

MIAMI™

GREATER MIAMI CONVENTION & VISITORS BUREAU

GMCVB Communications

Activities and Press Clippings

FEBRUARY 2020





The Official Accredited Destination Marketing Organization for Greater Miami and the Beaches

February 2020

Dear Reader,

It is our pleasure to present to you the GMCVB's Communications clipping report for the month of February 2020. Within these pages you will be given a firsthand look at the results garnered by the efforts of the Communications Team at The Greater Miami Convention & Visitors Bureau.

The Communications Activity report is constructed of four sections:

- **Key Performance Indicators:** Illustrates the circulation, media impressions, advertising equivalency, and social media mentions for Greater Miami and The Beaches. These results are presented both as year-to-date and monthly figures.
- **Activity Summary Report:** This section provides you an in-depth view at the activities for the month, from promotions to media visits, familiarization tours (FAM's), and press missions.
- **Press Tour Itineraries:** We bring destination pitches to life by hosting international and domestic press on FAM tours. Here you can see the media activities that were developed by the press team and suited specifically for themed FAMs.
- **Clippings:** The results of the media team's efforts are captured in this section where you will find the all the press clippings resulting worldwide for the given month. Clippings are listed in order by the following markets: USA and Canada, Germany, United Kingdom, Italy, France, Scandinavia, Spain, Argentina, Brazil, Colombia and Mexico.

It is an absolute privilege promoting Greater Miami and The Beaches to the world through our domestic and international public relations efforts. If you have any questions about this report please feel free to reach the Communications Team directly at 305.539.3084.

Sincerely,

William D. Talbert, III, CDME
President & CEO

Jennifer Diaz
Vice President of Communications

Note: The Key Performance Indicators (KPI) section provides you with a snapshot view of the results garnered by the efforts of the communications department during the month of **February 2020**.

Key Performance Indicators

	<u>February 2020</u>	<u>Year to Date</u>
Overall Total Circulation:	1,895,537,557	3,358,475
Overall Total Media Impressions:	4,738,843,893	8,396,189,020
Overall Total Ad Equivalency:	\$7,705,371	\$13,764,533
General Circulation:	1,875,791,834	3,338,729
General Media Impressions:	4,689,479,585	8,346,824,712
General Ad Equivalency:	\$7,666,928	\$13,726,090
MICE Circulation:	19,745,723	19,745,723
MICE Media Impressions:	49,364,308	49,364,308
MICE Ad Equivalency:	\$38,442	\$38,442
Number of FAMS:	2	12
Number of Media Visits:	21	68
Number of Media Missions:	3	11
Number of Promotions:	2	4

NOTE: This section contains descriptions of all activities involving the media relations & promotions team throughout the month.

COMMUNICATIONS DIVISION
Activity Summary Report
February 2020

SPECIAL PROJECTS:

US/Canada

- **SOUTH BEACH WINE & FOOD FESTIVAL PROMOTION WITH KIMPTON ANGLER'S HOTEL AND CHEF AMANDA FREITAG** (Local) February 19, 2020: The GMCVB Communications Team partnered with the Kimpton Angler's Hotel on a promotion with Chef Amanda Freitag with the Food Network. Chef Amanda conducted an intimate VIP tasting experience for various local food writers and social media influencers. The GMCVB was a sponsor of the event and GMCVB Sr. Director of Communications – U.S. & Canada, Suzie Sponder, attended the event. Chef Amanda Freitag's social reach is 450k combined (IG and Twitter) and she will be posting about Miami with tagged posts.

Latin America

- **ESPN EN ESPANOL / ESPN RUN (Latin America)** February 1-9, 2020: GMCVB Communications Team hosted a media crew from Argentina in town filming a documentary on the Miami Marathon featuring a runner participating in the race (Julian Rios @julsrw on IG with 43k followers/Personal stylist to Maluma and founder of @UnitedRivers, a denim company based in Miami). While in Miami the crew filmed the participant through various lenses of training, nutrition, lifestyle and typical day in the life. The program airs all throughout Latin American and focuses on the journey, preparation and training of someone partaking in the race. Program will air Spring 2020. ESPN RUN is a program that broadcasts on the ESPN and ESPN HD signals for the following countries: Mexico, Belize, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panama, Colombia, Venezuela, Guyana, Suriname, Ecuador, Peru, Bolivia, Chile, Paraguay, Uruguay and Argentina. Achieving an estimated audience of 20,000,000 viewers in total. The program is broadcast for a week on rotating schedules as it is a sports channel, which prioritizes its live events. And your portal receives 140,000 visits monthly. Two journalists.

CORPORATE COMMUNICATIONS:

- **FEBRUARY TRUSTEE LUNCHEON** (U.S./Local) February 5, 2020: GMCVB Communications Team provided speaking points for CEO William D. Talbert III, CDME who was a panelist at the Greater Miami Chamber of Commerce February Trustee Luncheon where he presented an update on the destination.
- **PRESS RELEASE FOR SONIA FONG** (U.S./Local) February 10, 2020: GMCVB Communications Team issued a press release and pitched trade and local publications to publicize the

promotion of Sonia Fong to Vice President of Convention Sales. The story was picked up locally by *the Miami Herald*, *Miami Today*, and nationally by trade publications including *USAE*, *Destination Florida*, *Successful Meetings* and *Connect Meetings*.

- ***TOURISM MARKETING TODAY/DESTINATIONS FLORIDA “BEST OF SOUTHEAST FLORIDA”*** (U.S./Local) February 13, 2020: GMCVB Communications Team provided a “Best of the Southeast Florida” submission to *Tourism Marketing Today*, the newsletter of Destinations Florida. The submission featured the new GMCVB Found in Miami marketing campaign, MIAMILAND. “Best of the Southeast Florida” are selected news items from DMOs in *Tourism Marketing Today*, the newsletter of Destinations Florida.
- ***TOURISM MARKETING TODAY/DESTINATIONS FLORIDA “QUICK TRIP”*** (U.S./Local) February 18, 2020: GMCVB Communications Team provided a submission to *Tourism Marketing Today*, featuring GMCVB activities in support of Super Bowl LIV. “Quick Trips” are brief news items from DMOs in *Tourism Marketing Today*, the newsletter of Destinations Florida.
- ***MBCC HEADQUARTER HOTEL PITCH*** (National) February 25: Following the announcement of the new Grand Hyatt Headquarter Hotel for the Miami Beach Convention Center, the Communications Team issued pitch notes to media to publicize the announcement. The Team also provided a quote from GMCVB CEO William D. Talbert III, CDME which was included in the official press release issued by the developers.
- ***MIAMI HERALD*** (Local) February 24: Communications Team facilitated an interview with GMCVB CEO William D. Talbert III, CDME and Taylor Dolven, travel industry reporter for the *Miami Herald*, in support of the announcement of the new Grand Hyatt Headquarter Hotel for the Miami Beach Convention Center (Daily Circulation: 733k, UMV: 11.7 million).

MEDIA ASSISTANCE:

U.S./Canada

- ***“WEEKEND RECHARGE” WEATHER CHANNEL:*** (U.S./Local) February 1, 2020: GMCVB Communications Team coordinated an interview with GMCVB CEO William D. Talbert III, CDME and Paul Goodloe, on-Camera Meteorologist and Co-Host, "*Weekend Recharge*" on The Weather Channel (Viewership: +200,000).

MISSIONS/TRADE SHOWS:

US/Canada

- ***TRAVEL & ADVENTURE SHOW – CHICAGO*** (Chicago, Illinois) February 7-9, 2020: GMCVB Sr. Director of Communications Suzie Sponder attended the Travel & Adventure Show in Chicago, Illinois. The Travel & Adventure Show provides the opportunity for consumers to explore vacation options represented by top destinations, tour operators and travel suppliers from around the world. Launched in January 2020, the Found In Miami messaging has been expanded to include the GMCVB’s new “MIAMILAND” outdoor adventurers campaign. The campaign highlights Miami’s unexpected nature experiences through high-impact videos, imagery, and digital experiences. The Communications Team sponsored the photo booth at the show which also featured imagery from the new campaign and engaged show attendees. The show is covered by major media outlets from throughout the region as well as top travel influencers and bloggers and presents media opportunities for interviews

throughout the show. Chicago is one of the top feeder markets for tourism to Miami with more than 350,000 choosing to visit the destination.

- **TRAVEL & ADVENTURE SHOW – LOS ANGELES** (Los Angeles, California) February 14-16, 2020: GMCVB Sr. Director of Communications Suzie Sponder attended the Travel & Adventure Show in Los Angeles, CA. The Travel & Adventure Show provides the opportunity for consumers to explore vacation options represented by top destinations, tour operators and travel suppliers from around the world. Launched in January 2020, the Found In Miami messaging has been expanded to include the GMCVB's new "MIAMILAND" outdoor adventurers campaign. The campaign highlights Miami's unexpected nature experiences through high-impact videos, imagery, and digital experiences. The show is covered by major media outlets from throughout the region as well as top travel influencers and bloggers and presents media opportunities for interviews throughout the show. Los Angeles is one of the top feeder markets for tourism to Miami with more than 276,000 choosing to visit the destination.
- **TRAVEL & ADVENTURE SHOW – ATLANTA** (Atlanta, Georgia) February 28-March 1, 2020: GMCVB Sr. Director of Communications Suzie Sponder attended the Travel & Adventure Show in Atlanta, Georgia. The Travel & Adventure Show provides the opportunity for consumers to explore vacation options represented by top destinations, tour operators and travel suppliers from around the world. Launched in January 2020, the Found In Miami messaging has been expanded to include the GMCVB's new "MIAMILAND" outdoor adventurers campaign. The campaign highlights Miami's unexpected nature experiences through high-impact videos, imagery, and digital experiences. The Communications Team sponsored the photo booth at the show which also featured imagery from the new campaign and engaged show attendees. The show is covered by major media outlets from throughout the region as well as top travel influencers and bloggers and presents media opportunities for interviews throughout the show. Atlanta is one of the top feeder markets for tourism to Miami with more than 330,00 choosing to visit the destination.

Latin America

- **MEDELLIN, COLOMBIA MEDIA MISSION** (Colombia) February 24-25, 2020: GMCVB Communications promoted Miami in Medellin, Colombia while on a media mission. During the mission, staff met with top travel publications, and major daily newspapers to sell Miami. Staff updated press on industry news, attractions, MiamiLand campaign and many more topics. Medellin is the second largest and most important city in Colombia with many newspaper headquarters located here. With its surrounding area that includes nine other cities, the metropolitan area of Medellín is the second-largest urban agglomeration in Colombia in terms of population and economy, with more than 3.7 million people.
- **ANATO (Colombia)** February 26-28, 2020: GMCVB Communications promoted Miami at Anato in Bogota, Colombia. While at Anato staff met with trade and consumer media to educate them on what's new in Miami including the new MiamiLand campaign, updates on MBCC hotel, attractions, industry updates and more. ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo) is a 2 ½ day trade show for buyers and media. This specialized fair, showcases exhibitors representing travel agencies, wholesalers, hotels, airlines, operators, and national and international tourism organizations, as well as other tourism suppliers, who show their best products and services. Anato is the most important commercial event of tourism of Colombia and one of the three most important of Latin

America. Miami had a booth with several partners joining the team.
www.vitrinaturistica.anato.org.

PRESS TOURS:

US/Canada

- **EVEN HOTELS DOMESTIC PRESS TOUR** (U.S./Canada) February 20-22, 2020: GMCVB Communications Team assisted with a press group of (5) top national media, sponsored by EVEN Hotels. As part of the InterContinental Hotels Group, EVEN Hotel at the Miami Airport hosted a group of influential journalists. The press trip was tied to the launch of a new brand-wide, in-room fitness offering in collaboration with fitness influencer Megan Roup. EVEN brought down (5) top national media to stay on property, do a special workout with Megan, and then enjoy some events as part of the South Beach Wine & Food Festival. Sr. Director of Communications – U.S. & Canada, Suzie Sponder, met with the group and provided itinerary enhancement. Journalists who participated, represent the following publications: *Refinery 29*, *Parade*, *Brides*, *Popsugar* and *Thrillist*.

Latin America

- **GMCVB / MANDARIN ORIENTAL, MIAMI PRESS TOUR** (Brazil) February 9-11, 2020: GMCVB Communications Team in partnership with Mandarin Oriental, Miami assisted a Brazilian media tour in town who experienced dining and luxury at the downtown property as well as our unique neighborhoods including downtown shopping and Wynwood art tour. Media participants included: *Diverso* magazine (Circulation: 15,000 quarterly), *Casamento E Coa* (Circulation: 6,000 every three months), *O Globo ELA* (250,000 weekly/Sunday lifestyle magazine), Lala Rebelo (circulation: 100,000 umv) and Grupo *Glamurama* (circulation: 30,000 monthly). Four journalists.

MEDIA VISITS:

US/Canada

- **EDGE MEDIA NETWORK** (U.S./Canada) February 5-7, 2020: GMCVB Communications Team assisted Matthew Wexler, a senior editor at *EDGE* Media Network, February 5-7. *EDGE* is the largest network of local Lesbian, Gay Bisexual and Transgender (LGBT) news and entertainment publications in the world, serving dedicated readers from a variety of metropolitan areas around the United States and beyond on the web, mobile web and native apps. Planning Q1 coverage and following a recent branded content project with their marketing/ad team, Matthew was following up with additional stories from a purely editorial perspective and in Miami do research with a fellow writer. They planned to profile two new/noteworthy hotels as part of their "Slumber Party" series, as well as some key culinary/cultural attractions. The coverage will run as a three-part series, including hotel profiles, dining, new/noteworthy neighborhoods, LGBTQ scene, etc. They also posted on their social media platforms: Facebook:

<http://www.facebook.com/EdgeMediaNetwork>, Instagram: @EDGEMediaNetwork, Twitter: @EDGEMediaNet (Readership: 6 million / 500,000 UVPM).

- **TRAVELPULSE/FOBES.COM** (U.S./Canada) February 5-7, 2020: GMCVB Communications Team assisted Will McGough, contributor to *TravelPulse*. Will attended Florida Huddle 2020 and as part of a post FAM visited Miami to research the destination to provide an overview of tourism offerings in the Greater Miami region relevant to travel trade professionals. *TravelPulse.com* delivers industry news, video content and supplies destination information on travel. It covers everything from Airlines and Cruise Ships to Destinations and Travel Tips (Readership: 119,289). In addition to coverage on *TravelPulse*, Will is also conducting research for his column in *Forbes.com* (UMV: 4 million)
- **MONEYINC / LALASCOOP.COM** (U.S./Canada) February 5-7, 2020: GMCVB Communications Team assisted Freelance journalist Melissa Curtin on an extended stay in Florida, with a stop in Miami. She visited the destination on assignment for the travel section of *MoneyInc* as well as *LalaScoop.com*. Melissa also contributes to and will be pitching her Miami coverage to *Loneley Planet*, *Roadtrippers*, *LA Travel Magazine* print, *SoCal Life* magazine print and plans to include the coverage in an article she has coming out in *Canadian Traveller*. She plans to feature the Miami Beach Art Deco district area in her coverage and her broader story angles will include Soft Adventure, Attractions, EcoTourism and Nature, Florida Accommodations, Romance and Winter Sunseeker.
- **FREELANCER AMBER GIBSON** (U.S./Canada) February 14-16, 2020: GMCVB Communications Team assisted Amber Gibson, a freelance travel writer with a focus on culinary and wellness angles. Amber contributes regularly to several top tier publications such as *American Way*, *Forbes*, *Robb Report*, *USA Today's 10 Best*, and more. Amber was in Miami on assignment for a restaurant and while doing research for a multitude of story ideas focusing on culinary and wellness, will experience some activities to promote Miami Health and Wellness Months.
- **MEDIA VISITS IN SUPPORT OF SOUTH BEACH WINE & FOOD FESTIVAL** (U.S./Canada) February 19-23, 2020: GMCVB Communications Team sponsored press visits to the destination in support of the South Beach Wine & Food Festival. Hosted writers were Leah Doyl and Noah Rothbaum from *The Daily Beast*, an American news and opinion website focused on politics and pop culture (UMV: 21 million), Christina Dun from *Refinery 29*, an American digital media and entertainment website focused on young women reaching an audience of over 500 million globally across platforms, Brittany Loggins, a Freelancer who regularly contributes to *ELLE*, *Robb Report*, *Travel + Leisure*, *TODAY* online and has confirmed destination coverage on TLC network, along with coverage of Miami in her *NBC Know Your Value*, *Real Simple*, and *Chowhound* articles and Kevin Sintumuang, from the leading men's magazine, *Esquire* (Circulation: 155,000/Readership: 263,000).
- **FREELANCER FRANCESCA PAGE – COVERING SBW&FF** (U.S./Canada) February 21-23, 2020: GMCVB Communications Team assisted Francesca Page, who was visiting the destination to attend and do research for a piece about Food Network & Cooking Channel South Beach Wine & Food Festival (SOBEWFF) for one of the many networks to which she contributes content, including Fox, Hallmark, ABC, NBC, and CBS.
- **FREELANCER JUDY KOUTSKY** (U.S./Canada) February 22, 2020: GMCVB Communications Team assisted Freelancer Judy Koutsky who was in Miami to do pre/post cruise coverage prior to a press trip on a Carnival Cruise Ship. Following her visit, she will be writing a few different articles including one about the culinary scene and another, a profile on family-

friendly "tween" things to do in Miami for 24 hours. Her work has appeared in *Conde Nast Traveler*, *Travel + Leisure*, *Oprah*, *Robb Report*, *Afar* amongst other publications and her clips can be seen at *JudyKoutsky.com*. Judy covers everything from luxury resorts, cruising, adventure travel, family-friendly destinations, new hotel openings and emerging destinations.

Latin America

- **ABRACEO MUNDO TRAVEL BLOG** (Brazil) February 3-6, 2020: GMCVB Communications Team assisted a Brazilian freelancer and photographer contributing to www.AbraceoMundo.com, a travel blog. While in Miami he experienced the destination's attractions and unique neighborhoods. The travel blog focuses on fun activities while traveling and romantic honeymoon travel. 60,000 UMV. One journalist. Felipe Zig
- **MONICA GOMEZ /MEXICAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER** (Mexico) February 7-10, 2020: GMCVB Communications Team assisted Monica Gomez, a social media fitness influencer out of Mexico in town to participate in the Miami Marathon 2020. While in Miami she experienced the destination with some pre/post run activities. @mongomezmx on IG has 338K followers and also has a YouTube channel focusing on baking/decorating sweet treats with close to 3K subscribers <https://www.youtube.com/watch?v=GOXzEFLVkJMY&feature=youtu.be> (@montequillamx). One journalist. Stayed at Yves Hotel
- **COMERCIO Y JUSTICIA NEWSPAPER** (Argentina) February 10-15, 2020: GMCVB Communications Team assisted one journalist from Argentina's *Comercio y Justicia* newspaper. While in Miami one journalist experienced our various and unique neighborhoods and also did a dining round up along with shopping experiences. *Comercio y Justicia* is one of Cordoba's major daily newspaper with 440,000 daily readers along with a website component. Stayed at Doubletree Hilton Sunny Isles. One journalist
- **TOPVIEW MAGAZINE** (Brazil) February 14-17, 2020: GMCVB Communications Team assisted one social media influencer and journalist from Brazil's TopView Magazine as she did research on the destination. While in Miami she was able to experience a few attractions, culinary tour and our unique neighborhoods. TopView is a consumer travel publication focused on lifestyle travel experiences- @topviewclub 24k followers, @marpoiani 4k followers, www.topview.com.br – Marcele Poiani. Stayed at the Lexington hotel Miami Beach.
- **BELLAS ON THE ROAD** (Brazil) February 19-25, 2020: GMCVB Communications Team assisted two journalists from *Bellas on the Road*, a travel blog and IG influencers researching the destination. While in Miami, the media team had a south beach experience while at the Avalon hotel, experienced the food and wine scene with the festival happening and visited a few [attractions.@bellasontheroad](https://bellasontheroad.com) 234K followers, blog: <https://bellasontheroad.com> – stayed at Avalon Hotel

Europe

- **LN24** (Belgium) February 7-15, 2020: GMCVB Communications Team assisted television director Stéphane Rosenblatt in Miami February 7-15 to report about Miami's popular attractions for LN24. LN24, which launched in September 2019, is the first 24-hour news

channel in Belgium. The channel covers political and economic news, both in its national and international aspects, decodes social movements and embraces sporting and cultural events.

- **ALLT OM RESOR** (Sweden) February 9-15, 2020: GMCVB Communications Team hosted a Swedish journalist and photographer writing for Sweden's largest travel magazine, *Allt Om Resor*. They will be visiting Miami between February 9-15 to produce a large article with focus on 48 hours in Miami – featuring hotels, culinary, culture & heritage and attractions. *Allt Om Resor* has 219,000 readers per monthly issue (print) and 5,096,000 weekly readers online.
- **READY FOR BOARDING** (Poland) February 7-15, 2020: GMCVB Communications Team is assisted Kamila Florczak, founder of *Ready for Boarding*, the 2nd most popular family travel blog in Poland while in Miami February 12-15, 2020. Since launching the blog in 2013, their goal is to inspire families to travel and discover best places on earth on their own. *Ready for Boarding* receives 130k visits per month and more than 1.5 million visitors per year. They have 94k fans on Facebook and 7.5k followers on Instagram.
- **GRAZIA** (Germany) February 13-15, 2020: GMCVB Communications Team assisted Deborah Landshut, editor of the German lifestyle magazine *GRAZIA*, doing research about Miami hotspots and 4-5 Star trendy hotels February 13-15, 2020 for a print travel article. *GRAZIA* Germany is the country's top ranked weekly glossy magazine. It is the ultimate source for up-to-the-minute international and local fashion and beauty trends and the magazine for celebrity news and lifestyle highlights with a circulation of 83,684.
- **THE MILJIAN FAMILY** (Italy) February 17-22, 2020: GMCVB Communications Team assisted Italian digital influencers *The Miljian Family*, full-time travelers since 2017, visiting Miami February 17-22. The family is made up of 5 people (2 adults and 3 kids between the ages of 3 months and 6 years old), with the main focus of experiencing family travel, highlighting great destinations for families, quality living and true discovery of the destination. Destination coverage will be included on their blog and social media channels which includes 121K followers on Instagram, 27K followers on Facebook, and 3.6K followers on Trip Advisor.
- **ELLE GERMANY** (Germany) February 26-29, 2020: GMCVB Communications Team hosted Meike Mai, the travel editor of the German edition of *ELLE* magazine in Miami from February 26-29, 2020. She will be working on a 4-page travel article about Miami which will be published in print and online, as well as shared via the magazine's social media channels. The German edition of *ELLE* has a circulation of 250,000 and 6.5 million unique visitors per month.
- **THE NOMADIC BOYS** (UK) February 26-March 1, 2020: GMCVB Communications Team is hosting *The Nomadic Boys*, one of the world's most popular gay travel blogs in Miami from February 26 through March 1. They are putting together a detailed 5,000 word LGBTQ guide to Miami, which will cover the best gay friendly hotels, bars, clubs, events, places to eat and things to do in Miami for their readers and is set to be published in April 2020. The Nomadic Boys blog is one of the world's biggest and most popular gay travel blogs, with 350,000 monthly page views and 3 million annual unique users. They also have over 250,000 engaged followers across their social media platforms, including 116k on Instagram, 84k on Twitter, 28k on Facebook and 24k on Pinterest.
- **JULIE VON LYCK** (Denmark) February 29-March 14, 2020: GMCVB Communications Team is hosting Danish lifestyle and travel blogger Julie von Lyck in Miami February 29-March 14. Julie von Lyck is a well-known Danish blogger/influencer in her mid-twenties blogging

about lifestyle, fashion and travel. Her travel posts and guides are very popular among her readers and often found by new readers via Google as well. Instagram: 27,300 followers / 25-30,000 unique monthly blog readers.

Note: The Cross Market Press Tour itineraries are crafted by the media directors/managers of the Communications department of the Greater Miami Convention & Visitors Bureau. These itineraries are created to fit a particular theme that was determined through a planning process at the beginning of the fiscal year. The inclusion of participating Partners is determined on several factors such as availability, specific journalist requests, partner participation, as well as a rotation of the destination. If you have any questions or would like to inquire on participation for a future FAM please feel free to reach out to our Media Relations department at 305.539.3084.

Brazilian Mandarin Oriental Miami / GMCVB Press Tour February 9-11, 2020

[Twitter](#) / [Instagram](#) @MiamiandBeaches

[Facebook](#) @VisitMiami

[You Tube](#) / [Pinterest](#) / [Flickr](#) / [Google](#) @MiamiandtheBeaches

[LinkedIn](#) @GreaterMiamiConvention&VisitorsBureau

#[FoundInMiami](#)

Itinerary

Emergency Contacts:

Melina Martinez – Director, Media Relations, Latin America/the Caribbean – Office (305)539-3093, Cell (305)968.1736 (whatsapp – same phone number), Email: Melina@gmcbv.com

Sunday, February 9, 2020

Arrival to Mandarin Oriental, Miami

Monday, February 10, 2020

Breakfast at your leisure.

10-11:00 am **Subtle Energies Treatment Preview at The Spa**

Adopting a different approach to the traditional spa experience, the Forbes-Five Star Spa at Mandarin Oriental, Miami offers a series of innovative and restorative treatments inspired by the elements of life, and the ancient traditions of Chinese, Ayurvedic, European, Balinese and Thai cultures. Get a preview of The Spa's new Subtle Energies experiences that fortify and balance the body, mind and emotions through Ayurveda aromatherapy methods.

11:45 a.m. **Meet in Lobby**

12-2:30p.m. **Lunch at Casa Tua in Saks Fifth Avenue and Sip & Shop experience. Meet with GMCVB rep, Melina Martinez for the day.**

Longtime Miami Beach glitterati go-to Casa Tua is the name behind this marvelous multi-concept gourmet experience, repping an intimate yet buzzy communal kitchen vibe. Inspired by some of Italia's top chefs, twelve distinct cucinas whip up all-day lip-smacking eats, neatly accompanied by a bar offering 48 wines by the glass. Recreate the magic at home too with their recipes and deliciously fresh deli goodies and ingredients.

Emergency Contacts:

GMCVB Rep, Melina cell: 305-968-1736; same # on whatsapp

The Manhattanite department store, Saks Fifth Avenue takes center stage at Brickell City Centre, offering Miami's fashionistas an Amex-flexing emporium of lust-worthy label Mabels spanning Gucci to J Brand, designer bags and bling to on-point cosmetics and skincare, exclusive fragrances and an extensive men's department.

2:30 pm **Depart Brickell City Center to Wynwood Walls for private tour.**

3:00p.m. **Explore Wynwood area and the Wynwood walls at WYNWOOD WALLS - "An outdoor street art museum"**

Step inside the world's greatest outdoor street art museum and experience Tony Goldman's vision of the Wynwood Walls like never before. Learn about the ever-changing murals by some of history's most legendary graffiti writers and iconic street artists. Passionately led by Goldman Global Arts team and specially curated guest tour guides.

The Wynwood Arts District is considered to be the epicenter of the arts and creative businesses in Greater Miami. It is a section of the Wynwood neighborhood in Miami that contains over 70 galleries, museums and collection and is roughly bounded by NW 36th Street (north), NW 20th Street (south), I-95 (west) and NE 1st Avenue (east). Every 2nd Saturday of each month a community wide Art Walk is held. Galleries, art studios, alternative spaces, and showrooms open their doors to the public for art, music, and refreshments.

4-5:00 pm **Explore Wynwood at your leisure**

7:30p.m. **Drinks at MO Bar + Lounge**

The chic new design showcases panoramic skyline and water views, complemented by elegant seating at a 14-seat formal bar and 76-seat lounge. Guests can enjoy an innovative selection sophisticated hand-crafted cocktails and modern mixology offered alongside a menu of light plates.

8:00p.m. **Dinner at La Mar by Gastón Acurio**

Featuring the acclaimed cuisine of chef Gastón Acurio, La Mar by Gastón Acurio offers diners the chance to explore the authentic and diverse flavors of Peruvian gastronomy. Overlooking Biscayne Bay and the Miami skyline, the restaurant's contemporary design provides the perfect backdrop for La Mar's signature ceviches, freshly grilled anticuchos and speciality cocktails. Offering a mix of indoor and outdoor seating with three lively bars providing distinctive culinary experiences the menu ranges from upscale novo-Andean fare to Asian-Peruvian fusion and tradition.

Tuesday, February 11, 2020

Departures throughout the day

Emergency Contacts:

GMCVB Rep, Melina cell: 305-968-1736; same # on whatsapp

Note: The following section contains a clip report spreadsheet with the quantitative results of the coverage secured by the Communications team for the month of **February 2020**. Following the clip report spreadsheet, you will find the clippings associated with the clip report, if you have any questions please feel free to reach out to us.

Note: The following section contains a clip report spreadsheet with the quantitative results of the coverage secured by the Communications team for the month of February 2020. Following the clip report spreadsheet you will find the clippings associated with the clip report, if you have any questions please feel free to reach out to us.

MEDIA RELATIONS CLIPPING REPORT FOR THE MONTH OF FEBRUARY 2020

PUBLICATION	DATE	AUTHOR'S NAME	KEY MESSAGES	CIRCULATION/ VISITS PER DAY	AD EQUIV	RESULT OF	PUBLICATION TYPE
Assisted Clips: US/CANADA							
CBS Sports	February 1, 2020	Igor Mello	Sports Tourism	9,339,442	\$17,558	Other	DIGITAL
New York Post	February 1, 2020	N/A	Sports Tourism	13,742,204	\$25,835	Other	DIGITAL
Boston Sunday Globe	February 2, 2020	Christopher Muther	Destination Miami	327,333	\$17,100	Other	PRINT
Boston Sunday Globe	February 2, 2020	Necee Rejis	Destination Miami	327,333	\$16,200	Other	PRINT
CNN	February 2, 2020	Alicia Lee	Sports Tourism	37,762,497	\$70,993	Other	DIGITAL
CNN International	February 2, 2020	Alicia Lee	Sports Tourism	11,251,456	\$21,153	Other	DIGITAL
CNN US Edition	February 2, 2020	Alicia Lee	Sports Tourism	329,105	\$619	Other	DIGITAL
MSN	February 2, 2020	Alicia Lee	Sports Tourism	71,172,692	\$133,805	Other	DIGITAL
Haute Living	February 3, 2020	Andres E. Caceres	Sports Tourism	66,090	\$124	Other	DIGITAL
MSN	February 3, 2020	Alison Fox	Sports Tourism	71,172,692	\$133,805	Other	DIGITAL
Travel + Leisure	February 3, 2020	Alison Fox	Sports Tourism	2,405,281	\$4,522	Other	DIGITAL
WesTravel	February 3, 2020	WesTravel	Sports Tourism	34,204	\$64	Other	DIGITAL
Yahoo!	February 3, 2020	Alison Fox	Sports Tourism	153,414,849	\$288,420	Other	DIGITAL
TravelPulse	February 4, 2020	Rich Thomaselli	Sports Tourism	135,732	\$255	Other	DIGITAL
US News & World Report	February 4, 2020	Mackenzie Roche	Destination Miami	1,227,409	\$2,308	Other	DIGITAL
Marriott Traveler	February 5, 2020	Valerie Connors	Destination Miami	74,167	\$139	Other	DIGITAL
Today	February 5, 2020	N/A	Destination Miami	5,100,323	\$9,589	Other	DIGITAL
Queens Chronicle	February 6, 2020	Lloyd Carroll	Destination Miami	17,193	\$32	Other	DIGITAL
Travel Weekly	February 6, 2020	Johanna Jainchill	Destination Miami	162,493	\$305	Other	DIGITAL
Travel Weekly	February 6, 2020	Johanna Jainchill	Destination Miami	162,493	\$305	Other	DIGITAL
Travel Weekly	February 6, 2020	Tom Steghorst	Destination Miami	162,493	\$305	Other	DIGITAL
TravelPulse	February 7, 2020	Donald Wood	Destination Miami	155,546	\$292	Other	DIGITAL
JustLuxe	February 8, 2020	Adria Greenhauff	Destination Miami	15,937	\$30	Other	DIGITAL
Frommers.com	February 11, 2020	Zac Thompson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	369,252	\$694	Other	DIGITAL
Florida Today	February 12, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	173,635	\$328	Other	DIGITAL
Gainesville Sun	February 12, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	99,870	\$187	Other	DIGITAL
MSN	February 12, 2020	Donald Wood	Destination Miami	71,172,692	\$133,805	Other	DIGITAL
Naples Daily News	February 12, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	133,042	\$250	Other	DIGITAL
TCPalm	February 12, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	141,530	\$266	Other	DIGITAL
The Florida Times-Union	February 12, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	292,839	\$551	Other	DIGITAL
The News-Press	February 12, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	146,556	\$276	Other	DIGITAL
www.dailycommercial.com	February 12, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	24,748	\$47	Other	DIGITAL
Santa Rosa Press Gazette	February 13, 2020	Cheryl S. Grant	Destination Miami	9,290	\$17	Other	DIGITAL
Forbes	February 14, 2020	Cheryl Tiu	Culinary	24,800,279	\$46,625	Other	DIGITAL
Vacation Idea	February 14, 2020	VI Staff	Destination Miami	378,236	\$711	Other	DIGITAL
www.tripstodiscover.com	February 16, 2020	Alyssa Ochs	Destination Miami	428,367	\$805	Other	DIGITAL
BizBash	February 17, 2020	Tyaco Black	Culinary	49,195	\$92	Other	DIGITAL
MSN	February 18, 2020	Madison Blancalor	Culinary	71,172,692	\$133,805	Other	DIGITAL
MSN	February 19, 2020	Paul Heney	Destination Miami	70,782,321	\$133,071	Other	DIGITAL
TravelPulse	February 19, 2020	Paul Heney	Destination Miami	155,546	\$292	Other	DIGITAL
Forbes	February 20, 2020	Francisco Alvarado	Sports Tourism	24,800,279	\$46,625	Other	DIGITAL
Today	February 20, 2020	N/A	Destination Miami	5,100,323	\$9,589	Other	DIGITAL
Yahoo! News	February 20, 2020	Megan Foster	Destination Miami	16,605,437	\$31,218	Other	DIGITAL
Edge Media Network	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	226	\$0	Other	DIGITAL
EDGE Media Network	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	21,869	\$41	Other	DIGITAL
Edge Media Network - FtLauderdale	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	7	\$0	Other	DIGITAL
Edge Media Network - Hudson Valley	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	2	\$0	Other	DIGITAL
EDGE Media Network - Philadelphia	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	351	\$1	Other	DIGITAL
Edge Media Network - PTOWN	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	10	\$0	Other	DIGITAL
Edge Media Network - Sacramento	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	69	\$0	Other	DIGITAL
Edge Media Network - Sacramento	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	69	\$0	Other	DIGITAL
Edge Media Network - San Francisco	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	117	\$0	Other	DIGITAL
Edge Media Network -Atlantic City	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	132	\$0	Other	DIGITAL
cleveland.edgemedianetwork.com	February 21, 2020	Jill Gleeson	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	137	\$0	Other	DIGITAL
TravelPulse	February 22, 2020	Mackenzie Cullen	Destination Miami	155,546	\$1,103	Proactive Pitching	DIGITAL
El Online	February 23, 2020	N/A	Destination Miami	4,816,127	\$9,054	Other	DIGITAL
Forbes	February 24, 2020	Will McGough	Destination Miami	28,307,082	\$261,841	Individual Press Trip	DIGITAL
Hotel Management	February 24, 2020	Chuck Dobrosielski	Sports Tourism	70,334	\$132	Other	DIGITAL
Hotel Online	February 24, 2020	Isabel Crowther	Sports Tourism	23,045	\$43	Other	DIGITAL
Haute Living	February 24, 2020	Paige Mastrandrea	Culinary	66,090	\$124	Other	DIGITAL
Travel Weekly	February 24, 2020	Melissa Coleman	Health & Wellness	37,005	\$8,487	Other	PRINT
PR Newswire	February 24, 2020	N/A	Destination Miami	2,542,857	\$4,781	Other	DIGITAL
Business Insider	February 25, 2020	Emily Hochberg	Destination Miami	24,008,556	\$45,136	Other	DIGITAL
Travel Market Report	February 25, 2020	Jessica Montevago	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	66,503	\$108	Other	DIGITAL
Hospitality Net	February 25, 2020	N/A	Sports Tourism	136,067	\$256	Other	DIGITAL
Forbes	February 26, 2020	Will McGough	Destination Miami	25,547,982	\$48,030	Individual Press Trip	DIGITAL
Thrillist	February 27, 2020	Kate Bernot	Culinary	4,358,065	\$3,101	Proactive Pitching	DIGITAL
Business Insider	February 27, 2020	Emily Hochberg	Destination Miami	24,008,556	\$45,136	Other	DIGITAL
Jetsetter	February 27, 2020	Jamie Ratermann	Destination Miami	513,196	\$965	Other	DIGITAL
BizBash	February 28, 2020	BizBash Editors	Culinary	49,105	\$92	Other	DIGITAL
Forbes	February 29, 2020	Will McGough	Destination Miami	24,800,279	\$46,625	Individual Press Trip	DIGITAL
Pink Play Maqs	February 1, 2020	Bryen Dunn	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	30,000	\$278	Proactive Pitching	BLOG
ETB Travel News	February 2, 2020	Norma Santoro	Destination Miami	32,460	\$300	Other	DIGITAL
ETB Travel News	February 2, 2020	Norma Santoro	Destination Miami	32,460	\$300	Other	DIGITAL
Public Now	February 2, 2020	N/A	Destination Miami	63,970	\$439	Other	DIGITAL
PanelWare	February 3, 2020	Carr Wilbanks	Destination Miami	80,000	\$740	Other	DIGITAL
ETB Travel News	February 3, 2020	Norma Santoro	Destination Miami	32,460	\$300	Other	DIGITAL
Hotspots! Magazine	February 4, 2020	Scott Holland	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods	15,000	\$139	Other	DIGITAL
Travel to Wellness	February 10, 2020	Lynn Burshtein	Health & Wellness	25,000	\$231	Proactive Pitching	DIGITAL
TravelPulse Quebec	February 10, 2020	Alexandra Roy	Destination Miami	30,000	\$278	Proactive Pitching	DIGITAL

