggiatore Magazine –
Skyline Miami

*Miami ha battuto, nel 2015, il record di presenze turistiche: **1 milione di persone in più** rispetto al precedente anno. Questo incremento ha generato un ritorno economico pari a \$24.4 miliardi. Un record assoluto, raggiunto grazie ai visitatori provenienti da New York, ma anche a quelli europei, che hanno fatto registrare un 5,9% di incremento.*

Questi i dati diffusi da **Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB)**, che ha registrato un incremento del **6.4%** nel numero di visitatori che hanno pernottato in città nel 2015. Nel corso di questo periodo, la destinazione ha accolto **un totale di 15.5 milioni di visitatori**, raggiungendo la cifra record di **8 milioni di arrivi** provenienti dal mercato interno e **7.5 milioni** di ospiti internazionali.

Grazie al programma di marketing globale **“It’s So Miami”** implementato da GMCVB, New York è diventata il primo mercato della destinazione, generando profitti per la città di Miami pari a \$2 miliardi e un impatto economico record di \$2.3 miliardi, eguagliato solamente dai mercati internazionali di Brasile e Colombia. Gli **introiti complessivi** originati dai visitatori che hanno trascorso almeno una notte a Greater Miami and The Beaches hanno prodotto la cifra record di **\$24.4 miliardi** lo scorso anno. Questi solidi risultati economici si sono tradotti nel rafforzamento del mercato locale del lavoro, alimentando un incremento pari a **136.100 nuove figure professionali** impiegate all’interno del settore turistico e alberghiero nel 2015.



Il Viaggiatore Magazine –
Miami, Sunny Isles Beach

Grazie a **“It’s So Miami”**, campagna lanciata più di un anno fa

all'interno di una strategia di marketing che aveva il fine di estendere il periodo di permanenza dei visitatori in città e generare un impatto economico rilevante, oggi New York rappresenta il primo mercato in assoluto, dal valore di \$2 miliardi, congiuntamente ad altri due influenti mercati internazionali, Brasile e Colombia. "Grazie agli sforzi del Convention Bureau – ha affermato il Presidente e CEO di GMCVB William D. Talbert, III, CDME- i pernottamenti sono aumentati considerevolmente. Inoltre, è stato riscontrato un **incremento del 5.9% dei viaggiatori provenienti dai mercati europei** e del 3% di quelli latino americani, nonostante il rafforzamento del dollaro rispetto all'euro e alle valute sud americane. Su 1 milione di nuovi visitatori, circa la metà ha visitato Miami per la prima volta. Questo incremento può essere ragionevolmente attribuito sia alla incisiva campagna marketing internazionale implementata da GMCVB, sia alla collaborazione della città con l'Aeroporto Internazionale di Miami (MIA) per attrarre un maggior numero di operatori internazionali ed aumentare i collegamenti aerei verso Miami and The Beaches".

Soddisfare la domanda

Il 96% dei visitatori di Greater Miami and The Beaches raggiunge la destinazione in aereo. Tra gli arrivi internazionali, si è verificato **un incremento pari al 7.2% nel numero di visitatori provenienti dai mercati emergenti** (Asia, Medio Oriente e Australia). Grazie all'aumento dei servizi offerti dalle attuali compagnie aeree, come American Airlines, e alla presenza di nuove compagnie che volano sull'Aeroporto Internazionale di Miami (MIA), quali Qatar Airways, Turkish Airlines, Virgin Atlantic, British Airways, TAP, Lufthansa, Air France, Scandinavian Airways e altri vettori, il numero di connessioni aeree disponibili per raggiungere la città di Miami ha subito un forte e sostanziale aumento. Gli alberghi della città hanno riscontrato una **crescita della tariffa giornaliera media (ADR) pari a \$195.75,**

più alta del 5.9% rispetto allo scorso anno. Infatti, Greater Miami continua ad essere un mercato appetibile per lo sviluppo alberghiero e ha visto l'apertura di **14 nuovi hotel nel 2015**; nonostante l'aumento delle proprietà, la città si è assicurata il **record di occupancy del 78.1%**. Secondo l'analisi condotta dalla Smith Travel Research, Greater Miami and The Beaches si è classificata al quarto posto sia per tariffa media per camera sia per ricavo per camera disponibile (RevPar), in una classifica dei 25 migliori mercati alberghieri del paese. GMCVB prevede una continua crescita economica in futuro, alimentata dall'aumento degli arrivi in aeroporto e dall'apertura di nuovi hotel prevista nei prossimi mesi, congiuntamente alla conclusione dei lavori di rinnovamento ed espansione, pari a \$615 milioni, del **Miami Beach Convention Center** a cui, potenzialmente, si aggiungeranno i ricavi dell'apertura dell'hotel adiacente alla struttura congressuale.



Il Viaggiatore Magazine –
Miami by night

Il programma *Miami Begins with Me*

GMCVB sta inoltre riscontrando risultati estremamente positivi dalla considerevole implementazione del programma ***Miami Begins with Me***, articolato sia da assistenza al cliente che da attività di marketing e training. Lanciata nel 2009, l'iniziativa ha formato oltre 50.000 impiegati provenienti dalle maggiori attività commerciali e organizzazioni locali, incluso il personale dell'Aeroporto Internazionale di Miami (MIA), lo staff di PortMiami ed i conducenti di taxi della Miami-Dade County. Circa il 98% dei visitatori dichiara di essere estremamente o molto soddisfatto della sua esperienza e il 92% del totale dei visitatori sostiene di voler certamente o molto probabilmente tornare a Miami in futuro. Con 3 visitatori su 4 identificabili come abituali, la città

continua ad evolversi e ad offrire nuove esperienze ai propri ospiti in modo da aumentarne il tasso di fedeltà.

“Nel 2015, i viaggi esperienziali, ricchi di nuove scoperte gastronomiche, attrazioni turistiche e attività sportive, sono aumentati e hanno reso famosa Miami in tutto il mondo; infatti, i viaggiatori internazionali richiedono costantemente nuove esperienze in modo da approfondire la propria conoscenza delle diverse aree della città, come dimostrato dalla recente apertura di un nostro dipartimento dedicato al turismo multiculturale”, afferma Bruce Orosz, Chairman di GMCVB. “Nel 2016, GMCVB festeggerà i primi quindici anni del suo popolare programma **Miami Spice Restaurant Month** che, insieme ad altri programmi marketing quali il Miami Attractions Month, sta incrementando il numero di visitatori che pernottano in città tramite brillanti iniziative che garantiscono ai viaggiatori di vivere esperienze uniche a Miami”.

Per informazioni: Ufficio Stampa Greater Miami CVB Italia
– Tel. 02 43458331 –
Gmcbvpress.italy@aviareps.com – www.miamiandbeaches.it