Drift Travel	February 12, 2020	Steve Drake	Culinary		4,500,000	\$41,625	Proactive Pitching	DIGITAL
TravelPulse Quebec	February 12, 2020	Catherine Maisonneuve	Destination Miami		30,000	\$278	Proactive Pitching	DIGITAL
Canadian Insider	February 12, 2020	N/A	Destination Miami		15,000	\$139	Other	BLOG
TravelPulse Quebec	February 12, 2020	Catherine Maisonneuve	Destination Miami		30,000	\$231	Proactive Pitching	DIGITAL
TravelPulse Canada	February 12, 2020	Donald Wood	Destination Miami		25,000	\$231	Other	DIGITAL
Hotel News Resource	February 14, 2020	N/A	Sports Tourism		52,280	\$484	Other	DIGITAL
ETB Travel News	February 17, 2020	Norma Santoro	Sports Tourism		32,460	\$300	Other	DIGITAL
ETB News	February 20, 2020	Katherine Riley	Destination Miami		2,112,000	\$19,368	Proactive Pitching	DIGITAL
NIJVO Magazine	February 20, 2020	Laura Itzkowitz	Arts & Culture/Multicultural & Heritage Neighborhoods		30,000	\$278	Proactive Pitching	DIGITAL
Vancouver is Awesome	February 21, 2020	Elena Shepert	Destination Miami		141,000	\$1,304	Proactive Pitching	DIGITAL
Daily Hive Mapped	February 21, 2020	Emily Rumball	Destination Miami		559,000	\$5,171	Proactive Pitching	DIGITAL
Hotspots! Magazine	February 25, 2020	Scott Holland	Destination Miami		15,000	\$139	Other	DIGITAL
Hotel News Resource	February 25, 2020	N/A	Destination Miami		52,280	\$484	Other	DIGITAL
MICE Coverage								
Hospitality Net	February 3, 2020	N/A	MICE		127,468	\$240	Other	DIGITAL
Hotel Business	February 4, 2020	N/A	MICE		32,087	\$80	Other	DIGITAL
Connect Media	February 5, 2020	David Cohen	MICE		34,858	\$66	Other	DIGITAL
Hotel News Now	February 14, 2020	N/A	MICE		32,610	\$61	Other	DIGITAL
Hotel News Now	February 14, 2020	N/A	MICE		32,610	\$61	Other	DIGITAL
Lodging Magazine	February 14, 2020	N/A	MICE		26,444	\$50	Other	DIGITAL
Hotel Online	February 20, 2020	N/A	MICE		23,045	\$43	Other	DIGITAL
TSNN	February 24, 2020	Kelsey Ogletree	MICE		114,520	\$44	Proactive Pitching	DIGITAL
Benzinga	February 24, 2020	N/A	MICE		868,954	\$1,634	Other	DIGITAL
KPVI	February 24, 2020	N/A	MICE		12,973	\$24	Other	DIGITAL
Markets.winslowevancrocker.com	February 24, 2020	N/A	MICE		801	\$2	Other	DIGITAL
Morningstar	February 24, 2020	N/A	MICE		1,779,650	\$3,346	Other	DIGITAL
Pro Dance Cheer	February 24, 2020	Jay	MICE		2,272	\$4	Other	DIGITAL
profitquotes.com	February 24, 2020	N/A	MICE		2,013	\$4	Other	DIGITAL
Yahoo Finance	February 24, 2020	N/A	MICE		16,128,602	\$30,322	Other	DIGITAL
The Meetings Magazine	February 25, 2020	N/A	MICE		19,621	\$172	Proactive Pitching	DIGITAL
Focus On Travel News	February 25, 2020	Özgül Töre	MICE		88,474	\$818	Proactive Pitching	DIGITAL
Hotel News Resource	February 25, 2020	N/A	MICE		89,300	\$826	Proactive Pitching	DIGITAL
Business Traveler NA	February 25, 2020	Lark Gould	MICE		1,792	\$3	Other	DIGITAL
Business Traveler NA	February 26, 2020	Lark Gould	MICE		1,792	\$3	Other	DIGITAL
Hospitality Net	February 25, 2020	N/A	MICE		136,067	\$256	Other	DIGITAL
Lodging Magazine	February 25, 2020	N/A	MICE		26,444	\$50	Other	DIGITAL
Connect Media	February 26, 2020	David Cohen	MICE		34,858	\$66	Other	DIGITAL
Lodging Magazine	February 26, 2020	N/A	MICE		26,444	\$50	Other	DIGITAL
PCMA	February 27, 2020	Casey Gale	MICE		103,012	\$238	Proactive Pitching	DIGITAL
STAY FIT 305	1-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		80,000	\$2,800	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
MY305AREA	18-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		6,840	\$33	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
EVENTS.U	18-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		20,300	\$101	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
MIAMI.COM	18-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		269,000	\$338	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
SOUL OF MIAMI	18-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		5,070	\$25	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
SOUTH FLORIDA SUN SENTINEL	18-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		3,920,000	\$150	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
UNATION	18-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		15,400	\$77	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
YELP	18-Feb-20	STAFF	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		130,000	\$650	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
MSN	20-Feb-20	SKYE SHERMAN	MIAMI SPA MONTHS, MIAMI HOTEL MONTHS		737,000,000	\$23,500	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
MIAMI.COM	21-Feb-20	CONNIE OGLE	MIAMI HEALTH & WELLNESS MONTHS		269,000	\$6,725	DEEPSLEEP STUDIO	ONLINE
Assisted Clips: GERMANY								
Wissen. Heute. Reise	February 10, 2020	N/A	Destination Miami		N/A	N/A	Story Pitching/Press Release	PRINT
Life After Football	February 21, 2020	Uwe Hasenfuss von Lostin	Destination Miami		36,000	\$33,075	Story Pitching	PRINT
Welt am Sonntag	February 23, 2020	Pia Heinemann	Port Miami		137,759	\$73,889	Story Pitching	PRINT
touristik aktuell	February 24, 2020	N/A	Museum of Graffiti			\$384	Press Release	PRINT
touristik aktuell	February 24, 2020	Arne Hübner	Product news: operators have expanded their Miami portfolio		27,385	\$5,293	Third Party Comms	PRINT
touristik aktuell	February 24, 2020	N/A	Bitmore Miami			\$887	Third Party Comms	PRINT
spartacus traveler	February 27, 2020	Dirk Baumgartl	Miami - colourful diversity: Art déco, South Beach, Wynwood Art District, LGBT Scene		50,000	\$30,556	Cross-market trip "Miami Beach Pride"/Journalist Contact	PRINT
travelnews.ch	February 9, 2020	N/A	New GMCVB campaign "MiamiLand"		192,347	\$313	Press Release	DIGITAL
20min.ch	February 9, 2020	Simona Ritter	ARTECHOUSE		1,075,000	\$3,559	Individual Trip Simona Ritter	DIGITAL
tip-online.at	February 11, 2020	Julia Trillsam	Destination Miami		25,254	\$110	Press Release	DIGITAL
kreiszeitung-wochenblatt.de	February 13, 2020	N/A	Destination Miami		244,440	N/A	Story Pitching	DIGITAL
travelnews.ch	February 19, 2020	N/A	GMCVB's sales team at Kuoni event		192,347	\$313	Sales Team	DIGITAL
travel4news.at	February 25, 2020	Wolfgang Tropf	Destination Miami		62,820	\$333	Press Release	DIGITAL
Assisted Clips: UK								
The Daily Telegraph	February 1, 2020	Rachel Cranshaw	The Art Deco hotels of Miami Beach		902,000	\$76,856	Individual media visit	Print
The Sunday Times	February 2, 2020	Jonathan Thompson	Best new openings in Miami		704,064	\$98,908	Media liaison	Print
The Daily Telegraph	February 3, 2020	Rachel Cranshaw	The Art Deco hotels of Miami Beach		24,896,000	\$99,922	Individual media visit	Digital
Daily Echo Southampton	February 3, 2020	Ryan Hooper	Explore the magic of Miami		12,954	\$3,695	Norwegian group press trip	Print
Whitehaven News	February 5, 2020	Ryan Hooper	Explore the magic of Miami		6,213	\$3,768	Norwegian group press trip	Print
Witney Gazette	February 5, 2020	Ryan Hooper	Explore the magic of Miami		4,065	\$1,582	Norwegian group press trip	Print
Westmoreland Gazette	February 6, 2020	Ryan Hooper	Explore the magic of Miami		14,894	\$3,295	Norwegian group press trip	Print
Workington Times and Star	February 7, 2020	Ryan Hooper	Explore the magic of Miami		5,849	\$4,833	Norwegian group press trip	Print
About Time	February 7, 2020	Jordanna Zetter	The perfect weekend: 48 hours in Miami		70,000	\$2,292	Group international media visit	Digital
Instagram: Nomadicboys	February 27 - March 1, 2020	Nomadic Boys	A trip to Miami		123,000	\$7,500	Individual media visit	Digital
Assisted Clips: ITALY								
Ulisse	2/1/2020		City in the myth		200,000.00	\$23,000.00	PR Support	PRINT
Mixer	2/1/2020		Back to the market: interpreting the past to define the future		126,000.00	\$6,000.00	PR Support	PRINT
lulup.com	2/3/2020		Discovering Miami natural parks		101,000.00	\$1,470.00	Press Release	DIGITAL
vaquelpaese.com	2/4/2020		Discovering Miami natural parks		11,700.00	\$161.00	Press Release	DIGITAL
panorama.it	2/5/2020	Mariella Baroli	Discovering Miami: Gianni Versace's Villa		416,000.00	\$6,000.00	PR Support	DIGITAL
elle.com/it	2/6/2020	Daniela Passeri	The 50 best beaches in the world where you'd want to be now, tomorrow (and forever)		480,000.00	\$2,000.00	PR Support	DIGITAL
confer.it	2/6/2020	Federica Brandirali	2020 Valentine's Day: the 10 most expensive (and romantic) suites in the world		1,088,240.00	\$15,000.00	PR Support	DIGITAL
travelquotidiano.com	2/7/2020		A trip to the deep South of USA		8,190.00	\$108.00	PR Support	DIGITAL
Quotidiano del Sud	2/10/2020	Sabrina Quartieri	Miami in its natural parks		25,000.00	\$7,000.00	Press Release	PRINT
advertising.it	2/20/2020		Miami: the new MiamiLand campaign		9,090.00	\$121.00	Press Release	DIGITAL
@LikeMilijian	2/22/2020	Micaela & Julien Savoldelli	Miami trip		122,000.00	n.a.	Trip Support	SOCIAL
lulup.com	2/25/2020		The new campaign MiamiLand proposes an unexpected and adventurous outdoor Miami		101,000.00	\$1,470.00	Press Release	DIGITAL

lacucinaitalia.com	2/28/2020		Tagliolini Pane & Vino: the American recipe	106,000.00	\$4,500.00	PR Support	DIGITAL
Assisted Clips: FRANCE							
MANDALEY.FR	1/30/2020	N/A	OÙ MANGER DE BONS BUGERS À MIAMI ?	40,000	\$7,726	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
ROUTARD.COM	2/1/2020	N/A	WINTER PARTY FESTIVAL À MIAMI	3,800,000	\$3,622	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
ROUTARD.COM	2/1/2020	N/A	CALLE OCHO À MIAMI	3,800,000	\$5,672	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
ROUTARD.COM	2/1/2020	N/A	FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM À MIAMI	3,800,000	\$3,018	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
ROUTARD.COM	2/1/2020	N/A	ULTRA MUSIC FESTIVA À MIAMI	3,800,000	\$3,441	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
LEPARISIEN.FR	2/2/2020	ROMAIN DAVEAU	SUPERBOWL 2020: AUDIENCE, BILLETTS PUBS... CES CHIFFRES QUI DONNENT LE TOURNIS	11,000,000	\$67,604	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
PUBLIC.FR	2/2/2020	N/A	JENNIFER LOPEZ : AU SUPER BOWL, SA FILLE DE 11 ANS, EMME, VOLE LA VEDETTE À SHAKIRA	1,600,000	\$38,631	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
LEFIGARO.FR	2/2/2020	EMMANUELLE LITAUD	SUPERBOWL 2020: OÙ ET À QUELLE HEURE SUIVRE L'EVENEMENT À LA TÉLÉVISION ?	24,000,000	\$72,433	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
20MINUTES.FR	2/3/2020	N/A	SUPERBOWL L'HOMMAGE À BRYANT, LA PUB DE TRUMP ET LE SHOW DE SHAKIRA ET J-LO, REVIVEZ LA MEILLEURE NUIT DE L'ANNÉE	\$7,800,000	\$65,190	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
FRANCETVINFO.FR	2/3/2020	N/A	ETATS-UNIS : LES 4 SÉQUENCES À RETERNIR DU SUPERBOWL	2,470,000	\$54,325	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
LEFIGARO.FR	2/3/2020	MELISSA MAKAYA	JENNIFER LOPEZ ET SHAKIRA EN MAJESTÉ PENDANT LE SHOW DU SUPERBOWL	24,000,000	\$108,650	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
LEMONDE.FR	2/3/2020	N/A	SUPER BOWL 2020 : VICTOIRE POUR KANSAS CITY, CINQUANTE ANS APRÈS LEUR PREMIER TITRE	28,900,000	\$102,614	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
SUDOUEST.FR	2/3/2020	N/A	VIDEO ET IMAGES. JENNIFER LOPEZ ET SHAKIRA ENFLAMMENT LE SUPERBOWL, KANSAS CITY CHAMPION	2,900,000	\$84,505	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
LAPROVENCE.COM	2/11/2020	ANTHONY JAMMOT	VIDEO - TOURISME : L'OPÉRATION SÉDUCTION DE LA RÉGION POUR CONQUÉRIR LES MARCHÉS AMÉRICAINS	840,000	\$7,243	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
LAPROVENCE.COM	2/11/2020	ANTHONY JAMMOT	VIDEO - TOURISME : L'OPÉRATION SÉDUCTION DE LA RÉGION POUR CONQUÉRIR LES MARCHÉS AMÉRICAINS	840,000	\$57,947	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
LEQUIPE.FR	2/12/2020	N/A	UN TERRAIN DE FOOT FABRIQUÉ AVEC DES DÉCHETS PLASTIQUES À MIAMI	20,000,000	\$48,289	MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING	DIGITAL
Assisted Clips: SCANDINAVIA							
Alt om Ikast Brande	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	3,000	\$	118 Press office	DIGITAL
Bornholms Tidende	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	8,000	\$	294 Press office	DIGITAL
TV 2	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	679,000	\$	7,359 Press office	DIGITAL
Randers Amtsavis	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	15,000	\$	294 Press office	DIGITAL
Jydske Vestkysten	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	95,000	\$	1,472 Press office	DIGITAL
Viborg Stifts Folkeblad	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	11,000	\$	147 Press office	DIGITAL
Vejle Amts Folkeblad	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	16,000	\$	294 Press office	DIGITAL
Århus Stiftstidende	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	40,000	\$	589 Press office	DIGITAL
Fredericia Dagblad	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	7,000	\$	147 Press office	DIGITAL
Horsens Folkeblad	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	20,000	\$	294 Press office	DIGITAL
Dagbladet RingkøbingSkiern	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	7,000	\$	147 Press office	DIGITAL
Fyens	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	82,000	\$	1,177 Press office	DIGITAL
Folkebladet Lemvig	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	2,000	\$	147 Press office	DIGITAL
Dagbladet HolstebroStruer	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	11,000	\$	147 Press office	DIGITAL
B. T.	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	666,000	\$	3,974 Press office	DIGITAL
Berlingske	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	180,000	\$	2,208 Press office	DIGITAL
Midtjyllands Avis	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	8,000	\$	294 Press office	DIGITAL
Sjællands Nyheder	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	52,000	\$	589 Press office	DIGITAL
Ritzau	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	N/A	\$	N/A Press office	PRINT
Herning Folkeblad	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	10,000	\$	294 Press office	DIGITAL
Skive Folkeblad	2/2/2020	-	Superbowl in Miami	6,000	\$	294 Press visit	DIGITAL
TT Nyhetsbyrå	2/5/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	N/A	\$	N/A Press visit	PRINT
Smålandningen	2/7/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	30,000	\$	8,929 Press visit	PRINT
Söderhamns-Kuriren	2/7/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	12,000	\$	5,917 Press visit	PRINT
Ljusdals-Posten	2/7/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	12,000	\$	8,821 Press visit	PRINT
Ljusnan	2/7/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	21,000	\$	10,435 Press visit	PRINT
Hudiksvalls Tidning	2/7/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	20,000	\$	10,758 Press visit	PRINT
Söderhamns-Kuriren	2/7/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	12,000	\$	2,044 Press visit	PRINT
Norbottens-Kuriren	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	48,000	\$	15,599 Press visit	PRINT
Västerviks-Tidningen	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	18,000	\$	3,980 Press visit	PRINT
Katrineholms-Kuriren	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	21,000	\$	8,499 Press visit	PRINT
Östgöta Correspondenten	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	104,000	\$	14,953 Press visit	PRINT
Södermanlands Nyheter	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	44,000	\$	9,467 Press visit	PRINT
Gotlands Allehanda	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	17,000	\$	7,853 Press visit	PRINT
Esklstuna Kuriren	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	63,000	\$	13,232 Press visit	PRINT
Motala & Vadstena Tidning	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	18,000	\$	9,037 Press visit	PRINT
Vimmerby Tidning	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	9,100	\$	13,447 Press visit	PRINT
Katrineholms-Kuriren	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	21,000	\$	8,714 Press visit	PRINT
Norrköpings Tidningar	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	86,000	\$	14,738 Press visit	PRINT
Vetlanda-Posten	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	14,000	\$	12,049 Press visit	PRINT
Värnamo Nyheter	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	31,000	\$	10,435 Press visit	PRINT
Smålands Dagblad	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	17,000	\$	12,802 Press visit	PRINT
Trands Tidning	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	12,000	\$	12,049 Press visit	PRINT
Smålands-Tidningen	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	22,000	\$	12,049 Press visit	PRINT
Jonköpings-Posten	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	67,000	\$	14,523 Press visit	PRINT
Skånska Dagbladet	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	66,000	\$	10,112 Press visit	PRINT
Enköpings-Posten	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	22,000	\$	6,885 Press visit	PRINT
Västerviks-Tidningen	2/8/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	18,000	\$	721 Press visit	PRINT
Berlingske	2/8/2020	Frederikke Palmu Johansen	Family experiences by the west coast of Florida	180,000	\$	2,208 Press visit	DIGITAL
Berlingske	2/8/2020	Frederikke Palmu Johansen	Family experiences by the west coast of Florida	145,000	\$	30,024 Press visit	PRINT
Berlingske	2/8/2020	Sebastian Persson	Entrepreneur dreams in Miami	145,000	\$	32,526 Press office	PRINT
Nordvästra Skånes Tidningar	2/9/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	22,500	\$	15,197 Press visit	PRINT
Landskrona Posten	2/9/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	24,000	\$	9,812 Press visit	PRINT
Helsingborgs Dagblad	2/9/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	139,000	\$	21,516 Press visit	PRINT
Upsala Nya Tidning	2/9/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami	103,000	\$	13,770 Press visit	PRINT

Norra Skåne	2/11/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		34,000	\$	10,973	Press visit	PRINT
Örebroar'n	2/12/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		52,000	\$	9,575	Press visit	PRINT
Skaraborgs Allehanda	2/14/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		41,000	\$	10,865	Press visit	PRINT
Nya Wermlands Tidningen	2/15/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		102,000	\$	14,738	Press visit	PRINT
Falköpings Tidning	2/17/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		16,000	\$	13,663	Press visit	PRINT
TTELA	2/17/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		49,000	\$	8,821	Press visit	PRINT
Mariestads Tidningen	2/17/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		25,000	\$	8,284	Press visit	PRINT
Västernorrlands Tidning	2/17/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		9,000	\$	13,663	Press visit	PRINT
Skaraborgs Läns Tidning	2/17/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		23,000	\$	13,663	Press visit	PRINT
Karlskoga Tidning	2/17/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		23,000	\$	9,575	Press visit	PRINT
Hällandsposten	2/18/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		71,000	\$	13,878	Press visit	PRINT
Strömstads Tidning / Norra Bohuslän	2/18/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		13,000	\$	7,853	Press visit	PRINT
Hällands Nyheter	2/18/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		58,000	\$	12,372	Press visit	PRINT
Bohusläningen	2/18/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		56,000	\$	7,853	Press visit	PRINT
Sydöstran	2/21/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		32,000	\$	10,865	Press visit	PRINT
Skaraborgs Allehanda	2/21/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		41,000	\$	11,081	Press visit	PRINT
Århus Stiftstidende	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		35,000	\$	90,071	Press office	PRINT
Horsens Folkeblad	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		21,000	\$	78,062	Press office	PRINT
Fyns Amtstavis	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		25,000	\$	66,052	Press office	PRINT
Randers Amtstavis	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		15,000	\$	66,052	Press office	PRINT
Fredericia Dagblad	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		14,000	\$	33,026	Press office	PRINT
Dagbladet Holstebro Struer	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		16,000	\$	57,045	Press office	PRINT
Vejle Amts Folkeblad	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		20,000	\$	78,062	Press office	PRINT
Jydske Vestkysten Fællessektion	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		118,000	\$	129,102	Press office	PRINT
Fyens Stiftstidende	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		78,000	\$	114,090	Press office	PRINT
Dagbladet Ringkøbing-Skjern	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		15,000	\$	48,038	Press office	PRINT
Viborg Stifts Folkeblad	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		14,000	\$	51,040	Press office	PRINT
Folkebladet Lemvig	2/22/2020	Jens Meiniche Mouvielle	Experience the home of Versace		5,000	\$	57,045	Press office	PRINT
Norran	2/25/2020	Johan Öberg	The many colors of Miami		44,000	\$	58,523	Press visit	PRINT

Assisted Clips: SPAIN

National Geographic	February, 2020	Javier Zori	Wynwood Graffiti		166,142	\$	\$20,170		PR	Print
National Geographic	February 18, 2020	Javier Zori	MIAMI IS NOT TACKY		194,243	\$	\$3,000		PR	Online
National Geographic	February 18, 2020	Javier Zori	Podcast National Geographic travelers: Miami is not tacky		40,500	\$	\$2,500		PR	Online
Espresso	February 1, 2019	Editorial Staff	Miami Tourism attracts new visitors with MiamiLand		2,000	\$	\$800		PR	Online
Hosteltur	February 5, 2019	Vivi Hinojosa	The most groundbreaking new tourism promotion campaigns		100,000	\$	\$1,850		PR	Online
Periodista Digital	February 7, 2019	Paul Monzon	Miami, Florida's South Beach: Day & Night Attraction		120,827	\$	\$2,822		PR	Online
La Vanguardia	February 8, 2019	Editorial Staff	Little Havana, the Miami with the most Latin flavor		1,636,000	\$	\$7,217		PR	Online
Qpasa.com	February 10, 2019	Andy Margs	Little Havana, the Miami with the most Latin flavor		15,000	\$	\$600		PR	Online
La Sexta - Viajestic	February 25, 2019	Aine Diaz	Euphoric Emporium, in Miami, the paradise for Instagram lovers		140,000	\$	\$2,350		PR	Online

Assisted Clips: ARGENTINA

QEPD.news	8-Feb-20	Staff	GMVCB reveals its MiamiLand initiative		34,475	\$	11,552.00	Newsletter	ONLINE
Travel 2 LATAM	10-Feb-20	Staff	Miami, leader in the wellness segment		183	\$	113.88	Newsletter	ONLINE
Daily Travelling News	12-Feb-20	Staff	MIAMILAND, the nueva iniciativa of the Greater Miami Convention & Visitors Bureau		99	\$	61.60	Newsletter	ONLINE
Host News	21-Feb-20	Staff	Miami celebrates Health and Wellness Months in February and March		197	\$	122.60	Pitch	ONLINE
Turismo Cero	21-Feb-20	Staff	Miami celebrates wellness and health tourism with must-see activities		644	\$	308.28	Pitch	ONLINE
QEPD.news	21-Feb-20	Staff	Miami Celebrates wellness and healthy tourism with mush haves		34,475	\$	11,552.00	Pitch	ONLINE
Ciudadanos Viajeros	21-Feb-20	Staff	Miami's wellness and tourism offerings		907	\$	10,130.84	Pitch	ONLINE
Espectativa	24-Feb-20	Staff	Miami celebrates wellness and health tourism with must-see activities		78	\$	48.54	Pitch	ONLINE
Daily Travelling News	27-Feb-20	Staff	Wellness and Health Tourism in Miami		99	\$	61.60	Pitch	ONLINE
Buenos Viajes	27-Feb-20	Staff	Wellness and Health Tourism in Miami		69	\$	42.94	Pitch	ONLINE
Daily Travelling News	28-Feb-20	Staff	Bal Harbour and Miami, two destinations with many novelties		99	\$	61.60	Coverage	ONLINE
Comercio y Justicia	28-Feb-20	Carolina Brenner	Experience Miami's culturally richest neighborhoods		1,691	\$	3,179,249.10	Media Request	ONLINE

Assisted Clips: BRAZIL

Isto É	February 02	N/A	Super Bowl is just one of the attractions for stadium fans in Miami		1,142,340	\$	\$7,288.20	Mention	Digital
Mercado & Eventos	February 03	Giulia Bottini	American Airlines requests 14 new flights between Miami and Havana		27,870	\$	\$177.90	Mention	Digital
Watermag	February 04	Ney Ayres	Greystone Hotel Presents Presence in Miami Beach		1,860	\$	\$120.00	Newsletter	Digital
Catraca Livre	February 05	N/A	Miami opens the world's first graffiti museum		3,499,410	\$	\$18,150.00	Newsletter	Digital
O Povo de Sepetiba	February 05	N/A	Miami opens the world's first graffiti museum		3,090	\$	\$19.80	Newsletter	Digital
Contém Informação	February 05	Juliana Bontorim	Gastronomic news in Miami will surprise you		960	\$	\$6.30	Newsletter	Digital
Qual Viagem	February 05	N/A	Micosukee Resort & Gaming: games and native culture in South Florida		1,740	\$	\$11.10	Newsletter	Digital
Diário do Rio	February 05	Raphael Fernandes	Gol and American Airlines agreement takes new flight from Miami to Rio		160,830	\$	\$1,025.30	Mention	Digital
Rádio Maringá	February 06	N/A	Learn how to enjoy sports in Miami all year long		4,680	\$	\$30.00	Press Release	Digital
Glamurama	February 06	N/A	Kosushi Miami combines traditional Japanese cuisine with a touch of modernity		180,180	\$	\$1,149.60	Mention	Digital
Achei USA	February 07	N/A	Miami Yacht Show brings Downtown Miami the most luxurious yachts in the world		30,300	\$	\$193.50	Mention	Digital
Mercado & Eventos	February 10	Pedro Menezes	AA's new daily flight between Rio and Miami begins in January 2021: see schedules		27,870	\$	\$177.90	Mention	Digital
Qual Viagem	February 10	N/A	Unlimited nature in the middle of Miami: meet Oleta Park		1,740	\$	\$11.10	Newsletter	Digital
UOL	February 11	N/A	Iconic Miami neighborhood gets museum dedicated to graffiti: see attractions		43,859,850	\$	\$534,213.00	Press Release	Digital
Mais Miami	February 13	Maria Elisa	Did you know that Miami was voted the healthiest city in the United States?		300	\$	\$30.00	Press Release	Digital
O Debate	February 13	N/A	Miami Innovation Experience promotes innovation and technology		8,180	\$	\$52.80	Mention	Digital
O Estado de S. Paulo	February 14	Talita Marchao	In Miami, the first museum dedicated to graffiti		3,676,980	\$	\$23,459.40	Press Release	Printed
Panorama de Viagem	February 15	Leo Vidal	Entertainment in Miami: Art, Cinema and Sports		1,980	\$	\$12.90	Press Release	Digital
Brazilian Times	February 16	N/A	Discover three neighborhoods in Miami for housing and investment		15,000	\$	\$95.70	Mention	Digital
O Tempo	February 19	Patricia Cassese	3D Brazilian animation participates in fair in Miami		217,590	\$	\$1,388.40	Mention	Digital
Achei USA	February 19	N/A	Two women die after car crashes in Miami Beach		30,300	\$	\$193.50	Mention	Digital
Terra	February 20	Kadu Gouvêa	Miami: GP closest to being held		11,608,200	\$	\$3,883.00	Mention	Digital
Pequena Empresa & Grandes Negócios	February 21	Mariana Fonseca	Miami accelerator? seeks Brazilian startups		71,428,770	\$	\$870,002.40	Mention	Digital
Mercado & Eventos	February 21	Igor Regis	Miami is the most sought after international destination in Carnival according to ViajeNet		27,870	\$	\$177.90	Mention	Digital
O Estado de S. Paulo	February 25	Talita Marchao	The colors of Miami: museums and exhibitions for those who want more than shopping		3,676,980	\$	\$23,459.40	Press Release	Digital
Achei USA	February 28	N/A	Miami Film Festival to feature Brazilian film on schedule		30,300	\$	\$193.50	Mention	Digital

Assisted Clips: COLOMBIA

Technocio	February 18th, 2020	Staff	Fine and wine festival		1,000	\$	\$900.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
De Viage	February 18th, 2020	staff	Fine and wine festival		1,500	\$	\$1,000.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
La República	February 19th, 2020	staff	Fine and wine festival		284,000	\$	\$6,340.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
La República	February 19th, 2020	staff	Fine and wine festival		284,000	\$	\$8,679.00	We assisted with the coverage by providing data	PRINT

W Radio	February 19th, 2020	staff	Fine and wine festival	1,130,000	\$10,059.00	We assisted with the coverage by providing data	BROADCAST
Mix News Colombia	February 19th, 2020	staff	Fine and wine festival	1,000	\$900.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
Inspira y Conecta	February 20th, 2020	staff	Fine and wine festival	1,500	\$1,000.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
Mix News	February 26th, 2020	Staff	Miami participation in ANATO	1,000	\$900.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
A un viaje de distancia	February 26th, 2020	Staff	Miami participation in ANATO	1,100	\$400.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
Technocio	February 28th, 2020	Staff	Miami participation in ANATO	1,000	\$900.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
De viaje	February 28th, 2020	Staff	Miami participation in ANATO	1,500	\$1,000.00	We assisted with the coverage by providing data	DIGITAL
Assisted Clips: MEXICO							

U.S. & Canada

Grand Hyatt Miami Beach to Open in 2023



Özgür Töre 25 February 2020



Hyatt announced 800-room **Grand Hyatt Miami Beach** that will create a new hospitality option for visitors attending events at the adjacent Miami Beach Convention Center.

The hotel, which will welcome guests in 2023, will become only the second Grand Hyatt property in Florida, joining Grand Hyatt Tampa Bay. The hotel development is being led by **David Martin** of Terra and **Jackie Soffer** of Turnberry, whose plans for the hotel were overwhelmingly approved by Miami Beach voters in 2018. The 17-story hotel will be situated at the intersection of 17th Street and Convention Center Drive, within walking distance of the beachfront, Lincoln Road Mall, New World Symphony, The Bass Museum and The Fillmore Miami Beach.

Grand Hyatt Miami Beach will be designed by internationally acclaimed architect **Bernardo Fort-Brescia** and his firm, Miami-based Arquitectonica. The team also includes partner **Craig Robins** of Dacra, who is the visionary behind the Miami Design District and helped revive Miami Beach's Art Deco District in the 1990s; **Stonehill Taylor**, which is designing the hotel's interior lobby and lounges, ballroom and meeting rooms, hotel rooms and all common areas; **EOA**, which is designing the pool deck hospitality features of the hotel; and **Arquitectonica GEO**, which is creating lush pedestrian promenades and landscapes.

Hotel features are expected to include 12 floors of guest rooms offering views of Miami Beach, two floors of meeting spaces and ballrooms that will complement the Convention Center, a resort-style pool deck with panoramic views, and limited retail space that will activate the district at street level. An elevated skybridge will enable event attendees to move freely between the hotel and Convention Center in a climate-controlled, art-filled corridor.


Plans also include landscaped pedestrian promenades on surrounding streets, bike sharing stations, connectivity with public transit routes, dedicated ridesharing pick-up and drop-off zones, and direct access between the Convention Center and Lincoln Road. The project's resiliency and sustainability measures include storm water management and reuse, flood risk mitigation, and the use of solar power – all of which are designed to ensure operational continuity during weather events.

"The Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) joins Terra, Turnberry and The City of Miami Beach in welcoming the Grand Hyatt Miami Beach as the newly named brand for the 800-room headquarter hotel connected to the Miami Beach Convention Center," said **William D. Talbert, III, CDME, President of the GMCVB**. "Grand Hyatt Miami Beach makes it possible to better compete for citywide conventions which fuel jobs in our community and generates business for all of Greater Miami's hotels and merchants. We look forward to the hotel ground-breaking which once completed will finalize the Miami Beach Convention Center District."

237 views | Feb 29, 2020, 02:59am EST

5 Outdoor, Adventure Activities In Miami



Will McGough Contributor 

Travel

I write about travel destinations and the people I meet along the way.



Miami is full of sunshine and outdoor activities. GETTY

Miami is known as a city for its pulsing culture and happening nightlife. Of course, it's also on the water - both the ocean and the intracoastal - providing plenty of opportunities to get outside. Here are five recommendations for your next visit:

Air Boat Ride at Sawgrass Recreation Area

The Everglades is South Florida's playground, and there's nothing like an air boat ride through its shallow, gator-inhabited waters. Sawgrass Recreation Park is located less than an hour outside of the city and puts you in the thick of it all, offering daily air boat tours through the shallow water and tall grass. Perfect for all ages, the fan boat is a fun, wild ride that seems to fly over the water, and gator sightings are all but guaranteed. File this one under "oldie but goodie" - don't skip exploring this unique ecosystem and the chance to spot gators, fish, and birds.

Kayaking at Oleta State Park

Oleta State Park is dense in its offerings, from its mangrove trails to the calm blue waters of North Biscayne Bay. There's a fishing pier, bike trails, hiking trails, and plenty of waterway for kayaking. At 1,000 acres, it is Florida's largest urban park, just thirty minutes from downtown Miami. Here, you can escape the rush of the city with a quiet afternoon, and even spend the night in one of its rustic cabins.



Surfing in South Beach, Miami. GETTY

Surf Lesson on South Beach

Much of the attention puts the spotlight on the nightlife in Miami and South Beach, but let's not forget about the actual beach and the ocean as a playground. The surf is relatively consistent in South Beach, especially for beginners looking to pick off smaller waves. It's a great place to take a [surf lesson](#), then enjoy an afternoon nap (before heading out for that infamous nightlife).

Rollerblading Along the Beach Path

It may sound simple, or too 1970s, but we suggest you try out this old-school activity and pretty much guarantee that you'll wonder why you don't do it more often. Lace 'em up and skate along the beach path in South Beach, taking in the sights and sounds - the water, the sand, the buildings, and the people. You'll cover more ground than you would walking, and it's a nice change from being on a bike.



Artwork at the Wynwood Walls. (Photo by Patrick McMullan/Patrick McMullan via Getty Images) PATRICK MCMULLAN VIA GETTY IMAGES

Wynwood Walls Walking Tour

This one is for those of you who consider city walking enough of an adventure. Take an [official walking tour](#) of the Wynwood Walls, an outdoor museum that's the centerpiece of the Wynwood neighborhood. Once an industrial area with little to offer in the way of art and culture, artists and creatives have transformed these blocks into a haven for street art.

The Wynwood Walls are large outdoor canvases that celebrate and showcase the work of professional artists from around the globe, each bringing their own unique style. Walking tours last about an hour and explain the beginnings of the neighborhood, as well as the styles and meanings behind many of the large murals.

5 Reasons To Stay At The Gabriel Hotel In Downtown Miami



Will McGough Contributor

Travel

I write about travel destinations and the people I meet along the way.



Lobby of the Gabriel Hotel in Miami. ©2019 SMITH PHOTOGRAPHY INC.

Headed to Miami? There are many, many options of where to stay in the different parts of the city. But don't overlook the downtown area, where new bars and restaurants are popping up, and where you have easy, centralized access to the city's attractions and neighborhoods. Looking for something fresh? Here are five reasons to consider staying at [The Gabriel Hotel in Downtown Miami](#).

The Rooms and Views

The view from The Gabriel is interesting in that the east-facing rooms provide an expansive lookout over many parts of the city - the downtown skyline to the south, the cruise ship ports straight out in front, and then the island of Miami Beach off in the distance.



View of the intracoastal from the lower floors of the Gabriel Hotel. ©2019 SMITH PHOTOGRAPHY INC.

You can also see both the intracoastal waterway as well as the Atlantic Ocean. This mix means you get multiple perspectives on Miami and its parts - the cruise industry, the beach, the city streets - each playing its own key role in the city's overall identity.



Room at the Hotel Gabriel in downtown Miami. GABRIEL HOTEL

The Restaurant

The Gabriel's in-house restaurant, [CVLTVRA](#), was designed to celebrate the “melting pot” of Miami's cultures.

“When we decided on what type of cuisine to offer, it was originally based on all the Latin American flavors that the city has to offer,” said Chef Fabian Di Paolo.

“From Mexican to Colombian to Peruvian, for example, Miami is a melting pot of cultures that we wanted to highlight in our dishes. I then combined these flavors with the culinary experiences from my travels throughout the Mediterranean to create CVLTVRA's Latin-Med fusion concept.”



CULTVRA Restaurant at the Gabriel Hotel Miami. ©2019 SMITH PHOTOGRAPHY INC.

Open for breakfast, lunch, and dinner, dishes on the menu include grilled octopus, pork carintas tacos, pollo asado, and conch ceviche.

The Rooftop Pool

High above the city streets of downtown is the rooftop and pool of The Gabriel. It feels like something you might find in Miami Beach, a rectangular pool with pink lights illuminating its waters, lounge chairs and umbrellas, palm trees lining the sun-soaked deck.



Order drinks or food to your poolside lounge, or hit up the hot tub on the eastern edge that overlooks the intracoastal waterway, Miami Beach, and the cruise ship ports.

Centralized Location to Wynwood, Downtown, and American Airlines Arena

If you're in town to see a concert or a Heat game, then the Gabriel is in the perfect location. You can see the American Airlines Arena from the hotel, making it very easy and convenient to walk right over. It's also within a reasonable distance of other main attractions, including Miami Beach (10-15 minute Uber ride) and Wynwood (same). Of course, you can simply step out the front door and walk easily to the bars and restaurants in downtown Miami.



The artwork of the Gabriel Hotel in Miami. ©2019 SMITH PHOTOGRAPHY INC.

Sexy Art and Design

If you're feeling frisky in Miami, the Gabriel wants to celebrate it. Located throughout the hotel you'll find some sexy and limit-pushing art, reminding you that Miami is classy, but certainly no city of innocence.

In the lobby, look for the picture with three girls licking a heart-shaped taffy, and on the 14th floor (pool level) you'll find some partially-nude, beach yoga photos. All have been curated in a stylish way - i.e. there's no outright nudity to worry about, should you be traveling with your parents - but it definitely sets the tone should you find yourself on a weekend getaway.

9,316 views | Feb 24, 2020, 07:38pm EST

This Train Is All The Rage Right Now In South Florida



Will McGough Contributor

Travel

I write about travel destinations and the people I meet along the way.

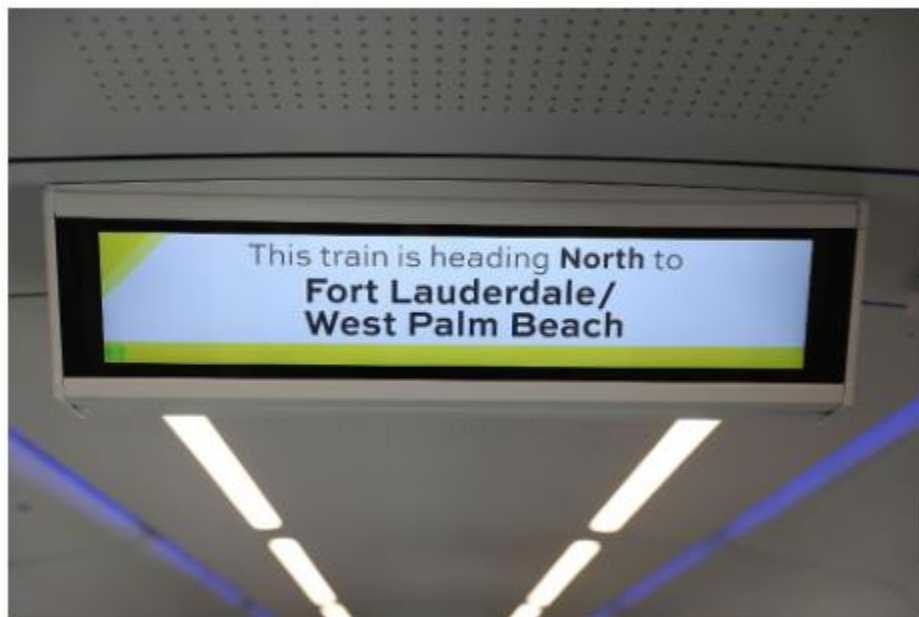


The Brightline Train in Florida. 2018 GETTY IMAGES

In 2018, Florida's [Brightline Train](#) took its inaugural ride and began offering service between Miami, Fort Lauderdale, and West Palm Beach (soon, it will add Orlando to its routes). In the two years since, the Brightline has become a preferred way of travel, not only for visitors exploring South Florida, but for locals looking for flexibility. Here are five things to know about the new(ish) Brightline Train:

It's Built with the Future in Mind

Aside from taking cars off the road, the Brightline has pledged to use the best technology available in running its operation. Brightline meets the highest emissions standards, Tier 4, set by the United States Environmental Protection Agency (EPA), and uses clean biodiesel to fuel the trains. They are American-made and 100% Buy America-compliant, manufactured by Siemens in Sacramento and designed by architects and interior designers from the Rockwell Group.



The Brightline train stops in Miami, Fort Lauderdale, West Palm Beach, and Orlando. GETTY IMAGES

It's Fast and Affordable

Today In: Travel



The routes include Miami to Fort Lauderdale (30 minutes), Fort Lauderdale to West Palm Beach (30 minutes), Miami to West Palm Beach (65 minutes), and, eventually, West Palm Beach to Orlando (90 minutes). With the connections, the trip from Miami to Orlando will take 3 hours.

This is great news for travelers. You will be able to fly into Miami and out of Orlando, or vice versa, allowing you to explore more destinations without driving or backtracking. This is huge in terms of planning, giving more flexibility to your travel plans.

There are two types of reserved seating service. Both have bicycle and luggage storage, free high-speed wifi, and power and USB outlets at every seat. "Smart service" is the most economical, with the option to purchase food and beverages. Tickets start at \$14 one-way.

It's Fun

For a small upgrade, you can get “Select Service” that includes complimentary food and beverages, alcoholic and non, in the dedicated station lounge and on the train (read: free drinks, including beer, wine, liquor, and champagne). The select service cabins also have wider seats and complimentary parking - the latter surely proving to be a valuable, useful add-on. Tickets are surprisingly reasonable, especially if you factor in the cost of drinks. They start at just \$32 for one-way Select service.

Regardless of which service you choose, you'll be treated to great views as you travel down the coast of Florida.



The Brightline train passing through West Palm Beach. (Photo by: Jeffrey Greenberg/Universal Images ... [+] UNIVERSAL IMAGES GROUP VIA GETTY IMAGES)

It Has a Partnership With Lyft to Get You to the Station

Sometimes, the convenience of taking the train is reduced if it's a hassle to get to the station. Brightline combats this a few ways. First, the aforementioned free parking with a Select Service ticket. But in the case you don't have a car or don't want to drive, there's another incentive: an exclusive rideshare partnership with Lyft that offers riders \$5 off a Lyft ride to/from any Brightline station with the purchase of a train ticket.

The Concept is Going to Expand to Other Parts of America

Brightline's west coast concept - now known and rebranded as Virgin Trains USA - is already working on a new project, a train that will connect Los Angeles and Las Vegas. As of now, it is on track to open in 2023.



HOTEL DEVELOPMENT MIAMI

THE GRAND HYATT BRAND SELECTED AS FLAG FOR NEW 800 ROOM MIAMI BEACH CONVENTION CENTER HOTEL

🕒 February, 25 2020 🍷 Hyatt

Arquitectonica-designed, 800-room hotel is slated to open in 2023





The development team behind Miami Beach's new Convention Center hotel announced today that an 800-room property will be operated by Hyatt under the luxury Grand Hyatt brand, when it opens to guests in 2023. Grand Hyatt Miami Beach will create a new hospitality option for visitors attending events at the adjacent Miami Beach Convention Center, which underwent a \$600 million renovation that was completed last year, and anchor the Convention Center District.

The hotel development is being led by David Martin of Terra and Jackie Soffer of Turnberry, whose plans for the hotel were overwhelmingly approved by Miami Beach voters in 2018. The 17-story hotel will be situated at the intersection of 17th Street and Convention Center Drive, within walking distance of the beachfront, Lincoln Road Mall, New World Symphony, The Bass Museum and The Fillmore Miami Beach.

"For years, Miami Beach has served as a global destination for arts, culture, shopping, dining and entertainment, but the City has lacked a true headquarters hotel for top-tier conventions and meetings," said Martin and Soffer. "South Florida's first Grand Hyatt hotel will maximize Miami Beach's investment in its re-imagined Convention Center while bridging the physical gap that exists between the Convention Center District and surrounding neighborhoods."

The new hotel will become only the second Grand Hyatt property in Florida, joining Grand Hyatt Tampa Bay. Grand Hyatt hotels are designed to connect guests with iconic experiences, landmarks and cultural touchstones in captivating destinations around the world. Hallmarks of the brand include bold and vibrant design and architecture, elevated amenities and welcoming service that creates moments of more.

"At Hyatt, we believe in growing with intent and expanding our footprint in markets that matter most to our guests and World of Hyatt members," said David Tarr, senior vice president, development, Americas, Hyatt. "Hyatt is proud to play an integral role in this project as hotel operator, under the luxury Grand Hyatt brand, which will help guests and locals alike celebrate the iconic, captivating city of Miami Beach."

Grand Hyatt Miami Beach will be designed by internationally acclaimed architect Bernardo Fort-Brescia and his firm, Miami-based Arquitectonica. The team also includes partner Craig Robins of Dacra, who is the visionary behind the Miami Design District and helped revive Miami Beach's Art Deco District in the 1990s; Stonehill Taylor, which is designing the hotel's interior lobby and lounges, ballroom and meeting rooms, hotel rooms and all common areas; EOA, which is designing the pool deck hospitality features of the hotel; and Arquitectonica GEO, which is creating lush pedestrian promenades and landscapes.

Hotel features are expected to include 12 floors of guest rooms offering views of Miami Beach, two floors of meeting spaces and ballrooms that will complement the Convention Center, a resort-style pool deck with panoramic views, and limited retail space that will activate the district at street level. An elevated skybridge will enable event attendees to move freely between the hotel and Convention Center in a climate-controlled, art-filled corridor.

Plans also include landscaped pedestrian promenades on surrounding streets, bike sharing stations, connectivity with public transit routes, dedicated ridesharing pick-up and drop-off zones, and direct access between the Convention Center and Lincoln Road. The project's resiliency and sustainability measures include storm water management and reuse, flood risk mitigation, and the use of solar power – all of which are designed to ensure operational continuity during weather events.

"The Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) joins Terra, Turnberry and The City of Miami Beach in welcoming the Grand Hyatt Miami Beach as the newly named brand for the 800-room headquarter hotel connected to the Miami Beach Convention Center," said William D. Talbert, III, CDME, President of the GMCVB. "Grand Hyatt Miami Beach makes it possible to better compete for citywide conventions which fuel jobs in our community and generates business for all of Greater Miami's hotels and merchants. We look forward to the hotel ground-breaking which once completed will finalize the Miami Beach Convention Center District."



People on the Move



Author: Casey Gale

Your colleagues are on the move, find out who is going where.

Sonia Fong

The Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) has named Sonia Fong as its new vice president of convention sales. Fong, who is currently overseeing the GMCVB Washington, D.C., regional office, has been with the GMCVB for 20 years. She also serves as chair of the Miami Beach Hotels Task Force and the GMCVB Medical Tourism Liaison. Fong's main focus will continue to be selling the Miami Beach Convention Center for city-wide bookings.

Debbie Megna

Travel Costa Mesa has announced the addition of destination sales executive Debbie Megna, CMP, to its team. Megna will focus on bringing in new group business to Costa Mesa, California. Megna previously served as meeting sales manager, Southwest region, for Visit Anaheim.

AJ Bownas

CSI DMC has promoted AJ Bownas to vice president of event management. In this new role, he will oversee and assist with event management in all of CSI DMC's regional offices, in addition to supporting program operations in destinations around the world. Bownas will also contribute to the coaching and development of the CSI DMC event management teams. Bownas previously served as CSI DMC general manager.

Abby Eastman

Susan Davis International has named Abby Eastman, CMP, as director, events and communications. Eastman has nearly a decade of experience in the nonprofit, hospitality, and tourism industry sectors. Eastman previously served as senior meeting planner at the National Association of College and University Business Officers.

🕒 February 27, 2020

The Grand Hyatt Brand Selected as Flag for New Miami Beach Convention Center Hotel

FEBRUARY 26, 2020



Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) President & CEO William D. Talbert joined by – (left to right) Aly-Khan Marali, President and CFO of Turnberry; Sonia Fong, Vice President of Convention Sales for GMCVB; David Tar, Senior Vice President, Hyatt Hotels Corporation; Jimmy Morales, City Manager for City of Miami Beach; and David Martin, President Terra Group – during City of Miami Beach State of the City Address where the Grand Hyatt Miami Beach was named as the hotel brand for the new 800-room headquarter hotel connected to the newly renovated Miami Beach Convention Center.

The development team behind Miami Beach's new Convention Center hotel announced today that an 800-room property will be operated by Hyatt under the luxury Grand Hyatt brand, when it opens to guests in 2023. Grand Hyatt Miami Beach will create a new hospitality option for visitors attending events at the adjacent Miami Beach Convention Center, which underwent a \$600 million renovation that was completed last year, and anchor the Convention Center District.

William D. Talbert, III, CDME, President of the Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB), was among the welcoming committee at yesterday's City of Miami Beach State of the City Address.

"The Greater Miami Convention & Visitors Bureau joins Terra, Turnberry, and The City of Miami Beach in welcoming the Grand Hyatt Miami Beach," said William Talbert.

"Grand Hyatt Miami Beach will make it possible to better compete for citywide conventions which fuel jobs in our community and generates business for all of Greater Miami's hotels and merchants. We look forward to the hotel ground-breaking which once completed will finalize the Miami Beach Convention Center District."

13 U.S. Destinations That Are Secretly Hiding Incredible Beer Scenes

By THRILLIST TRAVEL
Published On 02/27/2020



BREWERS BEER GARDEN IN PETALUMA, CALIFORNIA | [Sonoma County, CA](#)

Any list of great beer destinations will include the mainstays: [San Diego](#). [Grand Rapids](#). [Burlington](#). [Asheville](#). Both [Portlands](#). [Seattle](#). Basically any city in [Colorado](#). Dig a little deeper and you'll find your Traverse City, Michigans, and Hood River, Oregons. They're all great places. You should go to them and drink all their wonderful beer and enjoy their corn hole tables and eat your weight in Bavarian pretzels. But here's the thing: The big list of Great American Beer Cities has been sitting around stagnating longer than a [hard-to-find stout](#) in a [beer snob's cellar](#) (which is actually just a closet).

To add a little freshness to go with our [fresh hops](#), we tapped some of our favorite and most trusted beer writers to identify the best under-the-radar beer destinations around the US this year. Beyond the beer scenes, they're places we straight-up love that'd be worth a visit even if they weren't drowning in excellent ales. Pack extra growlers: These are the essential trips for beer lovers this year.

Miami, Florida

Essential brewery stops: [J. Wakefield](#), [Unseen Creatures Brewing & Blending](#), [The Tank Brewing](#), [3 Sons](#)

Miami is a perennial vacation for the beach-obsessed, but it's increasingly one for the beer-obsessed as well. From J. Wakefield's pioneering fruited "Florida weisse" ales to Unseen Creatures' mixed-fermentation beers to Tank Brewing's easy-drinking lineup, there's plenty of variety to explore. And explore you should. A new Museum of Graffiti recently opened in Wynwood within walking distance of J. Wakefield, [Wynwood Brewing](#), [Veza Sur](#), and [Concrete Beach](#) -- the latter of which offers free tours at 7 PM on weeknights and on weekends every hour between 1-4pm.

Food-focused travelers will also want to hit up the new [Luna Park](#), a three-floor, 40,000 square-foot Italian-focused food hall housing bars, restaurants, and a market that opened in mid-December 2019. Frontier, Delta, and American Airlines are all adding new service to Miami International Airport this spring and summer, making it easier to immerse yourself in Miami's suddenly booming beer scene than ever. -- *Kate Bernot*



Last updated: 12:53 PM ET, Mon February 24 2020

MIAMILAND Becomes Florida's Largest Theme Park

ENTERTAINMENT | MACKENZIE CULLEN | FEBRUARY 22, 2020



*PHOTO: A family takes an air boat ride through the Everglades National Park.
(photo via Greater Miami Convention and Visitors Bureau)*

Walt Disney World may be considered “The Happiest Place on Earth,” but it can no longer hold onto its reputation of Florida’s largest theme park. This honor now goes to the action–adventure “theme park” MIAMILAND. Bigger than Disney World and Universal Orlando Resorts combined, MIAMILAND will appeal to nature–lovers and adventure–seekers alike.

The park was developed by [The Greater Miami Convention & Visitors Bureau](#) (GMCVB) as a way for tourists to view the region of Miami as one big theme park. The truth is that MIAMILAND is not so much a theme park as it is a concept, as its attractions are comprised of Miami's already-existing sites, such as the Everglades National Park and Biscayne National Park.

MIAMILAND is an extension of the [Found In Miami](#) campaign, which encourages visitors to experience the adventure and natural beauty that only Miami's environment can provide. The GMCVB has designed a three-phased campaign to appeal to travelers with an "explorer" mindset and who wish to see the natural side of Miami on their vacation.

"We are leveraging our natural assets to attract new visitors and extend length of stay for existing customers," said William D. Talbert III, CDME, President & CEO of the GMCVB.

The campaign began with mysterious teaser videos that promoted a new theme park, garnering both local and tourist interest. The second phase then revealed Greater Miami's natural assets as the basis for MIAMILAND, advertising Miami's national parks and beaches. The third and final phase emphasizes sustainability, providing new content, itineraries and trip-planning options.



PHOTO: Mother and son kayak through Matheson Hammock Park. (photo via Greater Miami Convention and Visitors Bureau)

“Greater Miami offers a diversity of people and places but also a diversity of experiences,” continued Talbert. “We are well-positioned among adventure enthusiasts and wellness-seekers looking for adventure: from our city and county parks to our 35 miles of beaches, MIAMILAND shines a new light on the destination’s adventure offerings.”

PEOPLE NEWS: NEW CEOS FOR GLOBAL DMC PARTNERS, SAN DIEGO TOURISM AND MORE

February 24, 2020
Kelsey Ogletree

72
Shares



The latest round of people announcements is all about girl power. Check out the latest promotions, new hires and appointments of (mostly) women across the industry this month:

Catherine Chaulet is now president and CEO of Global DMC Partners, a network of independently owned destination management companies. Serving as president of the company for six years, her promotion to CEO came as a result of her strong leadership skills.

Julie Coker, president and CEO of Philadelphia CVB, will depart from her role in March to take on a new position as president and CEO of San Diego Tourism Authority. She has been with Philadelphia CVB since 2016.



Destinations International has hired **Gail Mutnik** for a newly created position of director of meetings within the organization. She will begin on March 19 and brings more than three decades of experience to her new role.

Sonia Fong has been named vice president of convention sales for the Greater Miami CVB. She's been with the organization for 20 years, and her main

focus will continue to be selling the Miami Beach Convention Center for citywides.

Womenswear trade event COTERIE has appointed **Colleen Sherin** to lead as president. She was most recently vice president of wholesale at Alexander McQueen.

Crystal Kennedy is now senior national accounts director at Philadelphia CVB. With 17 years of hotel sales experience, she was most recently associate director of sales at Hilton Anatole Hotel in Dallas. She'll be based in Dallas to focus on customers in the Western U.S.



The Greater Fort Lauderdale CVB welcomed **Mike Sophia** as vice president of sports business development. He'll oversee efforts to draw professional, collegiate, amateur and recreational sporting events to Broward County.



Karin Gillard has joined CSI DMC as senior account executive. She was most recently director of catering sales at Waldorf Astoria Las Vegas and will be based in Las Vegas for her new role. Also within CSI DMC, **Morgan Alexander** has been promoted to director of event management in the Chicago office.

Elizabeth Yienger is now a national sales manager at Louisville Tourism, where she is responsible for Northeast sales territories. She's held previous regional director roles with Hilton and Starwood Hotels in the region.

Metropolitan Pier and Exposition Authority Board of Directors in Chicago has named **Larita Clark**, the organization's previous CFO, as active CEO and CFO. She has been with the Authority since 1984.

In combining its Learnings and Meetings department functions, ASAE has appointed **Amy Ledoux** as chief learning and meetings officer to oversee this new combined operation. She's been with ASAE for 15 years and brings 30 years of industry experience to her new role.

Detroit Metro CVB has restructured its leadership organizational structure, promoting four directors to newly created vice president positions: **Harriet Carter** is now vice president of customer/partner services; **Renee Monforton** is vice president of marketing and communications; **Susan Richardson** is vice president of group and convention sales; and **Jessica Strasser** is vice president of talent resources.

Exhibition and event services company Fern has hired **Mark Shadwick** as senior national sales manager. He'll be based in the Alexandria, Virginia, office and brings more than 30 years of industry experience to his new role.



Kari Morehead has been named special events and partnerships coordinator for New Orleans Ernest N. Morial Convention Center, where she'll be responsible for coordinating all activities related to special events.

Washington, D.C.-based trade show marketing agency Fixation Marketing has a new hire and two promotions. **Sydney Bowker** has joined the company as senior account executive, and both **Rachel Gellman** and **Julia Ruxer** have been promoted to account manager.

CEDIA Expo, an event for technology within the intelligently built environment, has brought on **Ron Trznadel** as account executive.

Edmonton, Canada-based event rentals company River City Events has appointed a new general manager, **Marnie Gomes**. She has more than 25 years of experience in the events industry.

Debbie Megna has joined Travel Costa Mesa as destination sales executive, where she'll be focused on bringing in new group business to Costa Mesa in Orange County, California.

Celebrate National Margarita Day With These Delicious Recipes!

With National Margarita Day (February 22, 2020) being next week, we wanted to share with you some great margarita recipes from [Barceló Hotel Group](#) and [Hilton Miami Downtown](#).

“Speedy Gonzalez” Margarita (Barceló Maya Grand Resort)

Property Location: Riviera Maya, Mexico



Ingredients:

- ½ oz mango juice
- 1 oz White tequila
- ¼ oz Orange liquor (Cointreau)
- ½ oz Tempranillo red wine

Instructions:

Using a cocktail shaker, mix ½ oz mango juice with 1 oz White tequila and ¼ oz Orange liquor (Cointreau). Shake vigorously! Pour over ice using a cocktail glass of choice. Add in ½ oz of Tempranillo red wine for an extra boost, serve and enjoy!

Tajin Cucumber Pepper Margarita (Occidental Cozumel)

Property Location: Cozumel, Mexico



Ingredients:

- 1.5 oz Herradura Reposado Tequila
- 1 oz Triple Sec
- 1 Cucumber Slice
- 1 Bell Pepper Ring
- 3 small slices of Watermelon
- 1 oz of Citric Juice
- 1 oz Agave Nectar
- Tajin (dried pepper, salt and lime mix)

Instructions:

In mixing tin, muddle cucumber and bell pepper. Next add tajin (to taste), 1 oz of citric juice, 1 oz agave, 1 oz triple sec and 1.5 oz Herradura Reposado Tequila. Shake well and pour out into a glass with ice. Garnish with a cucumber and watermelon slices, serve and enjoy!

Blue Margarita (Occidental Punta Cana)

Property Location: Punta Cana, Dominican Republic



- 1.5 oz of Tequila (of choice)
- 0.5 oz of Triple sec
- 0.5 oz of Lemon Juice
- Ice

Instructions:

Use your lemon wedge to rim your serving glass of choice. Grab your shaker and add ice, 1.5 oz of Tequila (of choice), 0.5 oz of Triple sec, 0.5 oz of Lemon Juice and shake vigorously. Pour your margarita over ice using your rimmed glass. Garnish with a lemon wedge and enjoy!

Julio Watermelon Margarita (Hilton Miami Downtown)

Property Location: Miami, Florida



- watermelon slice

Instructions: Muddle the crushed watermelon and liquor into a cocktail shaker. Add the remaining ingredients, ice and shake. Double-strain into a chilled martini glass and garnish with a watermelon slice.

Mangorita (Allegro Cozumel)

Property Location: Cozumel, Mexico





- 3 oz agave syrup
- .4 oz of Tajín (chili-lime seasoning)
- 1 oz fresh squeezed lime juice

Instructions:

Rim cup with lemon juice and .2 oz of the tajin. Pour the remaining ingredients into a blending coup and blend. Serve into rimmed glass and garnish with a slice of mango or lime.

Passion Brize (Royal Hideaway Playacar)

Property Location: Playa del Carmen, Mexico

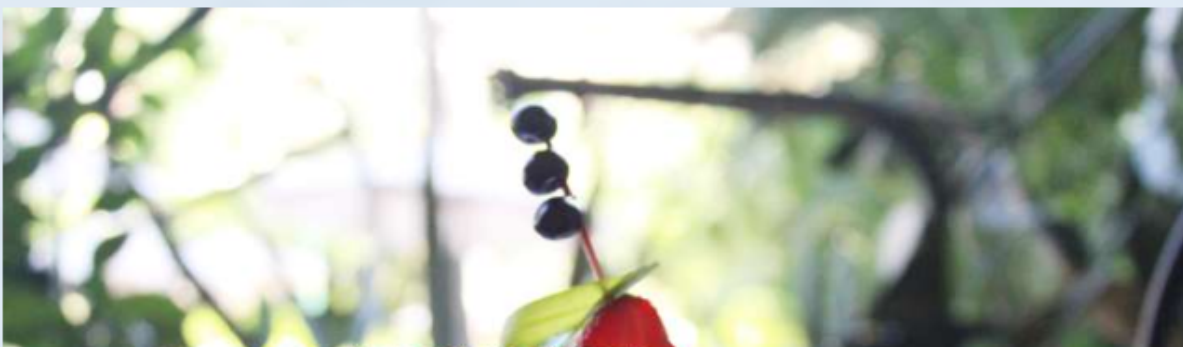


- .5 oz freshly-squeezed orange juice
- Star fruit for garnish
- Ice

Instructions: Grab a cocktail shaker and fill it with passion fruit juice, lime, sugar and orange juice and shake. Add mezcal and ice and pour into a mason jar glass with glitter rim. Garnish with a star fruit slice.

Gondo Margarita (Barceló Puerto Vallarta)

Property Location: Puerto Vallarta, Mexico



- Salt & Chili Powder

- Salt & Chili Powder
- 1.5 oz Cointreau
- 1.5 oz Silver Tequila
- 1 oz Orange Juice
- Ice

Instructions: Mix the salt with the chili powder and rim a chilled glass with this mixture. Pour the gondo fruit into the cocktail glass and the rest of the ingredients into a cocktail shaker filled with ice cubes. Shake well and strain into the prepared glass with or without fresh ice. Garnish with a strawberry and enjoy!

Like 0



Previous article

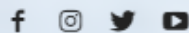
AUSTRALIS TAKES TRAVELERS TO THE END OF THE WORLD

Next article

A guide to Morocco



DRIFT Staff



RELATED ARTICLES

MORE FROM AUTHOR



Food
The Michelin Guide Choses the Cognac Region for the Launch of the 2021 France Guide



Food
Celebrity Chef Melissa Cookston Serves Up a Delicious Easter Lamb



Food
Los Angeles Welcomes Bravo's "Top Chef" for Season 17 - All Stars LA

LEAVE A REPLY

Comment:

Name:*

Email:*

Website:

Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.

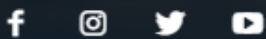
Post Comment

This site uses Akismet to reduce spam. [Learn how your comment data is processed.](#)

DRIFT

We provide you with the best articles on travel

Contact us: info@DRIFTtravel.com



EVEN MORE NEWS



7 Tips for Practising Good Hygiene Whilst Travelling



IMPORTANT ANNOUNCEMENT - CORONAVIRUS



Royalton Grenada Resort and Spa is Now Open

© 2016 - 2017 GLOSSY media | All rights reserved

Stay! These 6 Dog-Friendly Hotels Are a Real Treat

by KATHERINE RILEY | Thu., Feb. 20, 2020 4:00 AM



We love these products, and we hope you do too. E! has affiliate relationships, so we may get a small share of the revenue from your purchases. Items are sold by the retailer, not E!.

Is there anything better than a road trip? Yes, there is: Road-tripping with your dog! We've driven cross-country countless times with our dear dogs, and many pups are frequent fliers these days too. It's only makes sense that hotels and resorts are rolling out the red carpet for you and your Very Important Pets, with amenities to make both their stay and yours extra-special: From [pet-friendly room service menus](#) to [poolside bungalows with private backyards](#).

Below are six of our furry-friend favorites. Alert the pupparazzi—your canine crew has arrived!



Read

[Spring Break Travel Deals: Book Your Trip Now!](#)

The Resort at Paws Up, Greenough, Montana

Dubbed "the Last Best Place," this posh but down-to-earth Montana mountain resort is situated on a sprawling, 37,000-acre, authentic working cattle ranch in western Montana. [Paws Up's](#) luxury homes are dog-friendly, and activities include horseback riding, water sports, fly-fishing, sleigh rides and other winter sports in season, drum circles, hiking, paint 'n' pour, gourmet meals and so much more. The Resort at Paws Up will provide you and your pooch with a complimentary kennel, a Paws Up collar

AdChoices

LEASE FROM **\$675** PER MONTH | AT **2.9%** FOR 48 MONTHS | WITH \$6,500 DOWN AND SAVE \$1,500

VOLVO

LIMITED TIME OFFER

XC90 BUILD & PRICE

LIMITED TIME OFFER

XC90 BUILD & PRICE

LIMITED TIME OFFER

XC90 BUILD & PRICE

LIMITED TIME OFFER

XC90 AC90 BUILD & PRICE

*Legal

Trending Stories



1 [Hannah Brown Travels to Florida to See Tyler Cameron for a Second Time](#)

2 [Tom Hanks and Rita Wilson Released From Hospital](#)

3 [Meghan Markle, Prince Harry and Archie to Visit the Queen in the U.K.](#)

4 [Khloe Kardashian Reveals Where She Stands With Tristan Thompson](#)

5 [Heidi Klum & Hubby Staying Apart, Awaiting Coronavirus Test Results](#)

and a bag of homemade treats. In addition, your pet will enjoy a freshly made treat from their pet-friendly room service menu.



[Book @ TripAdvisor](#)

Hotel McCoy, Tucson, Arizona

This remodeled 1960s mid-century modern boutique hotel is an artists' dream. From the fully restored pool to the A-shaped entrance and exposed posts and beams, **Hotel McCoy** is the best of both worlds. Come nightfall, get cozy by the fire pit with your pup, play a game of ping-pong, foosball or sack toss, and end the evening with a nightcap from local breweries and vintners in the Tucson Climate Club bar. Or curl up in your room with its retro fridge and 55-inch Smart Roku HDTV. In the morning, treat yourself to their PopTart and oatmeal bar!



[Book @ TripAdvisor](#)

L'Auberge de Sedona, Sedona, Arizona

Located on the banks of Oak Creek in the heart of Sedona's famed Red Rock country, **L'Auberge de Sedona** resort is a place where guests celebrate, connect, heal and relax. L'Auberge de Sedona's cottages offer dog-friendly accommodations that'll make you and your furry friends feel right at home. When you check in, your pup will receive a goodie bag containing a toy, treats and clean-up bags, plus a map of nearby walking trails. The resort also offers dog beds and bowls of various sizes for use while at L'Auberge. We definitely recommend **booking a dog-friendly Red Rock Jeep tour** if your pup can handle it.



[Book @ TripAdvisor](#)

LATEST NEWS



Keds x Draper James Is Blooming With Spring Styles You Need



Step on the Floor in Shoes From Jennifer Lopez's New Collection at DSW



Jennifer Lopez Shares Game-Changing Advice About Succeeding at Any Age



Everything You Need to Work Out From Home



Today's Best Sales: Farm Rio, Madewell, Wayfair & More





Board Games Celebrity Parents Swear By

Hutton Hotel, Nashville, Tennessee

Are you and your pack on the hunt for great music? The tunes never stop at the **Hutton Hotel**. Catch live acts in Nashville's best venue, Analog, and enjoy complimentary tickets to a show of your choice. In addition, play your favorite records in the lobby during the hotel's twice daily Vinyl Hour. When you and your dog arrive, Hutton Hotel will set up their Pawsitively Perfect amenities, including a bowl, leash and treats.



[Book @ TripAdvisor](#)



NYX Cosmetics Is Turning 21! Celebrate With Deals on Their Bestsellers

Kimpton Surfcomber Hotel, Miami Beach, Florida

Is your pup ready to be pampered like a canine celebrity? Then head to the **Kimpton Surfcomber Hotel** in Miami Beach. It's part of the Kimpton hotel family, which is probably the most pet-friendly hotel chain we know. For example, all Kimpton hotels have a nightly wine reception, and pets are welcome to join the party at select hotels. The Surfcomber is located in a historic Art Deco building, with a palm-tree-lined pool and a silky sand beach as its playground. Just remember your sunscreen!



[Book @ TripAdvisor](#)

A Place in the Sun Garden Hotel, Palm Springs, California

OK, we're saving this gem for last—we almost hate to let the secret out! **A Place in the Sun** is comprised of 18 bungalows situated around a courtyard with a pool, barbecue, jacuzzi and putting green. Attention film fans: The location was originally built to house the crew of the **Elizabeth Taylor** classic *A Place in the Sun*. So, about these bungalows, depending on whether you book a 1-2 bedroom or a studio, they come with a kitchen (or kitchenette), and some have their own private fenced yard

or a studio, they come with a kitchen (or kitchenette), and some have their own private fenced yard—perfect for relaxing with your furry loved one. When it comes time to hit the town with your dog, we recommend brunch at [Pinocchio's](#), lunch at [Jake's](#) and dinner at [Spencer's](#).



[Book @ TripAdvisor](#)



A mural by Dan Kitchener.

Miami's Wynwood Walls and the Evolution of Street Art on Instagram

Painted walls.

Writer **Laura Itzkowitz**

The first time I visited Miami's **Wynwood Walls**, three years ago, I posed for a photo in front of a technicolour mural by **Brooklyn-based artist Maya Hayuk**. I had seen her work before in New York and was drawn to the bright colours and geometric abstraction. Shortly after posting my photo on Instagram, I saw a friend post a picture of herself in front of the same mural.

If you've ever visited the Wynwood Walls, you might have had a similar experience. Instagram and the Walls, which both just celebrated their 10th anniversaries, were created within a year of each other and have a rather symbiotic relationship. As people began posting pictures of the Walls on Instagram, more people were inspired to visit them, and so the cycle continues. There are currently 802K Instagram posts tagged #wynwoodwalls. The free open-air street art museum receives almost three million visitors per year.

“The first two people who came in here—one tried to rob me and one tried to sell me drugs,” Peter Tunney, who runs the Peter Tunney Experience gallery inside the Wynwood Walls, tells me on my most recent visit. We’re sitting in a corner of his gallery, which is decked out with oversized chandeliers, wall-to-wall carpets, and his paintings. Tony Goldman, the visionary real estate developer who got hold of a bunch of warehouses in this formerly desolate part of Miami, tapped Tunney to be the first tenant in his new art-centric neighbourhood. Goldman and legendary gallerist Jeffrey Deitch curated the first murals, inviting Shepard Fairey, Kenny Scharf, Futura, and a few others to create site-specific works. Goldman believed that if he built it, people would come—and he was right.



A mural outside the Wynwood Walls.

“My dad always said that no matter how hard you strive to create or build something, once you put it out there, it takes on a life of its own. The Walls are bigger and more popular than anyone in my family could have ever dreamed,” Jessica Goldman Srebnick—who took over curating the walls when her father passed away—wrote in ***Walls of Change: The Story of the Wynwood Walls*** published by Assouline to commemorate the 10th anniversary of the Walls.

I have family in Florida, so I make a yearly pilgrimage to Miami, and every time I do, I make sure to visit the Wynwood Walls. I always discover some new murals in or around the officially designated walls. I’ve spotted murals by artists who I’ve interviewed or whose work I know from the art scene in New York and elsewhere.

Between these visits, I've done street art tours in Rome, Lisbon, São Paulo, and beyond. I've watched as street art has evolved from an act of vandalism to a legitimate art form, with artists being flown around the world and commissioned to create monumental murals in public spaces and participate in high-profile events like Art Basel. The Wynwood Walls paved the way for the genre's transformation—and the neighbourhood's. Now Wynwood's streets are lined with boutiques, bars, and restaurants like **Bakan**, a charming Mexican spot where I had lunch before meeting Tunney.



A mural depicting Dalí and Basquiat by Kobra.

“Street artists are stealing the show and people are really interested in what they’re doing,” Tunney says, leading me out of his gallery and into the art park. He stops to show me the detailed mural by Japanese artist Tomokazu Matsuyama, explaining that bringing street art out of the shadows has allowed artists like Matsuyama to dedicate their time and energy to creating incredible works of art. As we enter the Goldman Global Arts Gallery, which currently has a 10th-anniversary show and a solo exhibition of work by Shepard Fairey, whose portrait of Barack Obama came to symbolize the president’s 2008 campaign, Tunney mentions that everything in Fairey’s show sold—a powerful testament to street art’s cultural and economic value.

“It feels like when you walk through these streets, the energy changes.” Tunney says.

It feels like when you walk through those gates, the oxygen changes," Tunney says. "You're entering a sanctuary of some kind." He notes that in the 10 years that the Wynwood Walls have existed, there has never been a single incidence of violence or defacing. Perhaps it's the gate and the paths leading through the grass that make people respect the murals as they would paintings in a museum, but the fact that it's free and open to everyone makes the Wynwood Walls approachable and fun to visit. "You have an unbelievable melting pot in Miami," Tunney says with a grin. "It's like Art Basel everyday here."



The Walls are a popular backdrop for photos.

Miami Beach Pride – March 28 to April 5, 2020



Bryen Dunn

Miami Beach Pride is a nine-day celebration featuring special events, social mixers, dance events, a **VIP gala**, an incredible **two-day festival** and **Pride Parade**.



Miami Beach Pride is a nine-day celebration taking place March 28-April 5, 2020. Events include a rainbow flag raising ceremony at Miami Beach City Hall, a festival and parade with exclusive VIP areas, renowned celebrities, musical performances, refreshments, food, a lounge for LGBTQ+ seniors, “The Garden of Eve” Women’s tent, the Tea Tent, and family-friendly and pet play areas. Other events include a Pride Lights the Night remembrance for the victims of the PULSE nightclub shooting, a Miss Miami Beach Pride drag queen pageant and an exclusive VIP Gala.

Miami Beach Pride announced its expansion from a week-long event to a nine-day extravaganza with new events and activations, including a voguing ball featuring Jason Rodriguez from the hit FX series *Pose* and a queer art pop up, celebrate South Florida’s diverse and creative LGBTQ+ community while nodding to Miami Beach Pride’s 2020 theme: “Let’s Have a Ball.”

A tribute to the organization’s home of Miami Beach, the “Let’s Have a Ball” theme salutes the organization’s 12-year heritage while showcasing the City of Miami Beach’s attributes. Event decor and marketing content will feature popular beach motifs, such as beach balls, volleyballs, palm trees, ocean waves and art deco architecture elements, to amplify the Miami Beach experience for locals and visitors alike.

The “Let’s Have a Ball” theme also recognizes ball culture and South Florida’s diverse LGBTQ+ community. Inspired by balls (as seen on *Pose*), where participants walk and vogue for prizes while fostering a sense of family and togetherness, the theme celebrates all members of the LGBTQ+ community, friends, allies and supporters.

Event decor and marketing content will reflect this aspect of the “Let’s Have a Ball” theme as

well. Sharp geometric shapes, strong colors and rich textures in Miami Beach Pride's marketing content echo the South Florida LGBTQ+ community's strength and pride.

More than 100,000 participants and spectators are expected to attend the two-day **Miami Beach Pride Festival** in Lummus Park on Saturday and Sunday, April 4-5, 2020. Guests can enjoy live performances from world-class DJs, entertainers and celebrities on two stages. Guests can also take a ride on a Ferris Wheel, meet representatives from pro-LGBTQ+ nonprofit organizations and businesses, and savor delicious food and cocktails.

The main event – the 12th Annual **Pride Parade** – takes place Sunday, April 5, 2020. Beginning at noon on Ocean Drive from 5th to 15th Streets, thousands of Miami Beach Pride Parade participants and spectators will showcase their pride with colorful costumes and fabulous floats.

Following the parade, guests are invited to celebrate their pride once again during the second day of the Miami Beach Pride Festival. Performances from A-list headliners, international DJs, local and world-renowned performers, drag queens and more await. Admission to the festival and parade is free and open to the public.

For more than 11 years, Miami Beach Pride has brought together members of the lesbian, gay, bisexual and transgender community, along with friends, allies and supporters, in celebration of the unique spirit and culture of the LGBTQ community.

The mission of Miami Beach Pride is to bring together members of the lesbian, gay, bisexual, and transgender community, their friends, allies, and supporters in celebration of the unique spirit and culture of the LGBTQ community. Miami Beach Pride organizes free, safe, quality, mass-appeal events that are open to all, including the annual parade and festival, which features community booths and expo areas, stages with entertainment, food and drink vendors and family-safe play areas. Additionally, Miami Beach Pride produces educational, cultural and entertainment events and activities throughout the year and sanctions official Pride-related events in order to create a truly celebratory experience for the whole community.

Since its inception in 2009, Miami Beach Pride has grown from a neighborhood event to an event on the global stage with A-list celebrities such as Gus Kenworthy, Betty Who, Ross Mathews, Bebe Rexha, Mario Lopez, Elvis Duran, Iggy Azalea, Jordin Sparks, Gloria Estefan and Adam Lambert. Attendance has grown as well. An estimated 15,000 spectators turned out for the first Pride parade in 2009; an estimated 145,000 attended the event in 2018. In addition to Parade spectators, last April's event included more than 70 parade contingencies, 35 floats and 3,000 participants.

Miami Beach Pride – March 28 to April 5, 2020

[Facebook Event Page](#)

[Official Website](#)

The Miami-Dade Gay and Lesbian Chamber of Commerce sponsors this LGBT **Visitor Center**. Open

Monday-Friday 9 a.m.-6 p.m. and Saturdays from 11 a.m.-4 p.m., the visitor center is your one-stop destination for information, publications, wireless internet access, LGBT curious and weekly community events. The LGBT Visitor Center can also assist with any last minute needs such as hotel and excursion reservations, dining and attraction recommendations as well as being a community resource to assist you during your fun-cation.

1130 Washington Ave.
1st Floor North
Miami Beach, FL 33139
(305) 397-8914

Related

[Miami Beach Pride - April 7 to 9, 2017](#)

March 24, 2017
In "Travel"

[Spring is Pride Season in The Palm Beaches, Florida](#)

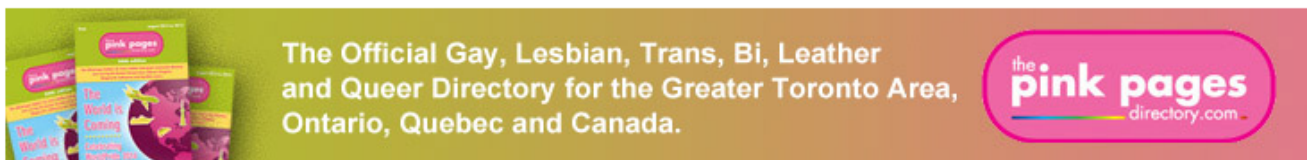
March 24, 2017
In "Travel"

[Vancouver Pride - 50 Years and Still Fighting - August 1 to 4, 2019](#)

July 29, 2019
In "Travel"

About the Author

Bryen Dunn is a freelance journalist based in Toronto with a focus on tourism, lifestyle, entertainment and community issues. He has written several travel articles and has an extensive portfolio of celebrity interviews with musicians, actors and other public personalities. He's willing to take on any assignments of interest, attend parties with free booze, listen to rants, and travel the world in search of the great unknown. He's eager to discover the new, remember the past, and look into the future.



The Official Gay, Lesbian, Trans, Bi, Leather and Queer Directory for the Greater Toronto Area, Ontario, Quebec and Canada.

the pink pages
directory.com

[pinkplaymags](#)

All content is copyright 2020 PinkPlayMags/INspired Media Inc. and cannot be reproduced without prior written permission.

[Homepage](#) | [About PinkPlayMags](#) | [Advertise](#) | [Edition Archives](#) | [Neighbourhood Spotlight](#) | [Contact Us](#)

Miami Wellness and Adventure Options

237

Share on Facebook

Tweet on Twitter

G+

P

Story and photos by Lynn Burshtein

For the first half of the 20th Century, Miami was often considered a low-key resort town for retirees, a place to escape winter and play games of Canasta or MahJong while sunning by the pool. Fast forward several decades and the city experienced a surge in population. Businesses grew and the once quaint art deco buildings were transformed into glamorous hotels and hip nightclubs. The city's art scene prospered and buzzy South Beach became a *de facto* fashion runway. Miami is now mainly looked upon as a decadent destination befitting of stars and socialites.



The Greater Miami Convention & Visitors Bureau wants you to know, however, that there are adventure travel experiences and plenty of activities to experience in Miami besides sunbathing and shopping. So, a group of intrepid travel writers from around the globe, including representatives from Brazil, the UK, the US and Canada, were recently treated to a four-day whirlwind of adventure activities that left us literally and figuratively breathless.

Our journey began at the **PaliHouse hotel**, a restored Art Deco property originally built in the 1940s, then opened as a hotel in October 2019. With its retro-kitsch style, this low-rise hotel offers a number of active-minded amenities, including the Beach Butler, a valet service that provides roundtrip transportation to nearby Mid-Beach (much quieter than South Beach), as well as *al fresco* dining options at the hotel's charming Greenbriar Swim & Social Club (the swim club also offers outdoor yoga classes). The hotel is a ten-minute bike ride away from Sunset Harbour) a neighborhood where fitness studios and juice bars abound. Bikes are available on loan to guests of PaliHouse



Over the next few days, we kayaked to **Oleta River State Park** near Biscayne Bay, on scenic waterways through mangrove forests, paddling to a quiet island inhabited by remarkably friendly raccoons. We also visited **Jungle Island**, an eco-adventure park on Watson Island that offers up-close-and-personal encounters with exotic animals including lemurs, capybaras, sloths, flamingos and macaws.

We were told this attraction site has been visited by the likes of Beyonce, Jennifer Lopez and Shakira, whose flamboyant wardrobes

have been no doubt inspired by the vibrant colors of the Jungle Island parrots. Some brave souls also tested SuperFlight, a wind tunnel flight simulator that provided each participant with a few minutes of airborne excitement. Filled with trepidation, and experiencing a sore back, I made like the resident sloths and watched from the sidelines.

The action continued near Key Largo and Key West, where we had a chance to visit the famed Florida Everglades. At Everglades **Alligator Farm** near the entrance of Everglades National Park, we witnessed a snake show and slow-moving alligators. We also took an airboat tour of the park, followed by a back-country boat tour of the Everglades River, where we saw crocodiles and manatees, as well as Blue Herons. The park also offers canoeing, kayaking and bike routes.

To be closer to the Everglades, we moved to the Miccosukee Resort & Gaming, owned by the Miccosukee Tribe of Indians of Florida. A massive property with endless rooms of 24-hour/day casino gaming, this is not a wellness resort by any means, but guest rooms are large and offer all key amenities. However, if wellness-minded travelers are bent on finding eco-minded lodging near the Everglades, they could rent one of the newly-constructed, furnished Eco-tents at Flamingo Everglades Park for a rustic glamping experience.

Aside from the fitness adventures with back-to-back nature experiences, our hosts also provided fascinating walking tours of **historical downtown Miami** and the outdoor street art museum at **Wynwood Walls** which boasts works by Shepard Fairey and Kenny Scharf, among other notable modern artists. Considered the "Brooklyn of Miami" this is definitely a must-see for art aficionados.

We certainly did not go hungry those four days either, having dined extravagantly at the Greenbriar Swim & Social all-day restaurant at the PaliHouse and sampled delicious Italian food at Genuine Pizza at the outdoor Aventura Mall as well as at Bravissimo restaurant at the Miccosukee resort. We also indulged in high-end surf & turf at Meat Market on pedestrian-friendly Lincoln Road, and had a memorable lunch at the Asian food hall, 1-800-Lucky located near Wynwood Walls. In addition, we also ventured to the Kendall district for a Peruvian meal at Pisco Y Nazca Ceviche Gastropub. Our meals were not wellness-oriented, *per se*, but most menus had at least a few healthy (including vegetarian) options.

I now see Miami in a whole different light. It is a destination filled with adventure and eco-minded wellness options and authentic street life that goes well beyond the beaches.

Après une fermeture de 2 ans et 90 M \$ de rénovations, le mythique Ritz-Carlton South Beach est réouvert

Hôtels et complexes hôteliers | Catherine Maisonneuve | 12 février, 2020



Ritz-Carlton South Beach

Plus de deux ans après le passage de l'ouragan Irma à Miami, l'hôtel Ritz-Carlton South Beach a finalement rouvert ses portes, juste à temps pour le Super Bowl 2020.

L'hôtel a investi 90 millions de dollars pour refaire les 376 chambres, salles de bal, espaces de réunion, couloirs et restaurants après les ravages de 2017.

Plus de magie, plus de plaisir!
JUSQU'À 30% de RABAIS
sur les billets Disneyland Resort de 3 jours
pour les enfants

Disneyland | CALIFORNIE



Voyages
TravelBrands

Ritz-Carlton a travaillé de concert avec la ville de Miami Beach pour rénover l'immeuble historique qui se trouve dans le quartier Art Deco de South Beach. Une grande partie des nouveautés reflètent désormais l'histoire du bâtiment, qui est né sous la bannière DiLido Hotel, directement sur la plage de Lincoln Road et Collins Ave., conçu par le célèbre architecte Morris Lapidus en 1953, qui a également signé le

Vous Pourriez Aimer Aussi



Miami tient son salon professionnel annuel et...

DESTINATIONS



On a testé pour vous : le plus récent...

HÔTELS ET COMPLEXES
HÔTELIERS



Le Lennox Hotel Miami ouvrira officiellement le 1er ao&#...

HÔTELS ET COMPLEXES

HÔTELIERS

Grand PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

Économisez
jusqu'à **30%**

Grand Palladium Lady Hamilton Resort and Spa ★★★★★PLUS
Jamaïque

TOUTEFLEXIBILITÉ

**RÉSERVEZ
EN TOUTE
CONFIANCE**

VACANCES AIR CANADA

Plus de magie,
plus de plaisir!

Disneyland | CALIFORNIE

Voyages
TravelBrands

▶ Vidéo En Vedette

The Video Cloud video was not found.

Error Code:

VIDEO_CLOUD_ERR_VIDEO_NOT_FOU

OK

Fontainebleau et l'Eden Roc.



Le Ritz-Carlton Toronto dévoile son nouveau look...

HÔTELS ET COMPLEXES

HÔTELIERS



Lennox Hotels ouvrira son premier hôtel en sol am&#...

HÔTELS ET COMPLEXES

HÔTELIERS



Carpool avec Lyne Chayer du groupe Sunwing

Voyagistes

Les Plus Lus

- 1 Mise à jour : tous les voyageurs de retour au Québec (depuis le 12 mars) appelés à s'isoler pendant 14 jours
Impacting Travel
- 2 COVID-19: les compagnies de croisière modifient temporairement leurs politiques d'annulation
Cruise Line & Cruise Ship
- 3 Covid-19: Vacances Air Canada lance une politique de réservation flexible pour les réservations existantes, y compris les groupes
Tour Operator
- 4 Sunwing adopte d'autres politiques flexibles de modification
Tour Operator
- 5 COVID-19 : Les Canadiens doivent éviter tout voyage en croisière selon le gouvernement
Cruise Line & Cruise Ship



Restaurant at the Ritz-Carlton South Beach

Les touches nostalgiques incluent le nouveau bar du premier étage – maintenant surnommé le bar Lapidus, un endroit intime au bout du long hall conçu par Meg Sharpe Interiors, une firme basée à New York. Le bar fait de marbre robuste est agrémenté d'un lustre en or conçu pour ressembler à des feuilles d'or. La moulure complexe dans les chambres, conçue par la firme de Miami Hirsch Bedner Associates, est inspirée du style Art déco des années 1950.

Ce qui est nouveau est destiné à souligner le luxe de la marque Ritz-Carlton: vaisselle et luminaires en cristal, revêtements muraux avec flamants roses et accents de bois de couleur café.

"Miami est une ville tellement glamour, a déclaré Cynthia Boyett, directrice de l'hôtel. Nous voulions intégrer cet aspect dans la conception."



||| Manuvie

L'assurance voyage est maintenant *encore plus simple.*

Vos clients comptent sur vous pour leur offrir des conseils avisés. Veuillez à leur recommander de souscrire l'Assurance Protection sans égal de Manuvie.





New lobby bar Ritz-Carlton South Beach

L'ajout le plus important est le nouveau restaurant de l'hôtel, Fuego y Mar, qui propose une cuisine latino-américaine et caribéenne. Le restaurant dispose de sols carrelés légers, d'un mobilier corail et bleu d'inspiration yacht et de portes qui ouvrent l'espace sur le coin salon et le bar au bord de la piscine donnant sur l'Atlantique.

Ce n'est pas la première fois que l'hôtel subit une importante vague de rénovations, mais le visage de South Beach n'était sans contredit pas le même sans le Ritz-Carlton.



Miami tient son salon professionnel annuel et présente ses nouveautés aux agents

Destinations | Alexandra Roy | 10 février, 2020



Lynne St. Jean, directrice du développement des affaires pour le Québec chez Carnival Cruise Line, et Anna Baillet, représentante du Greater Miami Convention & Visitors Bureau pour le Québec.

Une délégation en provenance de Miami et de Sunny Isles Beaches, en Floride, était de passage à Montréal, lundi, dans le cadre du salon professionnel annuel du Greater Miami Convention & Visitors Bureau. Chaque année, l'évènement permet aux agents de voyages de se tenir à jour des nouveautés de la destination en assistant à des séances d'information et en rencontrant divers fournisseurs.

Pour la première fois cette année, le bureau de tourisme de Sunny Isles Beaches s'est joint à l'évènement pour faire d'une pierre deux coups et faire découvrir la destination aux agents.





RÉSERVEZ AVANT
LE 19.12.2019

RÉSERVE MAINTENANT



«Le Canada est l'un de nos marchés les plus importants, mais ce n'est pas tout le monde qui connaît Sunny Isles Beaches à Miami, a expliqué en entrevue Ibis Romeo, directrice exécutive du Sunny Isles Beach Tourism and Marketing Council, coorganisateur de l'évènement. Nous venons donc pour rappeler aux Canadiens que nous sommes là et les inciter à venir nous visiter lorsqu'ils viennent à Miami. Nous sommes situés à seulement 20 minutes de l'aéroport international de Miami et à 10 minutes de Fort Lauderdale et de Port Everglades. C'est donc un endroit idéal pour les séjours pré ou postcroisière. Nous sommes également situés à cinq minutes du centre commercial Aventura et tous nos hôtels sont situés en front de mer», a-t-elle fait valoir.

Vous Pourriez Aimer Aussi



Découvrir les vraies richesses du Pérou... 7...
DESTINATIONS



Après une fermeture de 2 ans et 90 M \$ de...
HÔTELS ET COMPLEXES
HÔTELIERS



On a testé pour vous : le plus récent...
HÔTELS ET COMPLEXES
HÔTELIERS



HÔTELIERS

Le Lennox Hotel Miami ouvrira officiellement le 1er août...
HÔTELS ET COMPLEXES



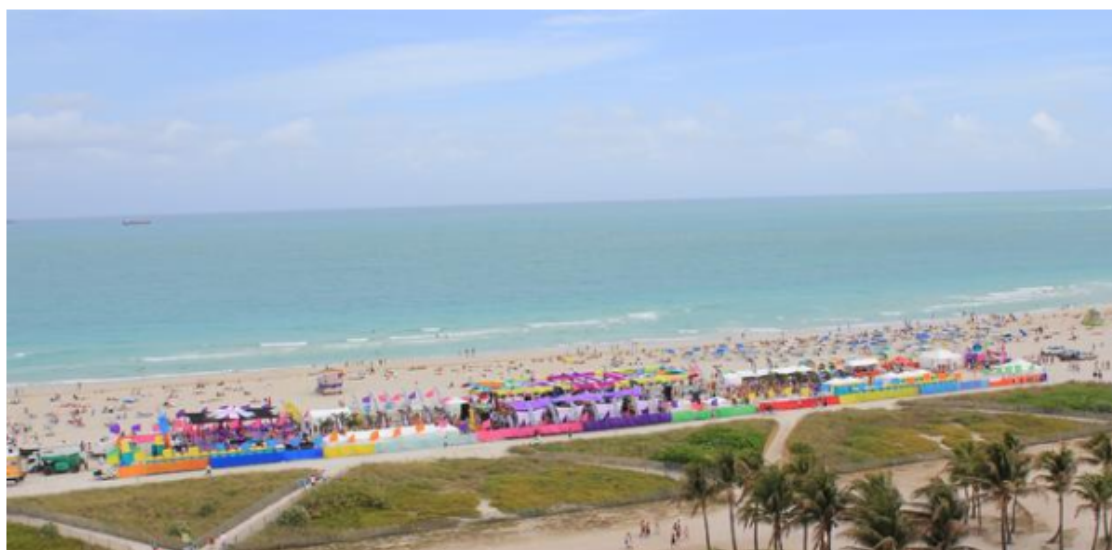
HÔTELIERS

Lennox Hotels ouvrira son premier hôtel en septembre...
HÔTELS ET COMPLEXES

JOIGNEZ-VOUS À L'ÉQUIPE DE CONSEILLERS EN VOYAGES
LA PLUS RESPECTÉE AU CANADA



EN SAVOIR PLUS





Miami Beach en Floride. (PHOTO: courtoisie du Miami Beach Visitor and Convention Authority)

Ouverture récente du Generator Miami

À l'occasion de la foire touristique qui s'est tenue au Ritz-Carlton Montréal, des partenaires hôteliers, tels que la chaîne hôtelière Generator, qui vient d'ouvrir un premier complexe à South Beach, soit le [Generator Miami](#) situé sur Collins Avenue, étaient sur place pour rencontrer les agents.

L'hôtel design à l'esthétique originale a ouvert ses portes il y a environ un an et demi et représente une belle option pour les séjours pré ou postcroisière, puisqu'il est situé à seulement quelques mètres de la plage et à quelques minutes du Port de Miami, a expliqué la directrice des ventes de l'hôtel, Paula Duke.

«C'est un hôtel-boutique de 106 chambres au concept unique, car il offre un mélange de suites privées et d'hébergements partagés aux clients. Les clients que nous avons sont de jeunes professionnels qui aiment explorer de nouvelles avenues, découvrir de nouveaux endroits et rencontrer de nouveaux gens. Ils aiment voyager seuls sans être seuls et c'est précisément ce que l'hôtel offre aux jeunes voyageurs.»

Des croisières à l'année au départ de Miami avec Carnival

Du côté des croisières, Lynne St. Jean, directrice du développement des affaires pour le Québec et le Canada atlantique chez Carnival Cruise Line, était sur place pour rappeler aux agents les récentes nouveautés de la ligne de croisière basée à Miami.





Le Mardi Gras de Carnival Cruise Line sera suivi d'un navire jumeau qui verra le jour en 2022 et qui sera basé à Miami. (PHOTO: courtoisie de Carnival Cruise Line)

Parmi celles-ci, l'inauguration du Mardi Gras, premier navire à être propulsé au gaz naturel (GNL) de la flotte de Carnival Cruise Line, qui aura lieu en novembre prochain, après avoir été reportée de deux mois et demi.

Un nouveau navire identique en tous points au Mardi Gras, également propulsé au GNL, verra le jour en 2022, année où Carnival célébrera ses 50 ans, a expliqué Mme St. Jean.

Une nouvelle section sera construite au Port de Miami où sera basé le navire jumeau du Mardi Gras (qui n'a pas encore de nom). Le Mardi Gras sera pour sa part basé à Port Canaveral, où un terminal est en train d'être construit au coût de 163 millions pour l'accueillir.

Lynne St. Jean était également sur place pour rappeler aux agents que Miami est une belle destination de départ pour une croisière dans les Caraïbes. «Nous avons plusieurs navires qui partent de Miami à l'année longue et qui offrent des croisières de différentes durées (entre 3-8 jours) dans les Caraïbes. Nous avons beaucoup d'inventaire; nous sommes là à l'année, contrairement à d'autres compagnies de croisière qui quittent après la haute saison.»

«Miami est vraiment l'un des endroits où l'on a le plus de choix en matière de croisières à cause des durées. On offre autant des croisières de courte durée que de longue durée», a-t-elle précisé.

Pour ceux qui auraient manqué l'évènement, un autre salon professionnel était prévu en soirée, cette fois en compagnie des tour-opérateurs canadiens et des lignes aériennes qui vendent la destination. Au total, ce sont environ 50 agents de voyages qui auront été rencontrés dans le cadre de la foire touristique annuelle du Greater Miami Convention & Visitors Bureau.

Pour en savoir plus sur la destination, on peut consulter le

<https://www.miamiandbeaches.fr>

You can fly round-trip Vancouver to Miami for only \$211 CAD right now

Miami is home to delicious eateries, breathtaking beaches, exciting nightlife, and world-class shopping.

Feb 21, 2020 9:53 AM By: [Elana Shepert](#)



Photo: Miami Beach, wonderful aerial view of buildings, river and vegetation/ Shutterstock

Will Smith named a song after it, and once you stroll along South Beach, you'll understand why.

Miami is home to delicious eateries, breathtaking beaches, exciting nightlife, and world-class shopping. What's more, you can escape raincouver to this hotspot for under \$300 CAD this February.

American Airlines is offering an incredible deal to this party city for only **\$211.86 CAD including tax and fees**. The flight departs Vancouver on **Monday, Mar. 30** and returns from Miami on **Monday, Apr. 6**.

American Airlines  [Plan Travel](#) [Travel Information](#) [AAdvantage](#) 

Passengers

« [New search](#)

Round trip Vancouver, Canada to Miami, FL
Monday, March 30, 2020 to Monday, April 6, 2020

Your trip total
211.86 CAD

Price for all passengers
Price and tax information [🔗](#)

Includes taxes and carrier imposed fees
Bag and optional fees [🔗](#)

Photo: American Airlines

Welcome to Miami

Miami is an exciting city and a great deal of fun, however, if you are looking to spend more time on the beach, you may want to stay in a hotel on South Beach. While this area is easily accessible from the city, you will have to drive. So, if you were dreaming of staying a short stroll from the glistening white sand beaches and awe-inspiring turquoise waters, you will want to book in South Beach.

There are a number of really posh accommodations in this area that will cost a great deal of money, but plenty of the art deco hotels are offered at a reasonable cost if you book a couple of months in advance.

Keep in mind that pricing is subject to availability and therefore the price will go up closer to the date. Also, if you are unable to fly on these dates, there are a number of them in the \$300 - \$350 CAD range right now, too.

Germany

travelnews.ch

February 9, 2020

Circ: 192,347

TRAVELNEWS
DAS NEWSPORTAL FÜR REISEN UND TOURISMUS



Wer nach Miami reist, sollte unbedingt einen Besuch im Everglades-Nationalpark in Betracht ziehen. Bild: Joe Pregadio

«MIAMILAND» SOLL DIE **ABENTEUERLUST** WECKEN

Miami startet mit der neuen Marketingkampagne durch. Die Metropole will mit den Werbemaßnahmen auf das kulturelle Angebot und die vielen Outdoor-Aktivitäten aufmerksam machen.

Das Greater Miami Convention & Visitors Bureau ist bekanntlicherweise für die Vermarktung der Stadt Miami im Süden Floridas zuständig. Getrieben vom steigenden Wunsch der Reisenden, die Destination auf authentische Weise kennenzulernen, hat das Unternehmen das Projekt «[Miamiland](#)» als Erweiterung der bestehenden Kampagne «Found in Miami» ins Leben gerufen. Mit den Werbemaßnahmen soll das moderne Miami mit allen seinen kulturellen Angeboten, den hippen Vierteln aber auch die weitläufigen Strände in den Mittelpunkt gerückt werden.

Für die neue Kampagne wurden stimmungsvolle Videos gedreht, die den Zuschauer in das abenteuerliche Miami abtauchen lassen: Zu Beginn erzählt ein kreativer Visionär spannungsvoll von einem geheimnisvollen neuen Themenpark in Miami. Anschliessend werden die Naturschätze der Reisedestination in einem völlig neuen Licht präsentiert und dem Zuschauer wird offenbart, dass «Miamiland» bereits die ganze Zeit existiert. Denn neben weltberühmten Stränden und Hotels lockt die Sonnenmetropole mit Nationalparks, einer vielfältigen Pflanzen- und Tierwelt sowie zahlreichen Outdoor-Aktivitäten. Am Ende erfahren Interessierte alles rund um spannende Reiserouten und Angebote, die es in der Metropole zu entdecken gibt.

«Wir nutzen unsere natürlichen Ressourcen, um sowohl neue Besucher anzuziehen als auch die Aufenthaltsdauer der Reisenden zu verlängern, die häufig nach Miami kommen», sagt William D. Talbert, III, CDME, President und CEO des Greater Miami Convention & Visitors Bureau. «Der Grossraum Miami lockt mit einer Vielfalt an Menschen, Orten und Erlebnissen. Durch unser breit gefächertes Angebot sind wir eine beliebte Destination für Abenteuerer und Wellnessuchende zugleich: vom pulsierenden Stadtkern über idyllische Parks bis hin zu weitläufigen Stränden. Mit unserer neuen Kampagne Miamiland setzen wir dieses abwechslungsreiche Abenteuerangebot nun noch stärker in den Fokus.»

(NW/)

20min.ch

February 9, 2020

Circ: 1,075,000



Die fotogensten Spots in Florida

von Simona Ritter - Für Fotografie-Liebhaber haben wir Spots gesucht, die ein phänomenales Sujet vor der Linse abgeben und den Trip in den Sunshine State unvergesslich machen.



1|28

Fotografie-Liebhaber, aufgepasst: Hier findet ihr ein paar Spots, die nicht nur eindrucklich, sondern auch superfotogen sind.



Bild: Rosa Künzler

Das ARTECHOUSE in Miami

Die Lichtinstallationen des Artechouse in Miami bestehen aus einem Mix aus Licht, Illumination, Illusion und Musik. Eine fantastische Welt, die alle Sinne anspricht und einen für einen Moment lang glauben lässt, in der Unendlichkeit des Alls zu schweben. Fotografieren und filmen ist hier erlaubt, ja sogar erwünscht und auf jeden Fall Insta-tauglich.

Wissen. Heute. Reise

February 10, 2020

Circ: N/A

WISSEN HEUTE. REISE

METROPOLEN



Miami

FLORIDA

Das Art-Deco-Viertel der Stadt beherbergt mehr als 800 Häuser, die zwischen 1923 und 1943 gebaut wurden.

Miamis Hotelszene ist quicklebendig. Mit Spannung erwartet man die Eröffnung des 5200 m² große Art-Deco-Hotels Greystone mit Speakeasy-Lounge im Keller, des Hotels Palomar South Beach mit Pool auf dem Dach und des Wyndham Grand und des TRYP by Wyndham mit Etagenbetten für die Kinder. Kürzlich renoviert: Das JW Marriott Miami Turnberry mit seinem neuen 16-stöckigen Orchid Tower und einem eigenen Wasserpark.

WARMER TAGE UND HEISSE

Nächte: In Miami liegt man tagsüber faul am Strand, und nachts geht es in den Bars und Discos hoch her – so lautet das Klischee, und da ist auch etwas dran. Aber die Stadt hat noch viel mehr zu bieten.

Die Kunstszene in Miami blüht, auch dank der internationalen Kunstmesse Art Basel, deren Ableger jeden Dezember in Miami veranstaltet wird und

Galerien aus der ganzen Welt anzieht.

Die Kunst prägt die Stadt, die sich immer wieder neu erfindet, aber das ganze Jahr über. Das Pérez Art Museum Miami für moderne Kunst zog 2013 an einen neuen Standort an der Biscayne Bayfront, The Bass, das Museum für zeitgenössische Kunst, nach einer zweijährigen Renovierung, die 12 Mio. \$ kostete, wurde 2017 wiedereröffnet.

Noch innovativer ist das 2018 eröffnete ARTECHOUSE, eine digitale Kunstgalerie, die die Gäste zu einem immersiven Erlebnis einlädt, bei dem Technologie und Kunst Hand in Hand gehen. Und Fans von Street Art werden in den Straßen des Wynwood Art District fündig.

Das Markenzeichen von Miami Beach ist die Art-Deco-Architektur, die man von der 5th bis zur

23rd Street, an der Collins und Washington Avenue und am Ocean Drive findet. Seit 1976 bemüht sich die Stadt, die schönen alten Häuser zu erhalten.

Kein Besuch in Miami ist komplett, ohne dass man die kubanische Küche probiert. Zum Beispiel die Sandwiches mit süßem Schinken und spanischer Wurst auf kubanischem Brot im Versailles in Little Havana.

tip-online.at

February 11, 2020

Circ: 25,254



Neue Attraktionen in Miami



| Euphoric Emporium in Miami


Die kosmopolitische Stadt an der Südspitze Floridas bietet Reisenden neue kulinarische und künstlerische Hotspots wie Rooftop-Bars, Restaurants und Ausstellungen.

Interaktive Ausstellung in Miami: Downtown Miami hält bis Ende März 2020 eine „Selfie“-Erfahrung der besonderen Art bereit: Bei der interaktiven Ausstellung Euphoric Emporium am Venetian Causeway entlang des Bayshore Drive entdecken Besucher 20 ausgefallene Kunstinstallationen, die in neu gestalteten Schiffscontainern präsentiert werden. Jede Installation bietet verschiedene interaktive Erlebnisse: So werden Gäste von der Spitze eines Wolkenkratzers über das Innere einer Schneekugel bis zu einem Raum mit auf den Kopf gestellten Möbeln geführt.

Neue Rooftop-Bar in South Beach: Oberhalb der Lincoln Road eröffnet mit „The Nest“ Miamis neueste Rooftop-Bar und Lounge, die auf über 300m² einen atemberaubenden Blick auf die Skyline der Stadt bietet. Gäste können die Bar in South Beach nur über einen geheimen Aufzug besuchen, der sich in der The Lincoln Eatery Foodhall befindet. Einige der bekanntesten Persönlichkeiten aus dem Gastgewerbe Miamis beteiligten sich an dem neuen Projekt, darunter der erfahrene Nachtclubbesitzer Alan Roth.

Joia Beach am Strand von Jungle Island: Liquid Hospitality freut sich, die Eröffnung von Joia Beach am traumhaften Strand von Jungle Island in diesem Monat bekannt zu geben. Als erstklassige Adresse für Gastronomie, Unterhaltung und Entspannung bietet das europäisch inspirierte Restaurant Einheimischen und Besuchern ein ganztägiges Freizeiterlebnis. Das Designkonzept besteht aus schlichten, aber schicken Elementen. Gäste freuen sich am Mittag und Abend auf eine große Auswahl an authentischen Gerichten des bekannten Chefkochs Erhan Ozkaya.

Nativo Kitchen & Bar im the Conrad Miami: Nativo Kitchen & Bar (NKB) gibt ihr Debüt in Brickell: Das lebendige Restaurant, das vom aufstrebenden Starkoch Pablo Lamon geleitet wird, präsentiert Miamis geschmackvolle, vielfältige und von lateinamerikanischen Einflüssen geprägte Küche. Der gesellige Treffpunkt verwöhnt Gäste mit Frühstück, Mittag- und Abendessen. Während der täglichen Happy Hour in der neuen Lounge genießen Gäste zudem einen faszinierenden Blick auf die Biscayne Bay. (red)

 miami, usa, amerika, greter miami and the beaches, ausstellung, roof top-bar, beach club, eröffnung

kreiszeitung-wochenblatt.de

February 13, 2020

Circ: 244,440



Frühling in den USA - was kann man im Sonnenscheinstaat Florida u nternehmen?



Foto: unsplash.com • hochgeladen von [Online Redaktion](#)

Kalendarisch beginnt der Frühling in diesem Jahr am 20. März 2020 um 04:49 Uhr. Der Beginn des Frühjahrs ist grundsätzlich zur Zeit der Tagundnachtgleiche, wenn die Sonne exakt über dem Äquator steht. In der Regel weisen bereits vor dem offiziellen Frühjahrsbeginn einige blühende Pflanzen auf den Frühling hin.

Feinsandige Strände, vielseitige Wassersport- und Ausflugsmöglichkeiten und eine entspannte Atmosphäre

In vielen Parks und Gärten blühen schon einige Schneeglöckchen, die traditionell als erste Vorboten des Frühlings betrachtet werden.

Während es hierzulande noch eine Weile dauert, bis es frühlingshaft warm wird, beginnt in einigen Regionen der USA bereits die Badesaison. Mit ganzjährig angenehmen Temperaturen gilt Florida als der "Sunshine-State". Der im Süden der Vereinigten Staaten gelegene Bundesstaat ist für seine feinsandigen Strände und die entspannte Atmosphäre bekannt. Nur 40 Autominuten von der Stadt St. Petersburg, Florida entfernt liegt Caladesi Island. Auf der Insel mit dem ganzjährig milden Klima kann man viel unternehmen. Neben Ausflügen in den Florida State Park bieten sich Aktivitäten wie Wandern, Sonnenbaden oder Kayakfahrten durch die Mangroven-Haine an.

Tiefblaues Wasser und weiße Sandstrände machten Caladesi Island zu einem der bekanntesten Strandziele in den USA. Auch in der nahe gelegenen Stadt St. Petersburg zählen Boots- und Angelausflüge, Strandaufenthalte sowie Golf spielen zu den beliebten Freizeitaktivitäten. In den großzügigen Parkanlagen der Stadt befinden sich Museen wie das Dalí-Museum, in dem Werke des surrealistischen Künstlers zu sehen sind sowie das Museum of Fine Arts, wo es Kunstwerke von der Frühzeit bis zur Moderne zu entdecken gibt. Der Sitz des Florida Orchestras, das Mahaffey Theater, befindet sich ebenfalls im Uferpark. Wer eine Reise in die USA plant, sollte vorher die zur Einreise notwendige ESTA-Genehmigung beantragen. Neben dem gültigen Reisepass muss die elektronische ESTA-Reisegenehmigung bei der Ankunft in den Vereinigten Staaten vorgelegt werden. Der ESTA Antrag für die USA, der hier zu finden ist, wird einfach online ausgefüllt und abgesendet.

Obwohl die durchschnittliche Bearbeitungszeit nur 72 Stunden beträgt, wird empfohlen, sich rechtzeitig um die ESTA-Bestätigung zu kümmern, um Verzögerungen bei der Einreise zu vermeiden. Nach Florida gibt es auch in der Wintersaison zahlreiche Flugverbindungen von verschiedenen deutschen Flughäfen.

Themen- und Freizeitparks zwischen Orlando und Miami entdecken

An der Südspitze Floridas liegt das kosmopolitische Miami. Die von spanischen Einflüssen geprägte Metropole ist für ihre renommierte Kunstszene, vielseitige Unterhaltungsmöglichkeiten und endlos lange feinsandige Strände bekannt. Im benachbarten Orlando befinden sich eine Vielzahl berühmter Themenparks wie der Sea World Park, Walt Disney World und Legoland Florida. Im zoologischen Meerespark Sea World Orlando können Delphin-Vorführungen besucht werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Flamingos, Pelikane, Alligatoren sowie diverse Meeresbewohner live zu erleben. Für Tierliebhaber zählt der Besuch des Disney's Animal Kingdom Themenparks zu den besonderen Erlebnissen. In dem riesigen Freizeitpark können unter anderem Löwen, Tamarinaffen sowie gelbschnablige Amazonenpapageien in der dschungelartigen Umgebung beobachtet werden. Die beste Reisezeit für Florida sind die Monate von November bis April.

Während der Trockenzeit muss kaum mit Regen gerechnet werden, während in der Regenzeit von Juni bis September häufiger kurze Regenschauer für Erfrischung sorgen. Die Hurrikan-Saison in Florida ist zwischen August und Oktober.

travelnews.ch

February 19, 2020

Circ: 174,677

TRAVELNEWS
DAS NEWSPORTAL FÜR REISEN UND TOURISMUS



Sie waren die Ansprechpartner (v.l.): Sandrine Ernst (Condor/Airlinecenter), Carmen Frei (Kuoni), Carola Kolmann (Georgia/LMG), Oliver Howald (Kuoni), Edeltraud Sommer (South Carolina/Greater Miami/ESTM), Marcel Sprenger (Florida Keys/Get it Across), Melanie Belle (Kuoni), Karen Gilsdorf (Louisiana/Wiechmann), Sabine Schuler (Kuoni), Alex Etzel (Kuoni) und Monika Kohler (Kuoni). Bild: zVg

KUONI PRÄSENTIERTE DIE **US-SÜDSTAATEN**

Bei einem informativen Abend gab es News und Steaks aus dem «Deep South».

Am 12. Februar hat Kuoni zusammen mit Vertretern einiger USA-Südstaaten ins «Churrasco Steakhouse» in Zürich eingeladen. Über 50 Branchenprofis nahmen am informativen Abend teil und erhielten so im Rahmen eines kleinen Workshops an diversen Tisch-Stationen Insider-Tipps aus erster Hand, bevor es dann noch zu einem leckeren Steak-Essen in bester Südstaaten-Manier kam. Mit dabei waren nebst dem Nordamerika- sowie Agentenbetreuungsteam von Kuoni auch Vertreter der deutschen Repräsentanzen von Louisiana/New Orleans, Georgia, South Carolina, Greater Miami und den Florida Keys & Key West.



Büffeln am Tisch vor dem Steak-Schmaus im Churrasco. Bild: zVg

Life after Football

February 21, 2020

Circ: 36,000

LIFE AFTER FOOTBALL.

MIAMI SPECIAL

TREMENDO!

Kunst, Musik, Kulinarik – Miami gehört zu den vielfältigsten Orten im Süden der USA. Die Stadt am Atlantik hat sehr viel mehr zu bieten als ein hedonistisches Beach-Life und herausgeputzte Art-déco-Fassaden. Seit einigen Jahren hat sich die internationale Kunstszene eingenistet – nicht nur mit der Art Basel, auch einige der wichtigsten Privatsammlungen der USA sind hier beheimatet. Gleichzeitig hat sich Miami Beach mit seinen Postkartenstränden zum Hotspot der internationalen Jeunesse dorée entwickelt – mit champagnerschwangeren Clubnächten und Michelin-besterter Hochküche. Miami ist außerdem ein bedeutender Schmelztiegel eines anderen Kulturraums: Kubanische Straßenfeste, Strandrestaurants aus Uruguay, Cumbia-Bands aus Kolumbien oder Malerei aus Haiti – die ganze Bandbreite Lateinamerikas spiegelt sich in der Stadt wider. In Vierteln, die früher durch Abrisshäuser und Industriebrachen geprägt waren, beleben heute Galerien, Slowfood-Restaurants und Coffeebars die Straßen. Und auch sportlich hat Miami einiges vorzuweisen: Am 2. Februar fand der Super Bowl statt und kürzlich hat David Beckham gemeinsam mit weiteren Investoren einen neuen Fußballverein ins Leben gerufen, der in diesem Jahr seinen Spielbetrieb aufnehmen wird: den Inter Miami CF. Es macht Spaß, die Vielfältigkeit der Stadt zu erkunden und zwischen den Welten zu springen – ganz wie die Bewohner es tun. Die nennt man übrigens Miamians, und für sie ist ihre Stadt schlicht „tremendo – wundervoll“.

Text
UWE HASENFUSS
von LOSTIN

Food

● GREGORY'S DINER

Nicht nur die dunklen Mid-Century-Holzmöbel im neuen Restaurant des Vagabond Hotels erinnern an die 1950er-Jahre. Das Gregory's interpretiert den klassischen Diner neu – auch kulinarisch: Neben dem ikonischen New York Strip-Steak stehen Burger und Salate auf der Karte. Eine köstliche Reminiszenz an good old times sind auch US-Suppenklassiker wie Clam Chowder oder Matzo Ball Soup.

*gregorysmiami.com,
instagram.com/gregorysdiner*

● HOMETOWN BBQ

Seit 2013 betreibt das Team um Bill Durney in Brooklyn das „Hometown Bar-B-Que“ und taucht seitdem regelmäßig in den gastronomischen Top-Listen der besten BBQ-Restaurants von New York auf. Seit 2019 gibt es einen Ableger in Miami. Auch hier dreht sich in reduzierter, industriell anmutender Atmosphäre alles um Gegrilltes. Neben Hausklassikern wie Briskets und Ribs wird auch Vegetarisches über dem Feuer zubereitet. Dazu gibt es neun Biersorten vom Fass – sogar Kölsch.

hometownbbqmiami.com, instagram.com/hometownbbqmiami

● MICHAEL'S GENUINE

Der Klassiker im Design District punktet mit hochwertigen internationalen Gerichten und unprätentiöser Atmosphäre. Seit 2007 serviert Michael Schwartz saisonale Küche mit regionalen Zutaten und gehört somit zu den Farm-to-Table Pionieren in Miami. Der Küchenchef selbst beschreibt sein Konzept als „Down-to-Earth-Cooking“. Zur Happy Hour serviert das Bar-Team ein Dutzend Austern

MIAMI SPECIAL

und einen straighten Manhattan Cocktail für faire 16 US-Dollar.

instagram.com/michaelsenuine

● LE JARDINIER MIAMI



Grün sind nicht nur die Tulip-Sessel im neuen Miami-Ableger des Michelin-besetzten New Yorker Restaurants – auch die kulinarische Vision ist es. Französisch inspirierte Hochküche mit vegetarischen Zutaten steht auf der Agenda von Küchenchef Alain Verzeroli, der unter anderem schon für Maestro Joël Robuchon gearbeitet hat. Seine Kreationen wie „Watermelon Salad, Heirloom Tomatoes, Ginger, Mint“ sind geschmacklich perfekt ausbalanciert und wie Kunstwerke auf dem Teller arrangiert.

instagram.com/lejardinier-miami.com

● MIGNONETTE

Aus einer ehemaligen Tankstelle an der 18. Straße ist ein Paradies für Seafood-Liebhaber geworden. Neben Austern in verschiedensten Zubereitungsarten finden sich US-Klassiker wie Lobster Roll auf der Karte. Auch Fleischesser und Vegetarier werden sich in dem Lokal

mit den großen Fensterflächen und seinem Retrodesign wohlfühlen. Wer es (ein bisschen) krachen lassen will, kommt mit dem Kaviar- und Champagner-Special zur Happy Hour noch glimpflich davon.

*mignonettemiami.com,
instagram.com/mignonnettemia*

● THE SWAN

Wenn der lokale Gastromogul David Grutman eine neue Location eröffnet, trifft sich dort alles, was reich und schön ist. Wenn sich dann auch noch Musiker Pharrell Williams und der französische Bocuse-Schüler und US-Fernsehkoch Jean Imbert unter die Betreibergesellschaft mischen, sind Promidichte und kulinarische Qualität gesetzt. Unter anderem wurden schon Bella Hadid, Kim Kardashian West oder Alec Monopoly dabei beobachtet, wie sie im cremefarbenen Ambiente des Lokals Burrata mit frischen Feigen oder Spaghetti mit Kaviar genießen.

*swanbetsy.com,
instagram.com/swanmiami*

Shops

● KITH MIAMI

Seit rund drei Jahren ist der legendäre Sneaker- und Streetwear-Store aus NYC auch in Miami mit einem eigenen Standort vertreten. Ronnie Fieg ist das Mastermind hinter der erfolgreichen Einzelhandelsmarke, die auch ihr eigenes Modelabel etabliert hat. Besonders begehrt: Limited Editions und Kooperationen der großen Player wie Adidas oder Nike mit Kith, die es nur hier gibt. Auch im Store in Miami gehen bei Kith Treats Instagram-taugliche Milkshakes und Eiscremes über den Tresen.

*kith.com,
instagram.com/kith*

● SUPPLY & ADVISE

Sorgfältig kuratierte Herrenmode, darunter viele authentische Traditionslabels aus den USA und Japan, sowie ausgesuchte Work- und Military-Wear gehören zum feinen Sortiment des Shops in Downtown. Hier werden Alden Boots aus Pferdeleder neben begehrten Levi's Vintage-Teilen, Parfums aus der Brooklyn-Duftmanufaktur DS & Druga und handgemachte Lederwaren von Postalco aus Tokyo angeboten.

supplyandadvise.com,
[instagram.com/supplyandadvise](https://www.instagram.com/supplyandadvise)

● THE WEBSTER

Mittlerweile sind die Geschäfte von The Webster auch in Städten wie Houston, Costa Mesa oder New York präsent, aber gestartet ist die Erfolgsgeschichte vor gut zehn Jahren im Art-déco-Gebäude des Webster Hotels in Miami. Auch heute präsentiert Gründerin Laure Hériard Dubreuil einen ausgesuchten Brand-Mix für Fashionliebhaber beiderlei Geschlechts – darunter alles, was angesagt ist, von Alexander Wang bis Vetements. Wer es außergewöhnlicher mag, findet auch immer kleinere Labels wie die Patchwork-Mode von Palm Angels oder die dicken Boots von S.R. Studio. LA CA..

thewebster.us, [instagram.com/thewebster](https://www.instagram.com/thewebster)

Hotels

● SOHO BEACH HOUSE

Das Soho House in Miami bietet alles, was die Fans an der Gruppe so schätzen: einen Membersclub, der Einheimische mit Hotelgästen zusammenbringt, ausgewählte Inneneinrichtung mit Vintage-Touch sowie ein ikonisches Gebäude – diesmal im Art-déco-Stil an der schicken Collins Avenue. Was diesen Standort allerdings von vielen anderen unterschei-

det, ist der direkte Strandzugang und die Zimmer mit Meeresblick. Auch das Format des Inhouse-Italieners Cecconi's fällt in Miami luftiger aus: Hier wird die klassisch italienische Küche unter einer halb überdachten Terrasse serviert.

[instagram.com/sohobeachhouse.com](https://www.instagram.com/sohobeachhouse.com)

● EAST



Das von Arquitectonica gestaltete Glas-Hochhaus des East Hotels reiht sich perfekt in die Skyline von Downtown ein. Die meisten Zimmer haben bodentiefe Glasfenster, die großzügige Poollandschaft besticht durch den Kontrast der orangefarbenen Möbel zum grauen Sichtbeton. Besonders das Inhouse-Restaurant Quinto La Huella lockt auch Residents ins Hotel. Schließlich ist dies der erste internationale Ableger des legendären Strandrestaurants Parador La Huella in Uruguay. Auch in Miami steht modern interpretierte südamerikanische Küche auf dem Programm, darunter viele Gerichte, die im traditionellen Holzofen zubereitet werden.

[instagram.com/east-miami.com](https://www.instagram.com/east-miami.com)

● THE STANDARD SPA

Auch der Miami-Ableger der von André Balazs in Los Angeles gegründeten Hotelmarke setzt auf Retro-Design und frische Entertainment-Angebote. Die Architektur des ehemaligen Lido Spa, einem in den 1950ern auf der Belle Isle eröffneten Beach-Motel, wurde in die Anlage integriert. Eine riesige Park- und Poollandschaft untermauert auch heute den Spa-Anspruch. Ergänzt wird dieser von zahlreichen Hydrotherapie-Anwendungen, Yoga- und Fitnessangeboten. Das hauseigene Restaurant namens The Lido Bayside Grill trumpft mit Plätzen direkt am Meer und authentischer japanischer Izakaya Küche auf.

standardhotels.com
[instagram.com/thestandard](https://www.instagram.com/thestandard)

Wellness

● THE SACRED SPACE

Einen Ort zu schaffen, der alle Sinne anspricht, an dem Großstädter entspannen und zu sich selbst finden können, das war die Vision von Karla Dascal, als sie The Sacred Space gründete. Im Alltag manifestiert sich ihr holistischer Gedanke in zahlreichen Kursen und Workshops, unter anderem Yoga und Meditation, mit The Flow, einem Shop, in dem ausgesuchte Wellness- und Beauty-Produkte angeboten werden, sowie mit dem Restaurant Plant. Dort serviert Horacio Rivadero innovative vegetarische und vegane Hochküche.

sacredspacemiami.com/pages/plant-miami,
[instagram.com/plantmiami](https://www.instagram.com/plantmiami),
[instagram.com/sacredspacemiami](https://www.instagram.com/sacredspacemiami)

Bars & Nightlife

● LA COCINA COCTELERÍA

Obwohl die Vorstadt Hialeah längst mit Miami zusammengewachsen und nur knapp eine Viertelstunde Taxifahrt von Downtown entfernt ist, gehört der Hotspot der kubanischen Szene offiziell nicht zum Stadtgebiet. Mit der Cocina Coctelería hat dort jetzt Marr Kuscher, der hinter vielen anderen erfolgreichen Gastronomien in der Stadt steckt, eine Cocktailbar eröffnet, die sich mit ihrem 1980s Cuban-American-Look perfekt ins Umfeld einfügt. Auch die Bartender sind im Thema mit hochprozentigen lateinamerikanischen Kreationen wie Pata Sucia oder Piñaso. Dazu gibt es köstliche Late-Night Bar-Snacks.

lacocinahialeah.com,
[instagram.com/lacocinahialeah](https://www.instagram.com/lacocinahialeah)

● CHURCHILL'S PUB



Seit 1979 gibt es diese grungige Bar, in der regelmäßig Live-Gigs stattfinden. Das Churchill's ist eine Institution, in die unter anderem Iggy Pop und Marilyn Manson regelmäßig einchecken – und somit nichts für schwache Nerven oder weiße Leinenanzüge. Jeder Tag in der Woche wird bespielt, von Psychedelic bis Punk, nur der Montag gehört traditionell den Jazzfans.

[instagram.com/churchills_pub](https://www.instagram.com/churchills_pub)

● THE SYLVESTER BAR

Das Ambiente dieser Cocktailschmiede in Wynwood passt perfekt in die Stadt: Tapeten mit tropischen Mustern, einladende Samtsitzmöbel und Hängepflanzen. Dazu spielt ein DJ softe Yachtrock-Tunes, während die Gäste exotische Cocktails wie Monkey Jungle oder Carrot Cake Colada genießen. An den Wochenenden kommt die Party schon mal ins Rollen – wer es ruhiger mag, kommt zur Happy Hour zwischen 16 und 20 Uhr.

thesylvesterbar.com,
[instagram.com/thesylvesterbar](https://www.instagram.com/thesylvesterbar)

Culture

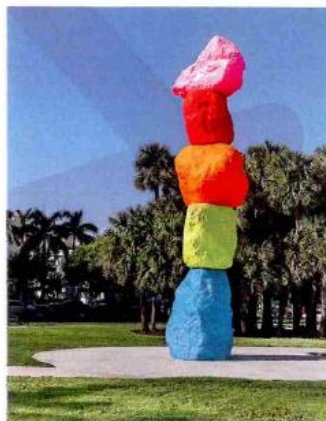
● PÉREZ ART MUSEUM MIAMI



Der 2010 initiierte und 2013 fertiggestellte Neubau des Pérez Art Museum Miami, kurz PAMM genannt, war der Startschuss einer Erfolgsgeschichte. Während die Institution vorher als Center of Fine Arts und später unter dem Namen Miami Art Museum jährlich kaum mehr als 50.000 Besucher aufweisen konnte, ist sie jetzt ein Publikumsmagnet. Schon das elegante Gebäude aus der Feder der Schweizer Architekten Herzog & de Meuron am neuen Standort im Museum Park ist eine Attraktion. Die ständige Sammlung setzt den Schwerpunkt auf Moderne und Zeitgenössische Kunst von beiden amerikanischen Kontinenten.

pamm.org,
[instagram.com/pamm](https://www.instagram.com/pamm)

● THE BASS



Aus der Sammlung der Familie von Unternehmer John Bass ist der kulturelle Hub von Miami Beach bereits 1964 entstanden. Mit der seit 2015 über dem Eingang installierten Skulptur ETERNITY NOW von Sylvie Fleury gewinnt der palmengesäumte Art-déco-Bau im Collins Park, in dem früher eine Bibliothek untergebracht war, ein weiteres unverkennbares Merkmal. Zeitgenössische Kunst steht auch bei den wechselnden Ausstellungen ganz oben, im Jahr 2020 widmet sich das Haus unter anderem Mickalene Thomas, Lara Favaretto und Haegue Yang.

thebass.org, [instagram.com/thebassmoa](https://www.instagram.com/thebassmoa)

● RUBELL FAMILY COLLECTION



Private Initiativen und Sammler sind überlebenswichtig für die Vielfalt und Qualität in der Kunst. Die Sammlung der Familie Rubell gehört zu den wichtigsten in Amerika, gezeigt wird sie im gleichnamigen Museum in Wynwood. Erst seit den 1950er-Jahren sammelt die Familie Gegenwartskunst. Der Umstand, dass Familienoberhaupt Donald der Bruder des „Studio 54“-Gründers Steve war, legte den Grundstein der Kollektion mit Arbeiten von Keith Haring, Jean-Michel Basquiat und Andy Warhol. Nicht weit davon entfernt zeigt die Familie De la Cruz ihre imposante Sammlung Zeitgenössischer Kunst. Auf fast 3.000

Quadratmetern werden Arbeiten von Isa Genzken, Peter Doig oder Nate Lowman ausgestellt.

[instagram.com/rubellmuseum](https://www.instagram.com/rubellmuseum)

Outdoor

● VIZCAYA MUSEUM AND GARDENS



Der kunstaffine Industrielle William Deering ließ Anfang des 20. Jahrhunderts dieses Anwesen mit dem Haupthaus im Renaissance-Stil als Winterresidenz anlegen. Seit das Miami-Dade County die Liegenschaft betreibt, sind das Haus und der große Park öffentlich zugänglich. Insbesondere letzterer lädt zum Entspannen und Flanieren ein: Skulpturen, künstliche Wasserfälle, historische Brücken, ein Orchideenhaus – im 20 Hektar großen Garten gibt es viel zu erkunden.

[vizcaya.org](https://www.vizcaya.org), [instagram.com/vizcaya_museum](https://www.instagram.com/vizcaya_museum)

● FAIRCHILD GARDEN



Die Natur in Florida ist einzigartig. Dieser eindrucksvolle botanische Garten aus den 1930ern bildet die Pflanzenvielfalt des Sunshine State ab – und mehr: Der Gründer Robert H. Montgomery widmete sich der Erhaltung seltener tropischer Pflanzen, auch solchen aus Afrika und Südamerika. Nicht verpassen: Im 2.000 Quadratmeter großen „Wings of Tropic’s“-Haus können Besucher zwischen Hunderten von Schmetterlingen wandeln.

[fairchildgarden.org](https://www.fairchildgarden.org),
[instagram.com/fairchildgarden](https://www.instagram.com/fairchildgarden)

Foto: @PR

WELT am SONNTAG

Illustration:
Hauptstadt
Ushuaia ist
Stumpfschnabel
Pinguinfamilie -
auf dem
alten Flughafen



Hafen der künstlichen Pinguine

Pinguine als Stadtbewohner, Weihnachtsinsel und Blauwasser, ein Schmelzfläcker und ein Tase. Pinguine gibt es in Ushuaia in jeglicher Form. Auch auf 1500er, Küstenschiffen und auf Booten. Die Gaviolen sind voll davon und ständen, auf der Straße, lassen die Vögel als Treiber der Gaviolen über die Meeres. Ushuaia, die letzte Stadt am südlichsten Zipfel Argentinas, ist Pinguin-Town - auch wenn die Vögel hier gerade leben. Die ursprünglichen Pinguin-Kolonien flüchteten sich auf der 75 Kilometer entfernten Isla Martufel.

Tipps und Informationen
WIE KOMMT MAN HIN? Nach Ushuaia fliegen mehrere Airlines, meist über Buenos Aires.
USHUAIA-HIGHLIGHTS Das Maritime Museum im Fährhafen (Thema der Fährge) Dorthin starten die (Viel) von Busse geführte Wander- und Kanutouren (auf Teil einiger Hundstrecken) (siehe bei stadtbesuch.de/wikingen-reisen.de)
REISEN IN DIE ANTARKTIS Haupt Lloyd Cuervo, etwa mit der „Armenistika Nave“ oder der „Armenistika“ In Tage ab 9000 Euro (P. 19) (siehe bei stadtbesuch.de/wikingen-reisen.de)
WETTER-INFOS tourismushuaia.com

den Sommermonaten täglich Kreuzfahrtschiffe in Richtung Süden, ein- und zweiwöchentliche wie die „Frost“ oder „Aurora“, 70 Prozent aller Kreuzfahrtschiffe, die die Pinguine, Wale und Eisberge zum Ziel haben, liegen in Ushuaia ab. Entsprechend groß ist die Flottenkapazität für die Routenreisen wie der 200 Meter lange, 2000 Passagiere fassende „Frisco“ rund um die Südpolregion, Kap Horn, zu den wilden Gletschern Patagoniens, nach Santiago de Chile oder Buenos Aires. Alle 20 Kreuzfahrtschiffe kommen im Sommer an jeden Tag in unsere Stadt“, sagt Soriano. Und, der weiten, vorerst, werden Containerschiffe liegen an, um Öle und Gesteine in den Süden des Kontinents zu bringen. In Feuerland selbst gibt es kaum Fährten und Bussen, weder Straße noch andere Straße. Lebensmittelfabrik werden hier produziert.

Im Sommer von Ushuaia an der Peruanischen Küste und Gabelstapler der Waren in die Bucht der Kreuzfahrtschiffe. Die halbe Stadt ist auf den Boden, man muss ein kleines Boot anheben, das die Sommermonate sind geschlossen. „Es ist der vierte Tag in Folge, an dem es regnet, es hat ein winziger Hin und Her von Fährten und Bussen. Seit die ersten Kreuzfahrtschiffe in den 1900er Jahren die Fernreise anwesend, ist Ushuaia das (offizielle) Antarktis-Basis-Camp. Der Seemannsclub wurde in der Stadt (derzeit) nicht immer groß geschieden. Im 1. Jahrhundert begann ein ständliches Kapitel der Geschichte, nachdem englische Missionare nach Feuerland vorgedrungen waren. Sie gründeten eine erste Siedlung am Ufer der Berge-Küste und wählten von dort aus die Ustjowen der Yamanas, zum ruhigen Glauben führen. Aber auch die Erhebung Ushuaia durch argentinische Seefahrer im Jahr 1848 konnte nicht verhindern, dass die Bevölkerung schrumpfte. Die Yamanas wurden ausgerottet. Zwei wurden nie nicht groß und erdbeer, wie es etwa auf der anderen Seite der Südpolregion in Tasmanien und Australien geschah. Torsionen wie heute nur noch eine einzige Yamanas-Frau in Südpatagonien.

Der Vögel wurde angezogen, weil die Missionare die Ustjowen nicht nur zum vermehren, „Achtung“ Glauben und zum Essen weicherer Kost erziehen, sondern auch zum Tragen von europäischer Kleidung im stets frischen, kalten Klima keine gute Idee. Die Kleider trockneten schnell, die Yamanas starben an Fieber und anderen Krankheiten, die die Europäer eingeschleppt hatten und die auch diese durch die Yestifien übertrugen wurden.

An dem abgelaufenen Ort anheben an Land und Pinguin schiffe die Argentinier haben eine Strafkolonie etc. Das erste Gefängnis am Küsten Hülsen von Südpol und Isla wurde ab 1900 von Presidio Naval abgeleitet, dem Nationalgefängnis. Dort gab es 10 Strafbauern für Gewerbetreibender und Mehrfachverurteilte wie etwa Cipriano Suarez Galdos, einen kleinen Mann mit stark abgewinkeltem Oberarm, der mehrere Kinder umgebracht hatte, und von dem die Einwohner Ushuaia ihren Nachtschreck heute noch warnen. „Ich bin glücklich nicht nach draußen, die Isaret Galdos, sagen wir“, erzählt Soriano.

Ushuaia ist aber auch Hauptstadt. Pinguin-Town, dämmern. Staub liegt sich weiß über die Straße, ein Arbeiter lockert neue Holzhölzer im Park. Alles auf höchst schön in der Stadt, denn obwohl sie vier Flugplätze von Argentinien Hauptstadt Buenos Aires entfernt auf der Insel Feuerland liegt, ist hier von im Rücken der Anden der Anden erreicht sich eine große Flur, an der Kreuzfahrtschiffe liegen, in dem Flughafen. Hier der Hafen, den Stadtbürger Luis Soriano mit einem Lächeln die „Jura der Stadt“ nennt.

Und tatsächlich. Alles die meisten Kanutouristen von Ushuaia flüchteten sich hier, weil der Hafen der Tor zum Welt der Pinguine ist. Von ihm aus starten in

den Sommermonaten täglich Kreuzfahrtschiffe in Richtung Süden, ein- und zweiwöchentliche wie die „Frost“ oder „Aurora“, 70 Prozent aller Kreuzfahrtschiffe, die die Pinguine, Wale und Eisberge zum Ziel haben, liegen in Ushuaia ab. Entsprechend groß ist die Flottenkapazität für die Routenreisen wie der 200 Meter lange, 2000 Passagiere fassende „Frisco“ rund um die Südpolregion, Kap Horn, zu den wilden Gletschern Patagoniens, nach Santiago de Chile oder Buenos Aires. Alle 20 Kreuzfahrtschiffe kommen im Sommer an jeden Tag in unsere Stadt“, sagt Soriano. Und, der weiten, vorerst, werden Containerschiffe liegen an, um Öle und Gesteine in den Süden des Kontinents zu bringen. In Feuerland selbst gibt es kaum Fährten und Bussen, weder Straße noch andere Straße. Lebensmittelfabrik werden hier produziert.

Im Sommer von Ushuaia an der Peruanischen Küste und Gabelstapler der Waren in die Bucht der Kreuzfahrtschiffe. Die halbe Stadt ist auf den Boden, man muss ein kleines Boot anheben, das die Sommermonate sind geschlossen. „Es ist der vierte Tag in Folge, an dem es regnet, es hat ein winziger Hin und Her von Fährten und Bussen. Seit die ersten Kreuzfahrtschiffe in den 1900er Jahren die Fernreise anwesend, ist Ushuaia das (offizielle) Antarktis-Basis-Camp. Der Seemannsclub wurde in der Stadt (derzeit) nicht immer groß geschieden. Im 1. Jahrhundert begann ein ständliches Kapitel der Geschichte, nachdem englische Missionare nach Feuerland vorgedrungen waren. Sie gründeten eine erste Siedlung am Ufer der Berge-Küste und wählten von dort aus die Ustjowen der Yamanas, zum ruhigen Glauben führen. Aber auch die Erhebung Ushuaia durch argentinische Seefahrer im Jahr 1848 konnte nicht verhindern, dass die Bevölkerung schrumpfte. Die Yamanas wurden ausgerottet. Zwei wurden nie nicht groß und erdbeer, wie es etwa auf der anderen Seite der Südpolregion in Tasmanien und Australien geschah. Torsionen wie heute nur noch eine einzige Yamanas-Frau in Südpatagonien.

Der Vögel wurde angezogen, weil die Missionare die Ustjowen nicht nur zum vermehren, „Achtung“ Glauben und zum Essen weicherer Kost erziehen, sondern auch zum Tragen von europäischer Kleidung im stets frischen, kalten Klima keine gute Idee. Die Kleider trockneten schnell, die Yamanas starben an Fieber und anderen Krankheiten, die die Europäer eingeschleppt hatten und die auch diese durch die Yestifien übertrugen wurden.

An dem abgelaufenen Ort anheben an Land und Pinguin schiffe die Argentinier haben eine Strafkolonie etc. Das erste Gefängnis am Küsten Hülsen von Südpol und Isla wurde ab 1900 von Presidio Naval abgeleitet, dem Nationalgefängnis. Dort gab es 10 Strafbauern für Gewerbetreibender und Mehrfachverurteilte wie etwa Cipriano Suarez Galdos, einen kleinen Mann mit stark abgewinkeltem Oberarm, der mehrere Kinder umgebracht hatte, und von dem die Einwohner Ushuaia ihren Nachtschreck heute noch warnen. „Ich bin glücklich nicht nach draußen, die Isaret Galdos, sagen wir“, erzählt Soriano.

DEUTSCHLAND
VON DER OSTSEE NACH BERLIN
Christophorus
www.christophorus-reisen.de

DEUTSCHLAND
VON DER OSTSEE NACH BERLIN
Christophorus
www.christophorus-reisen.de

DEUTSCHLAND
VON DER OSTSEE NACH BERLIN
Christophorus
www.christophorus-reisen.de

DEUTSCHLAND
VON DER OSTSEE NACH BERLIN
Christophorus
www.christophorus-reisen.de

touristik aktuell

February 24, 2020

Circ: 27,385

touristik
aktuell

Miami: Museum für Graffiti-Kunst

Das neu eröffnete Museum of Graffiti in Miami präsentiert die Geschichte der globalen Graffiti-Kunstbewegung. In zentraler Lage im Viertel Wynwood, dem „Epizentrum von Kunst und Kreativität“, soll das mit Wandgemälden bedeckte Museum zu einem wichtigen kulturellen Zentrum werden.

Das Museum umfasst eine Dauer- ausstellung, zwei Ausstellungs- galerien sowie eine wechselnde ortsspezifische Installation.

Mehr Informationen gibt es unter www.museumofgraffiti.com. (ta)



Zu den Neuheiten zählen unter anderem weitere Hotels in Miami Beach, wie hier am Ocean Drive

Miami und Star Wars

Die Veranstalter haben ihr Florida-Portfolio erweitert.

Das Angebot an **Produktneuheiten** umfasst neue Hotels, Rundreisen durch den Bundesstaat und spannende Ausflüge.

ttouristik aktuell zeigt eine Auswahl aus den Katalogen. | Von Arne Hübner

AMERICA UNLIMITED

Neu im Portfolio von America Unlimited ist die 13-tägige Tour „Westküste Florida & Miami“ mit Nonstop-Flügen von Frankfurt nach Tampa und zurück von Miami nach Frankfurt. Sie führt abseits der typisch touristischen Routen beispielsweise nach Clearwater, Fort Myers und Naples. Der Veranstalter bietet ein ähnliches Paket auch für die Ostküste an. Bei dieser zwölfzügigen Mietwagenrundreise liegt der Fokus auf den Freizeitpark in Orlando sowie dem Kennedy Space Center. Buchbar sind auch Tagestouren ab Miami, die unter anderem zu den Everglades führen. In der Beach-Metropole hat America Unlimited weitere Hotels im Programm: Dazu zählen etwa das Mittelklassehotel Generator Miami Beach und das Breakwater South Beach am Ocean Drive.

DER TOURISTIK

Die Busreise „Sonnenseite Floridas“ wurde optimiert. Hervorzuheben bei der achttägigen Tour ist der inkludierte Ausflug nach St. Augustine, der ältesten Stadt Floridas. Die Rundreise kann mit einer fünfzügigen Badeverlängerung kombiniert werden. Weitere Kombinationsmöglichkeiten bieten sich mit einem dreitägigen Aufenthalt in New York oder einer Kurzkreuzfahrt auf die Bahamas. DER Touristik empfiehlt zudem die zwölfzügige Autotour „Florida – Family Fun in the Sun“, die speziell für Familien interessant ist. Sie beinhaltet Mehrfachübernachtungen im selben Hotel. Genächtigt wird in Apartments mit zwei separaten Schlafzimmern. Für Selbstfahrer verweist DER Touristik auf das Camper-Tool, das wichtige Camper-Infos und Preise in einer Buchungsoberfläche darstellt. Das Tool ist über die Aktion KW und die Anforderung WM für Wohnmobil erreichbar.

FTI

Der Münchner Veranstalter hat sein Hotelangebot im Sunshine-State ausgebaut. Dazu zählt zum Beispiel das Universal's Endless Summer Resort Surfside Inn and Suites in Orlando. Im März folgt das Universal's Dockside Inn and Suites, das ebenfalls zum großen Themenpark-Komplex zählt. Buchbar in der Heimat von Mickey & Co sind zudem das Margaritaville Resort Orlando und das Grand Bohemian Hotel Orlando. Beide Häuser haben bereits geöffnet. Zum FTI-Hotelangebot zählt nun auch das architektonisch außergewöhnliche Seminole Hard Rock Hotel (mehr dazu auf Seite 38). Auch das Bellair Beach Resort & Motel und das Barefoot Beachfront Hotel in St. Pete, die beide kürzlich komplett renoviert wurden, sind im Veranstalterprogramm. Weiterhin können Tickets über FTI bestellt werden. Verfügbar sind unter anderem VIP-Tickets für das Basketball-Team Orlando Magic.

TUI

Auf Key West ist das neue Vier-Sterne-Hotel Parrot Key Resort im Programm. Laut TUI ist es ein Boutique-Hotel mit Flair. Instagram-Liebhaber können dort ein Foto des populären Motivs der Hängematte zwischen Palmen aufnehmen und posten. Der Reisekonzern hat zudem das Ausflugsangebot weiter ausgebaut und bietet allein in Florida mehr als 100 Touren an. Ein Tipp von Robin Brückner, Leiter des Produkts Nordamerika: „Ende des vergangenen Jahres hat ‚Star Wars: Galaxy's Edge‘ in den Disney's Hollywood Studios in Orlando eröffnet. Ein Muss für Fans. Noch sind die Wartezeiten lang, aber es lohnt sich, und wer einfach nur durch die Kulissen schlendern will, wird auch begeistert sein.“

PEPS

Achterbahnfahren in Tripsdrill

„Vollampf“ und „Hals-über-Kopf“ heißen die beiden neuen Achterbahnen, die im Laufe der Saison 2020 im Erlebnispark Tripsdrill für Action sorgen. Der Erlebnispark startet am 4. April in die neue Saison und hält für Reisebüro-Mitarbeiter einen Pep parat. Bei Vorlage des Personalausweises und eines Belegs wie der Travel Industry Card, Visitenkarte oder Bestätigung des Arbeitgebers zahlen sie 18 statt 35,50 Euro Eintritt. Pep-Tarife für Übernachtungsmöglichkeiten gibt es nicht.

Info www.tripsdrill.de

Prozente von Deutsche Hospitality

Die Steigenberger-Dachmarke Deutsche Hospitality offeriert Reisebüro-Mitarbeitern auch 2020 Pep-Raten. Auf Übernachtungen in zahlreichen Hotels weltweit wird ein Preisnachlass in Höhe von 25 Prozent gewährt. Die Angebote sind abhängig von der Verfügbarkeit und buchbar über GDS. Expedienten benötigen unter anderem beim Check-in ihre Visitenkarte. Näheres im Internet unter www.deutschehospitality.com/unternehmen/sales/reisebuero-expedienten.

Info Buchungen: reservation@deutschehospitality.com

Welcome to Miami

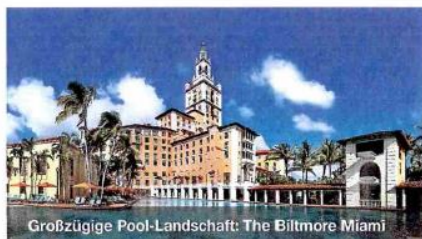
Das Fünf-Sterne-Resort The Biltmore Miami Coral Gables besticht unter anderem durch eine tropische Gartenanlage, ein ausgezeichnetes Signature-Restaurant, eine Koch-Akademie sowie einen Meisterschafts-Golfplatz mit Golfschule. Durch Pep-Angebote können Reiseagenten das Resort in Miami, 16 Kilometer entfernt von Miami Beach, kennenlernen. Sie erhalten zum Beispiel 20 Prozent Ermäßigung auf die beste verfügbare Rate (bei Buchung 30 Tage im Voraus).

Info Buchungen: biltmoremiami@finesthotelcollection.de

Urlaub im Robinson Club

Robinson-Fans und alle, die es werden und die ihre Kunden mit ihrer Begeisterung anstecken wollen, bietet der Club-Veranstalter Aufenthalte zu Pep-Raten an. Seit dieser Woche kann über Spezialveranstalter Meinpep Sommer- und Herbsturlaub gebucht werden, zum Beispiel im neuen Robinson Club Ieapetra auf Kreta. Eine Woche inklusive Vollpension kostet ab 518 Euro pro Person. Für 25 weitere Clubs gibt es zudem Freundes-, Sonder- oder Knüllerpreise.

Info www.meinpep.de



Großzügige Pool-Landschaft: The Biltmore Miami

Foto: The Biltmore Miami Coral Gables



Ab sofort kann Club-Urlaub gebucht werden

Foto: Robinson Club

travel4news.at

February 25, 2020

Circ: 11,129

travel4news

Neuigkeiten aus Miami: Rooftop-Bars, Restaurants und Beach Clubs

Das Tourismusbüro von „Greater Miami and the Beaches“ hat uns wieder mit Neuigkeiten aus **Florida** versorgt: Mit „The Nest“ hat Miami eine neue Rooftop-Bar und Lounge erhalten, das 1 Hotel South Beach eröffnet einen neuen Beach Club und mit dem „Joia Beach“ und dem „Nativo Kitchen & Bar“ sind zwei interessante Restaurants an den Start gegangen.

Neue Rooftop-Bar „The Nest“ in South Beach



(c) The Nest / Miami

Oberhalb der Lincoln Road hat mit „The Nest“ Miamis neueste Rooftop-Bar und Lounge eröffnet. Auf mehr als 300 Quadratmetern bietet sie einen schönen Blick auf die Skyline der Stadt. Die Gäste können die Bar in South Beach aber nur über einen geheimen Aufzug besuchen, der sich in der Lincoln Eatery Foodhall befindet. Einige der bekanntesten Persönlichkeiten aus dem Gastgewerbe Miamis haben sich an diesem neuen Projekt beteiligt – darunter der erfahrene Nachtclubbesitzer Alan Roth.

Neuer Beach Club im 1 Hotel South Beach



1 Beach Club (c) 1 Hotel South Beach / Miami

Das 1 Hotel South Beach wurde erst kürzlich von den „Condé Nast Readers’ Choice Awards 2019“ zu Miamis bester Unterkunft gewählt. Nun eröffnet das Hotel mit dem „1 Beach Club“ im März eine von Tulum inspirierte Erweiterung eröffnet, die nur Mitgliedern vorbehalten ist. Highlight ist das 950 Quadratmeter große Restaurant „Wave“ mit direktem Zugang zum Meer. Der Privatclub soll eine Elite-Oase mit Service der Spitzenklasse werden. Die Mitgliedschaft bietet einen kostenlosen Parkservice und den exklusiven Zugang zum Strand und zum Bamford Haybarn Spa des 1 Hotel South Beach. Der Mitgliedsbeitrag beginnt bei 4.000 US-Dollar pro Jahr.

„Joia Beach“ kommt ins Jungle Island



(c) Joia Beach / Jungle Island / Miami

Liquid Hospitality eröffnet in diesem Monat das „Joia Beach“ am traumhaften Strand von Jungle Island. Als erstklassige Adresse für Gastronomie, Unterhaltung und Entspannung soll das europäisch inspirierte Restaurant sowohl Einheimischen und als auch Besuchern ein ganztägiges Freizeiterlebnis bieten. Das Designkonzept besteht aus schlichten, aber schicken Elementen. Am Mittag und am Abend dürfen sich die Gäste auf authentische Gerichte des bekannten Chefkochs Erhan Ozkaya freuen.

Nativo Kitchen & Bar eröffnet im The Conrad Miami



(c) Nativo Kitchen & Bar / The Conrad Miami

Vom aufstrebenden Starkoch Pablo Lamon geleitet, präsentiert das neue Restaurant „**Nativo Kitchen & Bar**“ im The Conrad Miami im Stadtteil Brickell die vielfältige, vor allem von lateinamerikanischen Einflüssen geprägte Küche der Metropole mit einem fantastischen Blick auf die Biscayne Bay. Der gesellige Treffpunkt wartet dabei nicht nur mit Frühstück, Mittag- und Abendessen auf, sondern auch mit einer täglichen „Happy Hour“ in der neuen Lounge.

spartacus traveler

February 27, 2020

Circ: 50,000

**spartacus
traveler**



MIAMI

Bunte Vielfalt

Foto: Dirk Baumgart



Ob Art déco oder Graffiti, Hip-Hop oder Salsa, cooler Beach-Klub oder FKK-Strand: Miami gilt seit jeher als eine der beliebtesten LGBT-Urlaubsdestinationen der USA und bietet jede Menge Aktivitäten – auch jenseits von South Beach.

Little Havana

Palmen, Musik und authentisch lateinischer Charakter. Das zwischen Miami Beach und Downtown gelegene Little Havana hat sich viel vom Charakter eines kubanischen Einwanderer Viertels bewahrt. Entlang der Calle Ocho finden sich kleine Läden, Cafés, Zigarrengeschäfte und die stadtbekannte Fufé Arte de Cream Company mit ihren vielfarbig gestrichelten Socken. Calle Ocho ist ein Karneval-Fest, im Dinosaur Park wird man von Fontänen aus Wasser umspritzt, im besten Miami Karneval, der Drexel-König-Parade oder den jeweils am letzten Freitag im Monat stattfindenden Women's Cabaret, und auch die LGBT-Community hat hier ihren Platz. Miami's erstes LGBT-Festival GayFest findet jeweils im Februar die Calle Ocho in Miami.



Reynold Art Center



Wynwood Art District

Es ist eine Erfolgsgeschichte, wie sie wohl nur in den USA zu finden ist. Einmal eine Stadt voller leerer Industrie- und Lagerhallen, ist Wynwood heute ein Zentrum für Kunst, Kultur und Kreativität. In Wynwood findet man eine Mischung aus Street Art, Graffiti, Kunstgalerien, Boutiquen und Restaurants. An jedem ersten Sonntag im Monat findet die Wynwood Art Fair statt, ein Festival, das die Wynwood-Community und Besucher aus der ganzen Welt anlockert. Wynwood ist ein Ort, an dem man sich für Kunst und Kultur begeistern kann.



John Ruffini

LGBT-Szene

Die 14. Meile der Schwulen Strassen ist die 12th Street am Ocean Drive gegenüber Palace Bar ist auch nach einem Umzug einen Block nördlich der Klammal immer die Gay Bar der Stadt. Hier gibt es feine Cocktails und Live-Acts von regelmäßig DJ-sets, die immer wieder die Veranstaltung ergänzen, die der Queen



Bar in Wynwood

garter auch bei der Straße nach Laufzeit im Park. In Wynwood findet man eine Mischung aus Street Art, Graffiti, Kunstgalerien, Boutiquen und Restaurants. An jedem ersten Sonntag im Monat findet die Wynwood Art Fair statt, ein Festival, das die Wynwood-Community und Besucher aus der ganzen Welt anlockert. Wynwood ist ein Ort, an dem man sich für Kunst und Kultur begeistern kann.

Coconut Grove

Früher das Zentrum der Hip-Hop-Szene, ist Coconut Grove heute ein Zentrum der Hip-Hop-Szene. Das ist Coconut Grove ist die 13th Street Villa Victoria mit ihrem atemberaubenden Blick auf den Ocean. Durch den Blick auf die Villa Victoria und die 13th Street Villa Victoria ist Coconut Grove ein Zentrum der Hip-Hop-Szene. Das ist Coconut Grove ist die 13th Street Villa Victoria mit ihrem atemberaubenden Blick auf den Ocean. Durch den Blick auf die Villa Victoria und die 13th Street Villa Victoria ist Coconut Grove ein Zentrum der Hip-Hop-Szene.

Partymetropole

Das ist die Schwulen Strassen ist die 12th Street am Ocean Drive gegenüber Palace Bar ist auch nach einem Umzug einen Block nördlich der Klammal immer die Gay Bar der Stadt. Hier gibt es feine Cocktails und Live-Acts von regelmäßig DJ-sets, die immer wieder die Veranstaltung ergänzen, die der Queen

garter auch bei der Straße nach Laufzeit im Park. In Wynwood findet man eine Mischung aus Street Art, Graffiti, Kunstgalerien, Boutiquen und Restaurants. An jedem ersten Sonntag im Monat findet die Wynwood Art Fair statt, ein Festival, das die Wynwood-Community und Besucher aus der ganzen Welt anlockert. Wynwood ist ein Ort, an dem man sich für Kunst und Kultur begeistern kann.

Little Haiti

Zahlreiche Immigranten aus Haiti, die in den 1970er Jahren in den USA Zuflucht suchten, haben das auch unter dem Namen Little Haiti bekannt. Heute ist es ein Zentrum für Kunst, Kultur und Kreativität. In Little Haiti findet man eine Mischung aus Street Art, Graffiti, Kunstgalerien, Boutiquen und Restaurants. An jedem ersten Sonntag im Monat findet die Wynwood Art Fair statt, ein Festival, das die Wynwood-Community und Besucher aus der ganzen Welt anlockert. Wynwood ist ein Ort, an dem man sich für Kunst und Kultur begeistern kann.

Strand

Es ist eine der beliebtesten Strände der USA. Am beliebtesten Strand ist der Ocean Drive.

Beach tummeln sich in der Millionen-Tausende Urlaubern. Auf Höhe der 126. Street ist der schwule Strandabschnitt mit seiner vielfältigen Regenbogenpalette nicht zu übersehen. Hier setzen durchschnittliche Länge und Männer gerne, was sie haben. Beach party gibt es an dem, das viele Kilometer südlich von Miami Beach gelegenen Haulover Beach zu sehen, denn dieser ist einer der weniger effizienten Nachbarnorte der USA. Von Miami kommend, finden sich der schwule Abschnitt ganz am südlichen Ende.

Einkaufen

Nach immer hat Miami Beach des meisten anderen Städten der USA einen wahren, eine Fußgängerzone. Entlang der Lincoln Road stehen in South Beach Bäden sich zahllose Boutiquen und Geschäfte wie Apple, Sephora und Kohl's. Was es nicht mehr, schon im südlichen der Stadt gelegenen Bal Harbour vorfinden. Hier gibt es Mode von Michael Kors, Alexander McQueen, Chanel, Dolce & Gabbana, Louis Vuitton, Versace und vielen anderen. Meistens bekommen Shopping-Komplexe, die America Mall, verfügt über eine Fläche von 250.000 Quadratmetern und ist eines der größten Einkaufszentren der USA. Neben Kaufhäusern wie Neuman's, Macy's und Bloomingdale's finden sich dort Geschäfte vieler internationaler und amerikanischer Marken. Eine Dreifache Mall in der Nähe der Flughafen in Miami größte Outlets-Mall mit Marken wie Banana Republic, Calvin Klein, Levi's, Diesel, Tommy Hilffert in V. A.

„Er ist einer der berühmtesten Strände der USA: Am kilometerlangen Sandstrand von Miami Beach tummeln sich in der Hochsaison Tausende Urlauber.“



804 SPRECHER FÜR DIE ZEIT

TIPPS



Informationen zu Greater Miami für LGBT-Urlauber gibt es auf der offiziellen Seite des Tourism- und Convention-Büros: www.visitmiami.com



Die Reise liegt typischerweise in einer deutschen Flughafen (z. B. München, Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Frankfurt) über Paris nach Miami. Zum Einsatz kommt nach dem Airbus A320 im März bis April eine Boeing 777 mit Economy, Premium Economy und Business Class: www.flyairline.de



Die für LGBT-freundliche Hotelkette Keynote gehörende Boutique-Resort **Keynote** liegt im Herzen von South Beach in einem historischen Art-Deco-Gebäude. Dank seiner von Florida-architektonischen und der Lage direkt am Strand ist das Hotel ideal für Wasser-sportler und Sonnenbäder. Top-Lager, Sonnenliegen, Handtücher, Cocktails und kleine Getränke zum Mittagessen am Strand ist dabei gratis. **Keynote Residences** 1717 Collins Avenue, Miami Beach www.keynote.com



Wer es ein wenig ruhiger mag, ist hier genau richtig. Im **El Tropic** gibt es ein Design-Resort mit Pool und barockem Interieur. Auch barocke Details sind im Hotel zu sehen. Es ist ein Ort, an dem die Stimmung erhaben ist. Zu sehen gibt es natürlich auch etwas. Auf der Karte finden sich Geschäfte wie Papaya-Design, Piazza mit schwimmendem Stoff, moderne South American sowie lokale Fisch, Fisch- und vegetarische Gerichte. **El Tropic** 1111 SW 1st Avenue, Miami www.eltropic.com



Nach der Zeit der weltberühmten Florida-Service-Week, ist das Hotel ein Wasser-geprägtes **Vitara Museum & Gardens** ein wahres Schmuckstück. Das 1916 fertiggestellte Museum wurde einst von dem Industriellen James C. Vitara erbaut und wurde inzwischen in die Liste der National Historic Landmarks aufgenommen. Viele Jahre lang fand hier zudem die legendäre White Party statt. www.vitara.org



Wer sich für die Kultur, Architektur und LGBT-freundliche Miami interessiert, sollte sich eine Führung von **George Nassy** anschauen. Der langjährige Vicepräsident der Kultur- und LGBT-Community des örtlichen Familienverbandes kann sich wie kaum ein anderer in Miami Beach aus und hat etliche Anketten mit einer neuen Verbindung mit einem Wasser über den Ozean von seiner Seite auf Lager. www.tourism.com

What will you remember?



The best gay men's resort in the world

Outing yourself is the ultimate 24-hour vacation. Relax and be treated well. Free drinks, daily meals, entertainment and more when you stay. Relax. Free Wi-Fi. Free parking. www.islandhouse.com

CERTIFICATE OF EXCELLENCE

island House
ISLANDHOUSEWEST.COM • 1 (800) 798-4284
1200 FLEMING STREET • KEY WEST
FRONT DESK@ISLANDHOUSEKEYWEST.COM



Ende Januar hat die „heterofreundliche“ Hotelkette Axel ihr neuestes Haus in Miami Beach eröffnet. Zentral gelegen, ist das Axelbeach Miami ein neuer Hotspot für schwule Florida-Urlauber.

Mit Hotels in Madrid, Barcelona, Berlin, New York, San Sebastián sowie auf Ibiza und Capri, ist die Axel-Gruppe die wohl bekannteste Marke von schwulen Hotels. Mit der Er-



öffnung des Axelbeach Miami ist die Kette nun ebenfalls auch in Nordamerika zu finden. Mit Miami wurde eine Stadt gewählt, die seit Jahren als beliebter Urlaubsort der LGBT-Community gilt. Nur einen Block vom Strand entfernt, liegt das Hotel im Herzen von South Beach und damit mitten im Art-Deco-District. Auch das Hotelgebäude selbst, eine Kopie von dem Namen Playhouse Hall, stammt aus der Zeit des Art Deco und verbindet das Geiste der amerikanischen Diktator.

Typisch South Beach

Das Hotel liegt nur einen Block vom Strand an der berühmten Collins Avenue und verfügt insgesamt über 180 Zimmer – alle ausgestattet mit Klimaanlage, WLAN, Fernseher, Kaffeemaschine, TV, Safe, Badzubehör, Slipper und kostenlosen Mitteln, die Miami typischer Atmosphäre und typischer South-Beach-Freizeit reflektieren.

Neben 120 Zimmern, die einen Blick auf die South-Beach-Sonne, haben Gäste die Wahl zwischen 23 Restaurants mit Gastroblick und 11 weiteren Zimmern mit Blick auf den Park. Einmal ist von Palmes umgeben und zugleich Standort der Sky Bar, dem idealen Ort für ein paar Cocktails.

Sport & Spa

Für Sport und Entspannung sorgen die im Hotel verfügbaren Sportplätze sowie das Spa mit Sauna. Ein idealer Ort, um sich nach einem Strand- oder Shopping-Tag mit einer Massage verwöhnen zu lassen. Zudem ist das Hotel mit einem Restaurant, der Terrasse an der Wandlung, einem Pool und drei weiteren Treffpunkten, um entspannte Nächte und Drinks zu genießen.

AxelBeach Miami
www.axelbeach.com

804 SPRECHER FÜR DIE ZEIT

**United
Kingdom**

The Daily Telegraph

HOTELSEEKER

Expert reviews of the world's great places to stay

UNITED STATES

My little Miami vice...

Rachel Cranshaw is in art deco heaven as she visits the hotels that evoke the glamour of the Twenties

To think of the skylines of America's big cities is to think of skyscrapers. From tourist attractions to financial districts, the American dream tends to be bound up in all that is neck-cracking – which is partly what makes Miami such a remarkable city architecturally. This cosmopolitan hub in south Florida, known affectionately as the capital of Latin America, has some high-rise buildings – but it's its art deco Historic District, preserved time capsule-like on the seashore of South Beach, that makes it so unique. The aesthetic allure of this area, which has the highest concentration of art deco architecture in the world, where bright, boxy low-rise buildings are bathed in sunshine and fringed with palm trees, is no accident. Miami Beach (officially established in 1915) was built as a holiday destination from the ashes of the Great Depression, and nowhere is this narrative more apparent than in its hotels.

A century after art deco's Twenties birth, I headed statewide to see for myself how 100 years of design had come to define Florida's coolest city. My first stop was the Art Deco Museum, home to the Miami Design Preservation League, which was established, a passionate and knowledgeable guide named Melissa explained to me, in 1976 by



activist Barbara Baer Capitman, in response to the threat posed by developers in the Seventies. As I was led around the district by Melissa, I quickly came to realise that Miami's art deco is not a singular style, but rather an amalgamation of influences and variations – from ornate Mediterranean revival (think decorative columns, wrought iron and cute courtyards) to blended Med deco and softer tropical deco (often incorporating flora and fauna). In the heat of the day, longing for the cool of the Atlantic Ocean just a block or so away, I marvelled at the prevalence of nautical deco, particularly in hotels; hulking curved, usually white, buildings (The Alton is a particularly salient example) designed to look like ships in a simulation of the status and

affluence equated with the very earliest days of cruising. I stayed at one of the Design League's first projects – and one of Miami Beach's first hotels – the Cardozo South Beach, designed in 1939 by Henry Hobson, one of the principal architects of South Beach Deco along with I. Murray Dixon, set on Ocean Drive. It was bought by Gloria and Emilio Estefan in the early Nineties; Miami was a somewhat different city then, still reeling from the race riots of the Eighties, and in the early days of a renaissance that saw Gianni Versace move into his Mediterranean revival mansion just a few minutes' walk down the road. In 2020, I found it fresh from a \$15 million (£11.5 million) four-year refurb that has elevated its interiors to a sleek, contemporary all-white aesthetic while still letting the building's heritage do the talking.

Marble and gold accents give a contemporary taste of the elegance art deco has always aspired to offer. The small, leafy garden terrace has daybeds that offer a perfect vantage point for admiring the property's keystone trim, one of its more subtle historic design details, while on the ground floor a series of framed artefacts, from photographs in a bill dated 1947, offer fascinating insight to the hotel's early years. I spoke to Emilio Estefan about his

and Gloria's love for the Cardozo, which began for her as a child on family trips to the beach (apparently she once proclaimed that one day she "was going to buy that hotel"), and continued into adulthood, when the couple would go jogging along the front and lament the state of disrepair it had fallen into.

The legalities of renovating a historic building such as this has its challenges, Emilio explained, from maintaining original floors to sourcing that same keystone used on the exterior. But despite the money and patience required, they feel lucky to be able to make such a contribution: "It's wonderful to be able to give back."

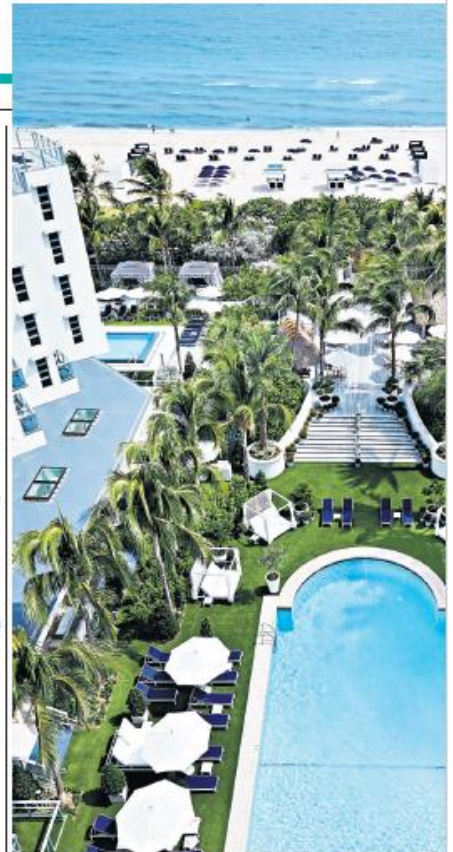
The introduction of genuine luxury to Miami's art deco hotel scene is something of a retrospective completion of what originally existed mainly as reproduction – for while art deco tends to conjure images of the opulence associated with arguably the best known literary work of that era, *The Great Gatsby*, its rapid proliferation in Miami took place largely amid the bust of the Thirties.

With the boom of the Roaring Twenties long gone, and economies desperate to recover, hotels were built fast and cheap: faux marble, glass block, and even the terrazzo floors of hotels such as the Essex House; many of what have come to be regarded as signature tropes were designed as such at least in part to keep costs down.

The reopening of the Cardozo is part of a new revival wave of Miami's art deco greats, with the Thirties Lennox hotel also back in business from 2019 after a nine-year hiatus and \$71 million investment, and the Greystone set to reopen imminently. The Forties Raleigh and its pool – dubbed the most beautiful in America by *Life* magazine in 1947 – is also in the midst of a major makeover. The Raleigh is located a little further up from the Historic District; those early three-storey hotels (because any building higher than that was required to have a lift, which was expensive), gave way to taller properties that arrived slightly later, such as the Delano, built in 1947, when larger, flashier resort-style hotels were becoming in demand. I stayed at one of these, Mid Beach's Cadillac Hotel &



MODERN LIVING
The Cardozo from outside, above, and within, left



RETURN TO STYENDOUR
The Cadillac Hotel & Beach Club has benefited from a \$47 million revamp

Bright, boxy low-rise buildings are bathed in sunshine

Beach Club, which towers resplendent after a \$47 million revamp in 2018, its interiors now reminiscent of the European Riviera-chic that was so aspirational during the Golden Age of Hollywood: think curved lines and tones of blue and grey against a backdrop of sky, sea and a vast, impressively landscaped pool area. Hollywood arrived in Miami eventually, and 1959 saw the release of *A Hole in the Head*, featuring Frank Sinatra and filmed at the Cardozo. As I lay amid the Cadillac's striped cabanas, this cementing of allure seemed a fitting reward for a city which, by



THE SUNDAY TIMES

6 February 2, 2020 The Sunday Times

Travel America special

TOUCH DOWN IN MIAMI

It's been a game-changing few years for the host city of tonight's Super Bowl. Jonathan Thompson looks at the best new openings

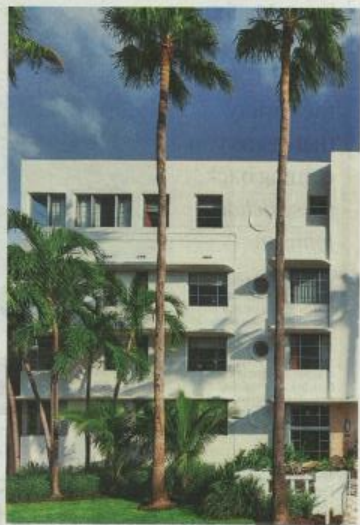
An estimated 100 million viewers will tune in to watch the San Francisco 49ers do battle with the Kansas City Chiefs in tonight's Super Bowl – the biggest event on the American sporting calendar. It's almost as prestigious to host the ultimate gridiron contest as it is to win it, with cities throughout America locked in an eternal battle to stage the biggest ball game of

them all (not to mention its moneyspinning half-time show, which this year features Jennifer Lopez and Shakira). It's something of a coup, then, for Miami to get the Super Bowl back for the first time in a decade, thanks in part to a stadium renovation that cost upwards of \$4.2bn. And that's not the only big investment that's been taking place in Florida's art deco-embellished southernmost metropolis.

The Magic City has plenty to offer in 2020, from big-name hotel openings to innovative new restaurants and resurgent neighbourhoods. Oh, and Becks is on his way. The most ambitious project of them all – the \$1bn expansion of the Design District – is now finished, with the new Institute of Contemporary Art museum (free), the quirky Nine Owl Theater, scores of shops, boutiques and showrooms, and Swan, the A-list restaurant of the year from the rapper and producer Pharrell Williams. One way or another, there's far more to this Latin-infused beachfront city than designer swimwear and juicy umbrellas drinks. And we have the lowdown for you. As the great Will Smith once sang: "Welcome to Miami..."

BEACH HOTEL BOOM

The star of this subtropical show remains telegenic Miami



SEABOURN®

THE BEST WAY TO SEE EUROPE

IS WITH THE BEST AT SEA

WITH INCLUDED BUSINESS CLASS AIR AND MORE ON SELECTED 2020 CRUISES

7-NIGHT FLY/CRUISE FROM \$2,999pp

Seabourn is a world of all-inclusive, all-suite ultra-luxury, where space is generous and crowds are few; where names and wine orders are remembered, preferences noted, and wishes granted before they are spoken. A concept designed around an intimate boutique hotel, which combines visits to marquee cities with hidden gems.

BOOK BY 28/02/2020 AND YOU MAY RECEIVE:

- Included Business Class Air
- Complimentary Suite Upgrades
- Up to 600 Mbit/s internet package
- Up to 15% savings on Combination Cruises
- Book a Penthouse or Premium Suite and you may receive up to \$2,000 per suite onboard spend & Unlimited Internet.

SPECIAL EUROPE AIR OFFER INCLUDES:

Round-trip Business Class Air
Complimentary transfers between airport and ship

6-NIGHT IBERIA SPANISH

8 May 2020 | SEABOURN GUEST
Barcelona, Ibiza, Toulon, Monte Carlo, Ajaccio (Corsica), Portofino (Etel), Civitavecchia (Rome)

14-NIGHT MEDITERRANEAN & NORTHERN EUROPE

2 May 2020 | SEABOURN Ovation
Barcelona, Palma de Mallorca, Valencia, Sagunto, Toulon, Portofino, Portovenere, La Spezia, Pisa, Livorno, Florence

14-NIGHT MEDITERRANEAN & NORTHERN EUROPE

5 May 2020 | SEABOURN GUEST
Barcelona, Palma de Mallorca, Valencia, Sagunto, Toulon, Portofino, Portovenere, La Spezia, Pisa, Livorno, Florence

10-NIGHT ISLAND, SOUTH CAPE & NORTHERN EUROPE

29 Jun 2020 | SEABOURN Ovation
Reykjavik, Pontaferosa, Aarhus, Siglufjordur, Tromsø, Stockholm, Narvik, Honningsvåg (Norway), along North Cape, Alta, Sostund (Nestor), Bodø, Skagsholm, Styvsholm, Reykjavik

7-NIGHT BY THE BALTIC & THE BALTIC

27 Jun 2020 | SEABOURN GUEST
Stockholm, Tallinn, St Petersburg (2 nights), Helsinki, Riga, Copenhagen

7-NIGHT ALLUREN, ITALY & NORTHERN EUROPE

23 May 2020 | SEABOURN ENDORE
Rome (Civitavecchia), Livorno (Florence/Pisa), Portofino, Sanoli, Sella, Palermo, Palma de Mallorca, Barcelona

11-NIGHT SPANISH & IBERIAN

1 Aug 2020 | SEABOURN ENDORE
Barcelona, Valencia, Cadiz (Cádiz), Portofino, Tànger, Almorai, Granada, Malaga (Cádiz), Maracón, Cartagena (Múrcia), Cavañal (Murcia), Monte Carlo

FOR THESE AND MORE OFFERS CONTACT YOUR TRAVEL ADVISOR OR SEABOURN RECEPTIONS ON 02044 339 8617 WWW.SEABOURN.COM

THE SEABOURN ALL-INCLUSIVE DIFFERENCE

- Intimate ships with a private club atmosphere
- Intimate personalized service provided by staff passionate about exceeding guests' expectations
- All ocean-front suites, luxuriously appointed
- Complimentary premium spirits and fine wines available on board at all times
- Welcome Champagne and complimentary in-suite bar stocked with your preferences
- Tipping is neither required, nor expected
- World-class dining, further enhanced through a culinary partnership with chef Thomas Keller
- All dining venues are complimentary, dine when, where and with whom you wish

Special & Conditions: All travel via Q&Q per Seabourn. Some sea days are subject to weather conditions. It is the responsibility of the guest to book in advance of the departure date. The cruise is subject to change without notice. The cruise is subject to change without notice. The cruise is subject to change without notice. The cruise is subject to change without notice.

The Daily Telegraph

3 February 2020

The Telegraph

The Art Deco hotels of Miami Beach: How a century of design came to define Florida's coolest city



Save 1



The Cardozo was one of Miami Beach's first hotels, designed in 1939 by Henry Hohaus, one of the principal architects of South Beach Deco along with L Murray Dixon, set on Ocean Drive. CREDIT: MAURIZIO LEONI/AMBIENTES VISUALES SAS



Why New Zealand is probably the world's most diverse holiday destination

From stunning glaciers to white sandy beaches and buz... [Read more](#)

Sponsored

Follow

By **Rachel Cranshaw**, SENIOR CONTENT EDITOR

3 FEBRUARY 2020 • 4:10PM

To think of the skylines of America's big cities is to think of skyscrapers. From tourist attractions to financial districts, the American dream tends to be bound up in all that is neck-cracking – which is partly what makes Miami such a remarkable city architecturally.

This cosmopolitan hub in south Florida, known affectionately as the capital of Latin America, has some high-rise buildings – but it's its art deco Historic District, preserved time capsule-like on the seafront of South Beach, that makes it so unique.

The aesthetic allure of this area, which has the highest concentration of art deco architecture in the world, where bright, boxy low-rise buildings are bathed in sunshine and fringed with palm trees, is no accident. Miami Beach (officially established in 1915) was built as a holiday destination from the ashes of the Great Depression, and nowhere is this narrative more apparent than in its hotels.

A century after art deco's Twenties birth, I headed stateside to see for myself how 100 years of design had come to define Florida's coolest city.



Mid Beach's Cadillac Hotel & Beach Club towers resplendent after a \$47 million revamp in 2018, and features a vast, impressively landscaped pool area

My first stop was the Art Deco Museum, home to the Miami Design Preservation League, which was established, a passionate and knowledgeable guide named Melissa explained to me, in 1976 by activist Barbara Baer Capitman, in response to the threat posed by developers in the Seventies.

As I was led around the district by Melissa, I quickly came to realise that Miami's art deco is not a singular style, but rather an amalgamation of influences and variations – from ornate Mediterranean revival (think decorative columns, wrought iron and cute courtyards) to blended Med deco and softer tropical deco (often incorporating flora and fauna). In the heat of the day, longing for the cool of the Atlantic Ocean just a block or so away, I marvelled at the prevalence of nautical deco, particularly in hotels; hulking curved, usually white, buildings (The Albion is a particularly salient example) designed to look like ships in a simulation of the status and affluence equated with the very earliest days of cruising.



The Cardozo's small, leafy garden terrace has daybeds that offer a perfect vantage point for admiring the property's keystone trim CREDIT: MAURIZIO LEONI/AMBIENTES VISUALES SAS

I stayed at one of the Design League's first projects – and one of Miami Beach's first hotels – the Cardozo South Beach, designed in 1939 by Henry Hohauser, one of the principal architects of South Beach Deco along with L Murray Dixon, set on Ocean Drive. It was bought by Gloria and Emilio Estefan in the early Nineties; Miami was a somewhat different city then; still reeling from the race riots of the Eighties, and in the early days of a renaissance that saw Gianni Versace move into his Mediterranean revival mansion just a few minutes' walk down the road.

In 2020, I found it fresh from a \$15 million (£11.5 million), four-year refurb that has elevated its interiors to a sleek, contemporary all-white aesthetic while still letting the building's heritage do the talking. Marble and gold accents give a contemporary taste of the elegance art deco has always aspired to offer. The small, leafy garden terrace has daybeds that offer a perfect vantage point for admiring the property's keystone trim, one of its more subtle historic design details, while on the ground floor a series of framed artefacts, from photographs to a bill dated 1947, offer fascinating insight to the hotel's early years.



Today the Cardozo is fresh from a refurb that has elevated its interiors to a sleek, contemporary all-white aesthetic while still letting the building's heritage do the talking CREDIT: MAURIZIO LEONI/AMBIENTES VISUALES SAS

I spoke to Emilio Estefan about his and Gloria's love for the Cardozo, which began for her as a child on family trips to the beach (apparently she once proclaimed that one day she "was going to buy that hotel"), and continued into adulthood, when the couple would go jogging along the front and lament the state of disrepair it had fallen into.

The legalities of renovating a historic building such as this has its challenges, Emilio explained, from maintaining original floors to sourcing that same keystone used on the exterior. But despite the money and patience required, they feel lucky to be able to make such a contribution: "It's wonderful to be able to give back."



Interiors at the Cadillac are reminiscent of the European Riviera-chic that was so aspirational during the Golden Age of Hollywood CREDIT: JAMES BAIGRIE

The introduction of genuine luxury to Miami's art deco hotel scene is something of a retrospective completion of what originally existed mainly as reproduction – for while art deco tends to conjure images of the opulence associated with arguably the best known literary work of that era, *The Great Gatsby*, its rapid proliferation in Miami took place largely amid the bust of the Thirties.

With the boom of the Roaring Twenties long gone, and economies desperate to recover, hotels were built fast and cheap: faux marble, glass block, and even the terrazzo floors of hotels such as the Essex House; many of what have come to be regarded as signature tropes were designed as such at least in part to keep costs down.



The Cadillac's rooms feature curved lines and tones of blue and grey against a backdrop of sky and sea

The reopening of the Cardozo is part of a new revival wave of Miami's art deco greats, with the Thirties Lennox hotel also back in business from 2019 after a nine-year hiatus and \$71 million investment, and the Greystone set to reopen imminently. The Forties Raleigh and its pool – dubbed the most beautiful in America by *Life* magazine in 1947 – is also in the midst of a major makeover.

The Raleigh is located a little further up from the Historic District; those early three-storey hotels (because any building higher than that was required to have a lift, which was expensive), give way to taller properties that arrived slightly later, such as the Delano, built in 1947, when larger, flashier resort-style hotels were becoming in demand. I stayed at one of these, Mid Beach's Cadillac Hotel & Beach Club, which towers resplendent after a \$47 million revamp in 2018, its interiors now reminiscent of the European Riviera-chic that was so aspirational during the Golden Age of Hollywood: think curved lines and tones of blue and grey against a backdrop of sky, sea and a vast, impressively landscaped pool area.

Hollywood arrived in Miami eventually, and 1959 saw the release of *A Hole in the Head*, featuring Frank Sinatra and filmed at the Cardozo. As I lay amid the Cadillac's striped cabanas, this cementing of allure seemed a fitting reward for a city which, by design, had courted glamour and promoted escapism since its inception. The current restoration resurgence will, I hope, ensure the buildings that make Miami Beach what it is evolve, just like the city around them.

Virgin Atlantic flies to Miami from London Heathrow twice daily from £295 return. The Miami Design Preservation League runs art deco walking tours daily at 10.30am (\$30). Doubles at Cardozo South Beach from \$299; and from \$309 at the Cadillac.

Explore the magic of Miami

New low-cost flights make it possible to explore this iconic American city in a few days, says Ryan Hooper

DEEP in concentration, competitors glide their weathered hands across the table like experienced croupiers. The place is near-silent but for the gentle, methodical clack-clack-clacking of domino tiles on small plastic tables, and murmurs from elderly observers.

And then - crash. A triumphant player rises, carefully but purposefully, to his feet, while dejected competitors slump further back into their fixed-to-the-floor green metal chairs.

The temperature is a balmy 22C, though many of the locals are wearing jackets, and there's not a mobile telephone, computer or tablet in sight.

Welcome to Domino Park - a slice of 1960s Cuba in the heart of 2019 Miami, where time appears to stand still.

"A tropical storm could pass by here and they would still be playing," says tour guide Marie Perea, a naturalised Miamian who can barely take two steps through the streets of so-called Little Havana without embracing someone she knows.

A cultural mix of the two Americas, where road signs often appear in Spanish and English, Miami is a city proud of its past and excited about the future. Its story is told through the laudable architecture, close-knit communities and a reverence for art and design.

New flights from low-cost airline Norwegian make a long weekend break financially feasible (from £159.90 one way; £275 return), and

convenient flight times mean tourists can leave London on Friday mid-morning and enjoy two full days and nights in Miami, before arriving back at Gatwick at dawn on Monday So, I'm on a mission to see if it's possible to pack multiple decades into just a few days.

Little Havana: the Fifties fiesta
Once nothing more than a thoroughfare, Calle Ocho (158 SW 8th Street) - the heart of Little Havana - is a now popular tourist destination. Here, the locals, who are largely of Latin American descent thanks to the arrival of tens of thousands of Cubans during the revolution years of the Fifties and Sixties, mix with

visitors eager to take a step back in time.

There is an evergreen feeling to Little Havana. The octogenarian plodding opportunistically along the streets selling cones full of peanuts for a dollar has been doing so for decades, despite an apparent turf war with an entrepreneurial rival.

Along the way at El Exquisito (elquisitomiami.com), we stop for a classic Cuban sandwich - slow-cooked pork, marinated in citrus juices, garlic, bell peppers and onion for two days, served with Swiss cheese, mustard, pickles and wedged between two slices of Cuban bread.

South Beach: The art deco masterpiece
South Beach is perhaps the best-known destination at the base

of sunshine state Florida, with

nearly three miles of golden sands bordering the Atlantic Ocean.

Its fine grains, warm waters and Instagram-ready lifeguard towers make it a haven for beach bums, fitness fanatics and artists, many eager to spot a famous face.

Perhaps the most famous landmark of all, however, is Casa Casuarina, built in 1930. Also known as the Versace Mansion, home to tragic designer Gianni until his assassination in 1997. Now a luxury hotel and restaurant, the sprawling beachside building stands out among the scores of art deco buildings across South Beach. In fact, the area is a real Mecca for those with an eye for the distinctive architectural style.

Strict planning regulations since the 1970s mean buildings seldom stand taller than three storeys - as to do so would require expensive lifts being installed. Development is allowed, but it must not be seen from street level on the opposite side of the road. Trademark features such as the "eyebrows" (decorative ledges) over windows, neon signage, and soft pastel trim can be found at almost every turn.

Not that South Beach is stuck in the past.

Our hotel, The Lennox, originally opened in 1936 as the opulent Peter Miller Hotel. But it lost its way, and by 2010 it was abandoned. A three-year, £53 million (USD 70 million) renovation was completed in summer 2019, retaining many of its original art deco features. But

perhaps its greatest drawcard is its two-minute walk to South Beach.

Wynwood: The next big thing

Further inland, around 25 minutes in a cab, the cultural district of Wynwood is regarded as Miami's next big development opportunity.

A sprawling network of murals, breweries, and multi-purpose tower blocks make it the city's equivalent of London's Shoreditch.

Back in Miami Beach, the recently-opened Time Out Market Miami (timeoutmarket.com/miami) is among the new eateries opening in this part of Florida.

It offers 17 pop-up versions of Miami's best cuisine.

Vietnamese pho, Cuban ice cream, and locally caught oysters are sold alongside mouth-watering burgers and fine steaks.

Planning your trip

■ Rooms at EAST, Miami (east-miami.com) start from £230 (\$299) per night. Rooms at The Lennox Hotel (lennoxmiami.com) start from £175 (\$225) per night.

■ Norwegian (norwegian.com/uk; 0330 828 0854) operates a non-stop flight from London Gatwick to Miami, operated by a fleet of brand new Boeing 787 Dreamliner aircraft. Fares start from £159.90 one-way and £275 return in LowFare economy, and from £499 one-way and £940 return in Premium.



The Lennox Hotel in Miami. Pic: PA Photo/Lennox



Calle Ocho in Little Havana. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



The Sugar cocktail bar at East Miami. Pic: PA Photo/East



A game at Domino Park. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



Cumbria **LIVE**

The travel page



Calle Ocho in Little Havana. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



The Sugar cocktail bar at East Miami. Pic: PA Photo/East



South Beach in Miami. Pic: PA Photo/iStock

Explore the magic of Miami

New low-cost flights make it possible to explore this iconic American city in a few days, says Ryan Hooper

DEEP in concentration, competitors glide their weathered hands across the table like experienced crocheters. The place is near-silent but for the gentle, methodical clack-clack-clacking of domino tiles on small plastic tables, and murmurs from elderly observers. And then - crash. A triumphant player rises, carefully but purposefully, to his feet, while dejected competitors slump further back into their fixed-to-the-floor green metal chairs.

The temperature is a balmy 28C, though many of the locals are wearing jackets, and there's not a mobile telephone, computer or tablet in sight.

Welcome to Domino Park - a slice of 1960s Cuba in the heart of 2019 Miami, where time appears to stand still.

"A tropical storm could pass by here and they would still be playing," says tour guide Marie Peron, a naturalised Miamian who can hardly take two steps through the streets of so-called Little Havana without embracing someone she knows.

A cultural mix of the two Americas, where road signs often appear in Spanish and English, Miami is a city proud of its past and excited about the future. Its story is told through the splendid architecture, close-knit communities and a reverence for art and design.



A game at Domino Park. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



Extraordinary graffiti at Wynwood Walls in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

New flights from low-cost airline Norwegian make a long weekend break financially feasible (from £128.90 one way, £275 return), and convenient flight times mean tourists can leave London on Friday mid-morning and enjoy two full days and nights in Miami, before arriving back at Gatwick at dawn on Monday. So, I'm on a mission to see if it's possible to pack multiple decades into just a few days.

Little Havana: the Fifties fiesta
Once nothing more than a thoroughfare, Calle Ocho (138 SW 8th Street) - the heart of Little Havana - is a now popular tourist destination. Here, the locals, who are largely of Latin American descent thanks to the arrival of tens of thousands of Cubans during the revolution years of the Fifties and Sixties, mix with

visitors eager to take a step back in time.

There is an evergreen feeling to Little Havana. The octogenarian plodding opportunists along the streets selling cones full of peanuts for a dollar has been doing so for decades, despite an apparent turf war with an entrepreneurial rival.

Along the way at El Exquisito (el.exquisito@miami.com), we stop for a classic Cuban sandwich - slow-cooked pork, marinated in citrus juices, garlic, bell peppers and onion for two days, served with Swiss cheese, mustard, pickles and a pat wedged between two slices of Cuban bread.

South Beach: The art deco masterpiece

South Beach is perhaps the best-known destination at the base of sunshine state Florida, with

nearly three miles of golden sands bordering the Atlantic Ocean.

Its fine grains, warm waters and Instagram-ready lifeguard towers make it a haven for beach bums, fitness fanatics and artists, many eager to spot a famous face.

Perhaps the most famous landmark of all, however, is Casa Casuarina, built in 1930. Also known as the Versace Mansion, home to tragic designer Gianni until his assassination in 1987. Now a luxury hotel and restaurant, the sprawling beachside building stands out among the scores of art deco buildings across South Beach.

In fact, the area is a real Mecca for those with an eye for the distinctive architectural style. Strict planning regulations since the 1970s mean buildings seldom stand taller than three storeys, as to do so would require expensive lifts being installed. Development is allowed, but it must not be seen from a street level on the opposite side of the road. Trademark features such as the "eyebrows" (decorative ledges) over windows, neon signage, and soft pastel trim can be found at almost every turn. Not that South Beach is stuck in the past.

Our hotel, The Lennox, originally opened in 1936 as the opulent Peter Miller Hotel. But it lost its way a bit by 2010 it was abandoned. A three-year, £28 million (USD 70 million) renovation was completed in summer 2019, retaining many of its original art deco features. But



The Lennox Hotel in Miami. Pic: PA Photo/Lennox



Ryan Hooper enjoys a cocktail at the Time Out in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

Planning your trip

- Rooms at EAST, Miami (eastmiami.com) start from £230 (\$299) per night. Rooms at The Lennox Hotel (lennoxmiami.com) start from £175 (\$225) per night.
- Norwegian (norwegian.com/uk; 0330 828 0854) operates a non-stop flight from London Gatwick to Miami, operated by a fleet of brand new Boeing 787 Dreamliner aircraft. Fares start from £159.90 one-way and £275 return in LowFare economy, and from £499 one-way and £940 return in Premium.

perhaps its greatest draw card is its two-minute walk to South Beach.

Wynwood: The next big thing
Further inland, around 25 minutes in a cab, the cultural district of Wynwood is regarded as Miami's next big development opportunity. A sprawling network of murals, breweries, and multi-purpose tower blocks make it the city's equivalent of London's Shoreditch.

Back in Miami Beach, the recently opened Prime Out Market Miami (timeoutmarket.com/miami) is among the new on-trends opening in the part of Florida.

It offers 17 pop-up versions of Miami's best cuisine. Vietnamese pho, Cuban ice cream, and locally caught oysters are sold alongside mouth-watering burgers and fine steaks.

Witney Gazette

TRAVEL



Calle Ocho in Little Havana. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



The Sugar cocktail bar at East Miami. Pic: PA Photo/East



South Beach in Miami. Pic: PA Photo/Stock

Explore the magic of Miami

New low-cost flights make it possible to explore this iconic American city in a few days, says Ryan Hooper

DEEP in concentration, competitors glide their weathered hands across the table like experienced crocheters. The place is near-silent but for the gentle, methodical clack-clack-clacking of domino tiles on small plastic tables, and murmurs from elderly observers. And then - crash. A triumphant player rises, carefully but purposefully, to his feet, while dejected competitors slump further back into their fixed-to-the-floor green metal chairs.

The temperature is a balmy 22C, though many of the locals are wearing jackets, and there's not a mobile telephone, computer or tablet in sight.

Welcome to Domino Park - a slice of 1960s Cuba in the heart of 2019 Miami, where time appears to stand still.

"A tropical storm could pass by here and they would still be playing," says tour guide Marie Peres, a naturalised Miamiian who can barely take two steps through the streets of so-called Little Havana without embracing someone she knows.

A cultural mix of the two Americas, where road signs often appear in Spanish and English, Miami is a city proud of its past and excited about the future. Its story is told through the laudable architecture, close-knit communities and a reverence for art and design.



Extraordinary graffiti at Wynwood Walls in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

New flights from low-cost airline Norwegian makes a long weekend break financially feasible (from £159.90 one way; £276 return), and convenient flight times mean tourists can leave London on Friday mid-morning and enjoy two full days and nights in Miami, before arriving back at Gatwick at dawn on Monday 30. I'm on a mission to see if it's possible to pack multiple decades into just a few days.

Little Havana: the Fifties fiesta Once nothing more than a thoroughfare, Calle Ocho (158 SW 8th Street) - the heart of Little Havana - is a now popular tourist destination. Here, the locals, who are largely of Latin American descent thanks to the arrival of tens of thousands of Cubans during the revolution years of the Fifties and Sixties, mix with

visitors eager to take a step back in time.

There is an evergreen feeling to Little Havana. The octogenarian plodding opportunistic along the streets sailing cones full of peanuts for a dollar has been doing so for decades, despite an apparent turf war with an entrepreneurial rival.

Along the way at El Exquisito (elxquisito@miami.com), we stop for a classic Cuban sandwich - slow-cooked pork, marinated in citrus juices, garlic, bell peppers and onion for two days, served with Swiss cheese, mustard, pickles and wedged between two slices of Cuban bread.

South Beach: The art deco masterpiece

South Beach is perhaps the best-known destination at the base of sunshine state Florida, with

nearly three miles of golden sands bordering the Atlantic Ocean. Its fine grains, warm waters and Instagram-ready lifeguard towers make it a haven for beach bums, fitness fanatics and artists, many eager to spot a famous face.

Perhaps the most famous landmark of all, however, is Casa Casuarina, built in 1930. Also known as the Versace Mansion, home to tragic designer Gianni until his assassination in 1997. Now a luxury hotel and restaurant, the sprawling beachside building stands out among the scores of art deco buildings across South Beach.

In fact, the area is a road Mecca for those with an eye for the distinctive architectural style. Strict planning regulations since the 1970s mean buildings seldom stand taller than three storeys - as to do so would require expensive lifts being installed. Development is allowed, but it must not be seen from street level on the opposite side of the road. Trademark features such as the "eyebrows" (decorative ledges) over windows, neon signage, and soft pastel trim can be found at almost every turn. Not that South Beach is stuck in the past.

Our hotel, The Lennox, originally opened in 1936 as the opulent Peter Miller Hotel. But it lost its way, and by 2010 it was abandoned. A three-year, £3 million (USD 70 million) renovation was completed in summer 2019, retaining many of its original art deco features. But



Ryan Hooper enjoys a cocktail at the Time Out in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

Planning your trip

- Rooms at EAST, Miami (east-miami.com) start from £230 (\$299) per night. Rooms at The Lennox Hotel (lennoxmiami.com) start from £175 (\$225) per night.
- Norwegian (norwegian.com/uk; 0330-828-0854) operates a non-stop flight from London Gatwick to Miami, operated by a fleet of brand new Boeing 787 Dreamliner aircraft. Fares start from £159.90 one-way and £275 return in LowFare economy, and from £499 one-way and £940 return in Premium.

perhaps its greatest drawcard is its two-minute walk to South Beach.

Wynwood: The next big thing Further inland, around 25 minutes in a cab, the cultural district of Wynwood is regarded as Miami's next big development opportunity. A sprawling network of murals, breweries, and multi-purpose tower blocks make it the city's equivalent of London's Shoreditch.

Back in Miami Beach, the recently-opened Time Out Market Miami (timeoutmarket.com/miami) is among the new eateries opening in this part of Florida. It offers 17 pop-up versions of Miami's best cuisine.

Vietnamese pho, Cuban ice cream, and locally caught oysters are sold alongside mouth-watering burgers and fine steaks.



A game at Domino Park. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



The Lennox Hotel in Miami. Pic: PA Photo/Lennox

The Westmorland Gazette



Calle Ocho in Little Havana. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



The Sugar cocktail bar at East Miami. Pic: PA Photo/East



South Beach in Miami. Pic: PA Photo/iStock

Explore the magic of Miami

New low-cost flights make it possible to explore this iconic American city in a few days, says Ryan Hooper

DEEP in concentration, competitors glide their weathered hands across the table like experienced croupiers. The place is near-silent but for the gentle, methodical clack-clack-clacking of domino tiles on small plastic tables, and murmurs from elderly observers. And then - crash. A triumphant player rises, carefully but purposefully to his feet, while dejected competitors slump further back into their fixed-to-the-floor green metal chairs.

The temperature is a balmy 22C, though many of the locals are wearing jackets, and there's not a mobile telephone, computer or tablet in sight.

Welcome to Domino Park - a slice of 1960s Cuba in the heart of 2019 Miami, where time appears to stand still.

"A tropical storm could pass by here and they would still be playing," says tour guide Marie Perera, a naturalised Miamian who can barely take two steps through the streets of so-called Little Havana without embracing someone she knows.

A cultural mix of the two Americas, where road signs often appear in Spanish and English, Miami is a city proud of its past and excited about the future. Its story is told through the laudable architecture, close-knit communities and a reverence for art and design.



Extraordinary graffiti at Wynwood Walls in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

New flights from low-cost airline Norwegian make a long weekend break financially feasible (from £189.90 one way, £275 return), and convenient flight times mean tourists can leave London on Friday mid-morning and enjoy two full days and nights in Miami, before arriving back at Gatwick at dawn on Monday. So, I'm on a mission to see if it's possible to pack multiple decades into just a few days.

Little Havana: the Fifties floots

Once nothing more than a thoroughfare, Calle Ocho (138 SW 8th Street) - the heart of Little Havana - is a now popular tourist destination. Here, the locals, who are largely of Latin American descent thanks to the arrival of tens of thousands of Cubans during the revolution years of the Fifties and Sixties, mix with

visitors eager to take a step back in time.

There is an evergreen feeling to Little Havana. The octogenarian plodding opportunist along the streets selling cones full of peanuts for a dollar has been doing so for decades, despite an apparent turf war with an entrepreneurial rival.

Along the way at El Exquisito (elxquisitomiami.com), we stop for a classic Cuban sandwich - slow-cooked pork, marinated in citrus juices, garlic, bell peppers and onion for two days, served with Swiss cheese, mustard, pickles and wedged between two slices of Cuban bread.

South Beach: The art deco masterpiece

South Beach is perhaps the best-known destination at the base of sunshine state Florida, with

nearly three miles of golden sands bordering the Atlantic Ocean.

Its fine grains, warm waters and Instagram-ready lifeguard towers make it a haven for beach bums, fitness fanatics and artists, many eager to spot a famous face.

Perhaps the most famous landmark of all, however, is Casa Casuarina, built in 1880. Also known as the Versace Mansion, home to tragic designer Gianni until his assassination in 1997. Now a luxury hotel and restaurant, the sprawling beachside building stands out among the scores of art deco buildings across South Beach.

In fact, the area is a real Mecca for those with an eye for the distinctive architectural style.

Strict planning regulations since the 1970s mean buildings seldom stand taller than three storeys - as to do so would require expensive lifts being installed. Development is allowed, but it must not be seen from street level on the opposite side of the road. Trademark features such as the "eyebrows" (decorative ledges) over windows, neon signage, and soft pastel trim can be found at almost every turn.

Not that South Beach is stuck in the past.

Our hotel, The Lennox, originally opened in 1936 as the opulent Peter Miller Hotel. But it lost its way, and by 2010 it was abandoned. A three-year, £36 million (US \$70 million) renovation was completed in summer 2019, retaining many of its original art deco features. But



Ryan Hooper enjoys a cocktail at the Time Out in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

Planning your trip

■ Rooms at EAST, Miami (east-miami.com) start from £230 (\$299) per night. Rooms at The Lennox Hotel (lennoxmiamibeach.com) start from £175 (\$225) per night.

■ Norwegian (norwegian.com/uk; 0330 828 0854) operates a non-stop flight from London Gatwick to Miami, operated by a fleet of brand new Boeing 787 Dreamliner aircraft. Fares start from £159.90 one-way and £275 return in LowFare economy, and from £499 one-way and £940 return in Premium.

perhaps its greatest drawcard is its two-minute walk to South Beach.

Wynwood: The next big thing Further inland, around 25 minutes in a cab, the cultural district of Wynwood is regarded as Miami's next big development opportunity.

A sprawling network of murals, breweries, and multi-purpose tower blocks make it the city's equivalent of London's Shoreditch.

Back in Miami Beach, the recently-opened Time Out Market Miami (timeoutmarket.com/miami) is among the new eateries opening in this part of Florida.

It offers 17 pop-up vendors of Miami's best cuisine.

Vietnamese pho, Cuban ice cream, and locally caught oysters are sold along with mouth-watering burgers and fine steaks.



A game at Domino Park. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



The Lennox Hotel in Miami. Pic: PA Photo/Lennox

Workington Times and Star

7 February 2020

Times & Star



Calle Ocho in Little Havana. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



The Sugar cocktail bar at East Miami. Pic: PA Photo/East



South Beach in Miami. Pic: PA Photo/iStock

Explore the magic of Miami

New low-cost flights make it possible to explore this iconic American city in a few days, says Ryan Hooper

DEEP in concentration, competitors glide their weathered hands across the table like experienced croupiers. The place is near-silent but for the gentle, methodical clack-clack-clacking of domino tiles on small plastic tables, and murmurs from elderly observers. And then... crash. A triumphant player rises, carefully but purposefully to his feet, while dejected competitors slump further back into their fixed-to-the-floor green metal chairs.

The temperature is a balmy 22C, though many of the locals are wearing jackets, and there's not a mobile telephone, computer or tablet in sight.

Welcome to Domino Park - a slice of 1960s Cuba in the heart of 2019 Miami, where time appears to stand still.

"A tropical storm could pass by here and they would still be playing," says tour guide Marie Peron, a naturalised Miamian who can barely take two steps through the streets of so-called Little Havana without embracing someone she knows.

A cultural mix of the two Americas, where road signs often appear in Spanish and English, Miami is a city proud of its past and excited about the future. Its story is told through the laudable architecture, close-knit communities and a reverence for art and design.



A game at Domino Park. Pic: PA Photo/Ryan Hooper



Extraordinary graffiti at Wynwood Walls in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

New flights from low-cost airline Norwegian make a long weekend break financially feasible (from £139.99 one way, £275 return), and convenient flight times mean tourists can leave London on Friday mid-morning and enjoy two full days and nights in Miami, before arriving back at Gatwick at dawn on Monday. So, I'm on a mission to see if it's possible to pack multiple decades into just a few days.

Little Havana: the Fifties fiesta
Once nothing more than a thoroughfare, Calle Ocho (158 SW 8th Street) - the heart of Little Havana - is a now popular tourist destination. Here, the locals, who are largely of Latin American descent thanks to the arrival of tens of thousands of Cubans during the revolution years of the Fifties and Sixties, mix with

visitors eager to take a step back in time.

There is an evergreen feeling to Little Havana. The octogenarian plodding opportunistically along the streets selling cones full of peanuts for a dollar has been doing so for decades, despite an apparent turf war with an entrepreneurial rival.

Along the way at El Exquisito (elxquisitomiami.com), we stop for a classic Cuban sandwich - slow-cooked pork, marinated in citrus juices, garlic, bell peppers and onion for two days, served with Swiss cheese, mustard, pickles and wedged between two slices of Cuban bread.

South Beach: The art deco masterpiece

South Beach is perhaps the best-known destination at the base of sunshine state Florida, with

nearly three miles of golden sands bordering the Atlantic Ocean.

Its fine grains, warm waters and Instagram-ready lifeguard towers make it a haven for beach bums, fitness fanatics and artists, many eager to spot a famous face.

Perhaps the most famous landmark of all, however, is Casa Casuarina, built in 1930. Also known as the Versace Mansion, home to tragic designer Gianni until his assassination in 1997. Now a luxury hotel and restaurant, the sprawling beachside building stands out among the scores of art deco buildings across South Beach.

In fact, the area is a real Mecca for those with an eye for the distinctive architectural style.

Strict planning regulations since the 1970s mean buildings seldom stand taller than three storeys - as to do so would require expensive lifts being installed. Development is allowed, but it must not be seen from street level on the opposite side of the road. Trademark features such as the "eyebrows" (decorative ledges) over windows, neon signage, and soft pastel trim can be found at almost every turn.

Not that South Beach is stuck in the past.

Our hotel, The Lennox, originally opened in 1936 as the opulent Peter Miller Hotel. But it lost its way, and by 2010 it was abandoned. A three-year, £55 million (US \$70 million) renovation was completed in summer 2019, retaining many of its original art deco features. But



Ryan Hooper enjoys a cocktail at the Time Out in Miami. Pic: PA Photo/Ryan Hooper

Planning your trip

■ Rooms at EAST, Miami (eastmiami.com) start from £230 (\$299) per night. Rooms at The Lennox Hotel

(lennoxmiami.com) start from £175 (\$225) per night.

■ Norwegian (norwegian.com/uk; 0330 828 0854) operates a non-stop flight from London Gatwick to Miami, operated by a fleet of brand new Boeing 787 Dreamliner aircraft. Fares start from £159.99 one-way and £275 return in LowFare economy, and from £499 one-way and £940 return in Premium.

perhaps its greatest drawcard is its two-minute walk to South Beach.

Wynwood: The next big thing

Further inland, around 25 minutes in a cab, the cultural district of Wynwood is regarded as Miami's next big development opportunity.

A sprawling network of murals, breweries, and multi-purpose tower blocks make it the city's equivalent of London's Shoreditch.

Back in Miami Beach, the recently opened Time Out Market Miami (timeoutmarket.com/miami) is among the new enterprises opening in this part of Florida.

It offers 17 pop-up versions of Miami's best cuisine.

Vietnamese pho, Cuban ice cream, and locally caught oysters are sold alongside mouth-watering burgers and fine steaks.



The Lennox Hotel in Miami. Pic: PA Photo/Lennox

About Time

7 February 2020

ABOUT TIME .

TRAVEL 48-HOUR GUIDES 7



Miami is one of my favourite places to escape to for some last-minute winter sun. There is nothing quite like sitting on a beach, feeling the heat of the sun on your face, knowing that it is freezing cold back home and everyone is stuck indoors.

Whilst the flight can be a little lengthy and the jet lag can take its toll, the trip is completely worth it. Home to some of the most luxurious hotels, and with lots of exciting things to see and do, Miami is the perfect break for anyone seeking some winter sun. Whether you are looking to be pampered in style or are searching for a more low-key beach break, Miami has it all to offer. Get planning your next

Where to Stay

For Relaxation: The Aqualina



With smooth white sand and the beautiful blue sea just seconds away, there really is no better place to relax than at The Aqualina hotel. Its three oceanfront swimming pools are surrounded by the comfiest sunbeds, perfect for an afternoon snooze after eating a delicious meal at one of the hotel's many restaurants. The hotel spa is the epitome of luxury with a beautiful relaxation terrace and a Roman waterfall. The hotel boasts the largest private Rolls-Royce collection in the driveway, and from the second you walk in you're treated like royalty. Nothing is too big or too small for the staff and all your worries seem to melt away.

For Something Different: Faena Hotel



If you are looking for something a little different then Faena is the hotel for you. Think big multi-coloured chandeliers coupled with Dolce and Gabbana style murals. This hotel really is a treat for the senses as it displays the works of both smaller local artists and those that are more renowned for a unique and avant-garde design. Faena Hotel is located in the Faena District. This area is home to other more affordable hotels as well as a variety of art centres and theatres that make this area a hive of energy. Visit Faena Hotel if you are looking for an on-trend Miami experience – it won't disappoint.

For the Best of Both Worlds: The Mandarin Oriental



The Mandarin Oriental is the perfect synthesis of sophisticated elegance and Miami-style relaxation. Despite its location in the financial centre of Brickell, the Mandarin Oriental has gone to great lengths to give its visitors a remarkable experience. The man-made beach has exquisite views of the Miami skyline and the pool area is the perfect place to sip on a cocktail and relax. The rooms offer the best in Miami-style luxury and the multiple restaurants will ensure that your taste buds are satisfied. The surrounding area of Brickell has recently risen in popularity and as such there are new retail and hotel developments popping up all the time. This hotel is an oasis in the hustle and bustle of a busy metropolitan area, offering guests the best of both worlds.

For Ultimate Luxury: St Regis



St Regis fits in perfectly to the surrounding area of Bal Harbour, famed for having one of the most high-end shopping malls in the whole of the USA. This hotel is the epitome of luxury and you're invited to enjoy the hotel's many pools and oceanfront cabanas. With exquisite rooms featuring TVs in shower screens and large balconies that look out over the seafront, this hotel is perfect if you are looking to spoil yourself.

What to do

For a Day At Sea: Cruise the Inland Waterways



No trip to Miami is complete without a boat cruise. While the weather can be a bit temperamental, a boat trip allows you to see all the wonders Miami has to offer. Cruise past houses belonging to Jennifer Lopez and other stars and spot manatees and dolphins along the way. It actually rained for part of the time we were on the boat but it didn't last long and we took it as an opportunity to drink Champagne and eat our picnic. A boat trip is a great way to see the Miami sights and I would definitely recommend it.

For a Night On the Town: Shows at Faena Hotel



The Faena Hotel is home to its own theatre which puts on original productions that are as spectacular as the hotel decor. We saw the Samsara Cabaret show which was an extravaganza of singing, dancing and burlesque performed by leading artists from all over the country. The theatre has a fantastic lineup of shows so if you can't get down to see Samsara (it's on until February) definitely try something else from their repertoire.

For a Relaxing Extravaganza: Spa at the Mandarin Oriental



The Mandarin Oriental is celebrating another year of having its spa awarded 5* by Forbes. Check into the spa and be transported to an oriental oasis. Choose from a wide array of high calibre treatments including a Glacial White Caviar Facial or an Oriental Harmony massage. Don't forget to use the other facilities including the relaxation room, steam room and sauna. If you are anything like me you may fall asleep during the treatments and you will definitely leave feeling lighter than air.

Where to eat

For Fusion Eats: Pao



Pao is one of my favourite restaurants in Miami. Award-winning Executive Chef Paul Qui has put together the most incredible menu that brings together Asian inspired dishes with cuisine from around the world. Expect cocktails served in giant unicorns and dishes that combine sea urchin with sweet potato pudding. The menu is sure to excite your taste buds and I am sure the dishes will taste like nothing you have eaten before.

For All-Day Brunch: Jaya



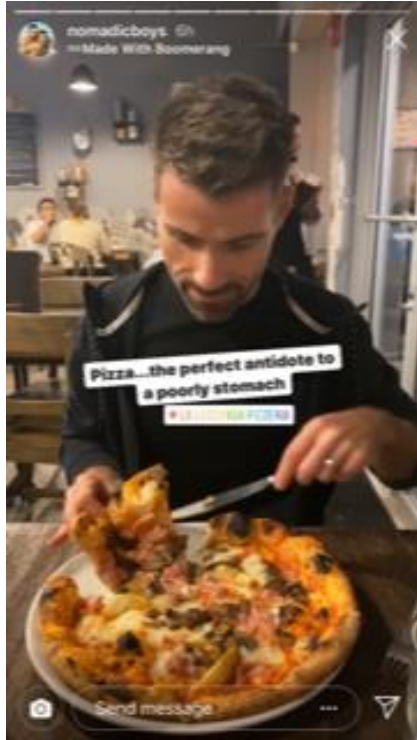
Nestled in the Setal Hotel, Jaya hosts a delicious Jazz brunch every Sunday. Enjoy the live band whilst eating food from a buffet that serves a huge array of tasty treats. Authentic Indian curries are available as are traditional Sunday roasts, huge American pancakes and desserts to die for. Expect to leave feeling very full. I suggest sitting and soaking up the music and atmosphere while your food digests as the restaurant and courtyard are really something special.

For Greek-themed Eats: Atlantikos



Step inside Atlantikos and get transported halfway across the world. The white and blue decor depicts the iconic style of Mykonos and the band playing traditional Greek music only accentuates the vibe. The restaurant offers a menu based around seasonal ingredients. We had a delicious three-course meal which had truffles incorporated into every dish, including dessert! Atlantikos is a great option if you are looking for fantastic food in more of a laid-back setting.

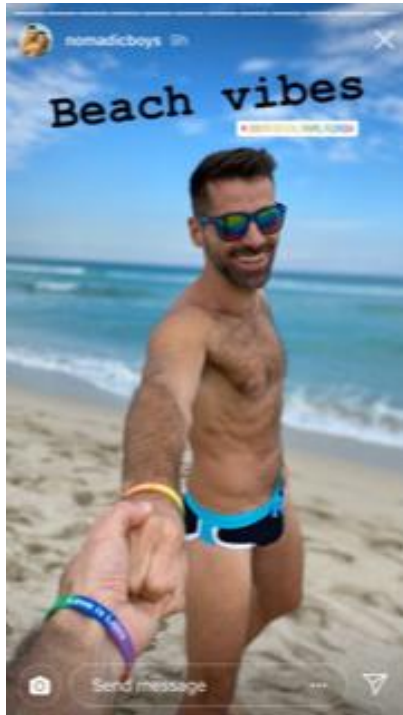
Instagram: Nomadic Boys
27th February – 1st March 2020

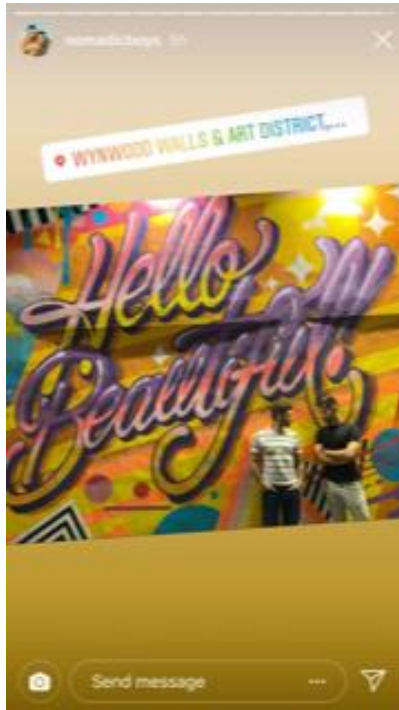












Italy

Publication: Ulisse
 Circulation: 200,000
 Date: 01/02/2020
 Title: City in the myth
 Ads Value: \$ 23,000
 Coverage: 1 page

ULISSE

CITTÀ NEL MITO

Da Miami, con le sue spiagge e lo skyline inconfondibile, da ammirare sulle terrazze locali alla moda, a Venezia, dove si respira una storia antica. Anche in cucina

From Miami, with its beaches and the terraces of its trendy hangouts offering a great view of the city's unmistakable skyline, to Venice, brimming with ancient history, in its gastronomic offer, too

Mister 01

Successo planetario

Da Agropoli a Miami, la miglior pizza è quella di Renato Viola, che dopo il primo locale di South Beach, ne ha aperti altri due al Brickell Centre e a Wynwood. Pizzer tradizionali o unconventional, come quelle con stracciatella e zenzero o gorgonzola, miele e caffè.

Indirizzo: 1680 Michigan Ave, tel. +1 305 2978189

mistero1.com

From Agropoli to Miami, the best pizza is Renato Viola's, who after the first restaurant in South Beach, has opened two more branches at the Brickell Center and in Wynwood. Traditional or unconventional pizzas, such as those with stracciatella and ginger or gorgonzola, honey and coffee.



Sugar

Rooftop elegance

Tra i migliori cocktail della città ci sono quelli di questo elegante rooftop bar con giardino, al 40° piano dell'hotel EAST, con strepitosa vista sulla città. Da gustare a un (costoso) tavolo riservato o semplicemente al bancone. Dress code: niente shorts.

Indirizzo: 40F, EAST, 788 Brickell Plaza, tel. +1 305 7127000

brickellcitycentre.com/stay/sugar

To enjoy one of the best cocktails in the city head to this sophisticated rooftop bar with garden, at the 40th floor of the EAST hotel. It offers an amazing view of the city. Enjoy your cocktail at the (expensive and reserved) table or at the counter. Dress code: no shorts.



The Vagabond Hotel

Intramontabile icona

Frequentato negli anni della Magic Miami da Frank Sinatra, Dean Martin e Sammy Davis, è risorto a nuova vita grazie a un magnate newyorkese. Iscritto al National Register of Historic Places, è famoso il suo mosaico con la sirena sul fondo della piscina. **Indirizzo:** 7301 Biscayne Blvd, tel. +1 305 4008420

thevagabondhotel.com

In the golden years of the Magic City, Frank Sinatra, Dean Martin and Sammy Davis were regular guests of this hotel which came to new life thanks to a New York tycoon. Today it is listed in the National register of Historic Places. A feather in the cap? Its mosaic: depicting a mermaid at the bottom of the pool.

International Boat Show

Festa sull'acqua

Dal 13 al 17 febbraio torna a Key Biscayne uno dei più grandi saloni nautici del mondo. Una straordinaria passerella di yacht di ogni tipo e dimensione che attira decine di migliaia di disperditisti, appassionati e curiosi.

Indirizzo: Miami Marine Stadium, Key Biscayne, tel. +1 954 4113220

miamiboatshow.com

The new edition of one of the largest boat shows in the world is to kick off in Key Biscayne (February 13 to 17). Yachts of all types and sizes draw each year tens of thousands of ship owners, enthusiasts and shoppers.



Juvia

Le vette del gusto

Su tetto di un garage progettato da Herzog & de Meuron, è tra i più apprezzati ristoranti di Miami Beach. Grazie alla posizione unica e all'armoniosa miscela di cucina asiatica, sudamericana e francese degli chef stellati Sunny Oh, ex Nobu, e Gilles Epié. E ai raffinati dessert di Gregory Gorreau. **Indirizzo:** 1111 Lincoln Road, tel. +1 305 7638272

juviamiami.com

On the rooftop of a garage designed by Herzog & de Meuron, it is one of the most popular restaurants in Miami Beach thanks to its one-off location and to the harmonious blend of Asian, South American and French cuisine by Michelin-starred Chefs Sunny Oh - former chef at Nobu - and Gilles Epié.

Publication: Mixer
 Circulation: 126,000
 Date: 01/02/2020
 Title: Back to the market: interpreting the past to define the future
 Ads Value: \$ 6,000
 Coverage: 1/3 page
 URL: <https://bit.ly/2SKw2Bt>



MIAMI

Il viaggio di Costa Group tra mercati e food hall arriva fino oltreoceano. Dal 12 dicembre, infatti, è iniziata una **seconda vita per l'ex "La Centrale" di Miami**, uno spazio di tre piani consacrato alla vendita di prodotti alimentari d'eccellenza e alla ristorazione italiana. Dopo la prima apertura nel febbraio 2018, l'Italian Food Hall situata al Brickell City Centre, non ha mai registrato il successo sperato. Per fortuna un gruppo di brillanti imprenditori ha raccolto la sfida

con entusiasmo, per far sì che da questo immenso spazio rinasca qualcosa di spettacolare, nuovo e coinvolgente: un vero e proprio **Luna Park** per il palato. Con l'attuale proprietà lo spazio sottoutilizzato del terzo piano verrà trasformato in un nuovo ristorante dello chef stellato Nino di Costanzo, la cui apertura è prevista nel corso del 2020. Per il momento il rinnovo ha coinvolto i due piani inferiori, più freschi e fruibili sotto il tema generale del Luna Park. Al piano terra un enorme spazio-mercato con

proposte di gastronomia, salumi e formaggi, bakery e panetteria... insieme all'area pizzeria e al bar. Il secondo piano è consacrato alla ristorazione con "Puro's", ristorante dedicato a piatti gluten free, "Osteria n.0", con ricette a base di pesce ispirate dalla tradizione culinaria dell'Italia meridionale. Infine, sbarca per la prima volta negli States il Macellaio RC, ristorante di carne di Roberto Costa che vanta ben sette location di successo tra l'Italia e il Regno Unito, nonché coordinatore dell'intero progetto. 🍷



LA RINASCITA DEL MERCATO COPERTO DI RAVENNA

Tra le esperienze più affascinanti, la rinascita del Mercato Coperto di Ravenna, struttura inaugurata per la prima volta nel 1972. Secondo il piano il progetto di creare nel passato la chiave per coniugare il futuro, per generare gli anelli protettivi di un sistema patrimoniale di ricerca, a cura di Leonardo Spadari e Beatrice Bassi di Medici Spadari, in un'area e mercato di paese, realtà antiche e più semplici ristoranti, cinema, botteghe.

Il tratto di pareti unico, sia per la loro originalità sia per il modo di costruirle, è stato conservato ed utilizzato, consentendo di conservare il movimento permanente nel tempo delle diverse attività artigianali del Mercato. La prima che grazie a questi tratti progettuali, oltre al sito contemporaneo e moderno, è stata preservata ancora, conservata, senza stravolgere l'essenza della struttura. Un "gioco di incassi" fatto di grande attenzione ai materiali ed alla loro lavorazione, alla concezione con il luogo, per rendere il Mercato uno spazio unico, unico, piacevole e accogliente. In questo luogo si manterrà la qualità di molti artigiani, salumi, salicciotti, formaggi, pasticcerie, coordinati da Costa Group, che ha reso il progetto generale, moderno e frangibile nell'evento, consentendo di leggere non solo il passato.



L'ESPERIENZA INTERNAZIONALE

Stesso a Roma, dove il recupero della **Giara di Sant'Antonio** (mercato coperto dal 1960), ha dato vita alla nuova **Giara**. Documenti archiviati su due livelli, trasformati in sala espositiva e culturale, edificio **Veronica Giara di Sant'Antonio** (mercato coperto) come monumento storico - ritorna un po' della sua ricchezza patrimoniale e il mercato di prodotti, i colori e i prodotti dell'esperienza e della...

La nuova food hall, inaugurata nel marzo 2018, ha un mercato che crea un'atmosfera di un edificio in tutto circa 1500 metri quadrati di superficie al piano terra ed oltre 500 al livello mezzanino, dove le attività commerciali sono affiancate verso il livello, liberato, come punto d'appoggio per bambini e famiglie, ricorrendo al passaggio sottostante e semplicemente attraverso i

avvisti dell'architettura che avvolge la **Belle Epoque** di **Enzo**. Veniva infatti, che spazio della tradizione locale, alla cucina italiana, fino alle maglie di cucina etnica, dalla **Tradizione** al **Le Mio**. Un grande bar centrale, bar di convivere in una grande attività, il tutto partendo da una vegetazione etnica in un'atmosfera di mercato e da pareti grigi, ma, tutta sotto un cielo colorato della **Mezza etnica**.

MIAMI

Il viaggio di Costa Group tra mercati e food hall arriva fino oltreoceano. Dal 12 dicembre, infatti, è iniziata una **seconda vita per l'ex "La Centrale" di Miami**, uno spazio di tre piani consacrato alla vendita di prodotti alimentari d'eccellenza e alla ristorazione italiana. Dopo la prima apertura nel febbraio 2018, l'Italian Food Hall situata al Brickell City Centre, non ha mai registrato il successo sperato. Per fortuna un gruppo di brillanti imprenditori ha raccolto la sfida

con entusiasmo, per far sì che da questo immenso spazio rinasca qualcosa di spettacolare, nuovo e coinvolgente: un vero e proprio **Luna Park** per il palato. Con l'attuale proprietà lo spazio sottoutilizzato del terzo piano verrà trasformato in un nuovo ristorante dello chef stellato Nino di Costanzo, la cui apertura è prevista nel corso del 2020. Per il momento il rinnovo ha coinvolto i due piani inferiori, più freschi e fruibili sotto il tema generale del Luna Park. Al piano terra un enorme spazio-mercato con

proposte di gastronomia, salumi e formaggi, bakery e panetteria... insieme all'area pizzeria e al bar. Il secondo piano è consacrato alla ristorazione con "Puro's", ristorante dedicato a piatti gluten free, "Osteria n.0", con ricette a base di pesce ispirate dalla tradizione culinaria dell'Italia meridionale. Infine, sbarca per la prima volta negli States il **Macellaio RC**, ristorante di carne di Roberto Costa che vanta ben sette location di successo tra l'Italia e il Regno Unito, nonché coordinatore dell'intero progetto. 🍷



Publication: lulop.com

Circulation: 101,000

Date: 03/02/2020

Title: Discovering Miami natural parks

Ads Value: \$ 1,470

Coverage: 1 page

URL: <https://bit.ly/2Qm7YEM>



LA MIAMI CHE NON TI ASPETTI: ALLA SCOPERTA DEI SUOI PARCHI NATURALI

I grattacieli affacciati sulla baia, gli eleganti hotel Art Déco di Ocean Drive, le infinite spiagge di [#Miami](#) Beach, i locali e la vita notturna: queste sono le prime immagini che vengono in mente pensando a [#Miami](#). la Magic City sempre attiva e in costante evoluzione. Ma a due passi dall'energico centro urbano, la città della Florida svela un suo sorprendente lato green fatto di mangrovie centenarie, paludi erbose e selva subtropicale: non tutti sanno che [#Miami](#) è l'unica città americana che può vantare ben due parchi nazionali, l'Everglades National Park e il Key Biscayne National Park, a cui si aggiunge anche un parco statale, l'Oleta River State Park. Questi paradisi verdi sono al centro di importanti attività di educazione e conservazione ambientale e propongono ai visitatori un'ampia gamma di attività all'aria aperta, dallo snorkelling tra le mangrovie ai tour in airboat.

EVERGLADES NATIONAL PARK

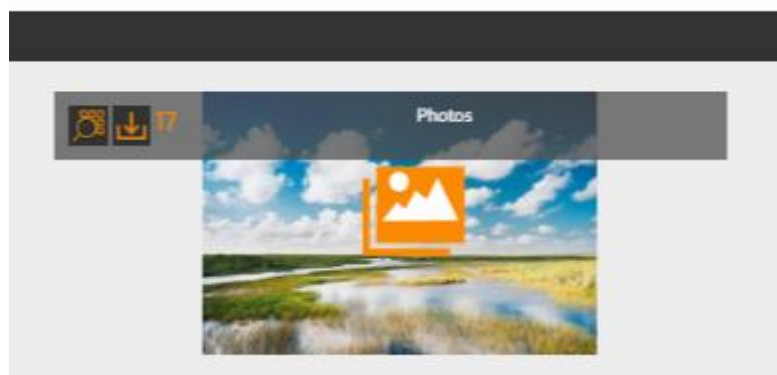
Sfrecciare in idroscivolante su una prateria - palude, tra alligatori e aironi: scene da [#Miami](#) Vice o CSI [#Miami](#), ma che diventano realtà al Parco Nazionale delle Everglades. Ed è proprio l'airboat, iconica imbarcazione leggera mossa da un'elica, il modo migliore per andare alla scoperta di questo parco naturale, navigando nelle distese di acqua erbose. Con un'area di 1.5 milioni di acri, le Everglades per estensione sono il tezo parco nazionale degli Stati Uniti. Immersa nelle calde acque della Florida Bay, questa distesa sterminata di saw-grass ospita una ricca fauna, come i lamantini e i celebri alligatori, e comunità di nativi indiani Miccosukee.

KEY BISCAAYNE NATIONAL PARK

Meno noto delle Everglades, ma altrettanto interessante da esplorare, il Parco Nazionale di Key Biscayne è un vero e proprio paradiso acquatico: dei suoi 173.000 acri, il 95% infatti è composto d'acqua. Brulicante di colorata vita marina, il parco si estende nella baia di [#Miami](#). Biscayne Bay, ed è la regione con l'ecosistema più vario della Florida meridionale, ospitando ben 20 specie animali a rischio, come il lamantino, la tartaruga embricata e il cocodrillo americano. Per andare alla scoperta di questa oasi marina della biodiversità, si possono provare interessanti avventure all'aria aperta, letteralmente immersi nella [#natura](#): dagli sport acquatici nella baia (kayak, canoa, snorkelling...) alle escursioni guidate nelle foreste tropicali di mangrovie, baluardi delle coste della Florida. Queste e molte altre attività sono proposte dalle guide di [#Miami](#) EcoAdventures: educatori ambientali ed esperti di avventure outdoor portano a scoprire [#Miami](#) da un punto di vista unico e insolito, esplorando l'affascinante ecosistema subtropicale della Florida meridionale

OLETA RIVER STATE PARK

Ma le avventure nel verde a [#Miami](#) non finiscono qui: oltre ai due Parchi Nazionali, c'è da aggiungere alla lista di opzioni outdoor il Parco Statale dell'Oleta River. A soli 30 minuti a nord di Downtown, questo



Publication: vaquelpaese.com

Circulation: 11,700

Date: 04/02/2020

Title: Discovering Miami natural parks

Ads Value: \$ 161

Coverage: 1 page

URL: <https://bit.ly/2x6OIUI>

Va a quel Paese

ALLA SCOPERTA DEI PARCHI NATURALI DI MIAMI

Home > Viaggia > Alla scoperta dei parchi naturali di Miami

Si, va bene i grattacieli affacciati sulla baia, gli eleganti hotel Art Deco di Ocean Drive, le infinite spiagge di Miami Beach, i locali e la vita notturna: ma **Miami, la Magic City svela un magico lato green** fatto di mangrove centenarie, paludi arboree e selva subtropicale.

Non tutti sanno infatti che Miami è l'unica città americana con ben due parchi nazionali. **l'Everglades National Park** o il **Key Biscayne National Park**, a cui si aggiunge anche un parco statale: **l'Oleta River State Park**.

Questi paradisi verdi sono al centro di importanti attività di educazione e conservazione ambientale e propongono ai visitatori un'ampia gamma di attività all'aria aperta, dalla snorkelling tra le mangrove ai **tour in airboat**.

EVERGLADES NATIONAL PARK



Stiracire in idroscivolante su una prateria - palude, tra alligatori e aironi: scene da Miami Vice o CSI Miami, ma che diventano realtà al Parco Nazionale delle Everglades. Ed è proprio l'**airboat**, iconica imbarcazione leggera mossa da un'elica, il modo migliore per andare alla scoperta di questo parco naturale, navigando nelle distese di acqua arborea.

KEY BISCAYNE NATIONAL PARK



Meno nota delle Everglades, ma altrettanto interessante da esplorare, il **Parco Nazionale di Key Biscayne** è un vero e proprio **paradiso acquatico**: dai suoi 13.000 acri, il 95% infatti è composto d'acqua.

Beneficente di colorata vita marina, il parco si estende nella baia di **Miami Biscayne Bay**, ed è la **regione con l'ecosistema più vario della Florida meridionale**, ospitando ben 20 specie animali a rischio, come il **Iamantino**, la **tartaruga ombricata** e il **coccodrillo americano**.

Per andare alla scoperta di questa **oasi marina della biodiversità**, si possono provare interessanti **avventure all'aria aperta**, letteralmente immersi nella natura: dagli sport acquatici nella baia (kayak, canoa, snorkeling...) alle escursioni guidate nelle foreste tropicali di mangrove, baluardi delle coste della Florida.

Publication: panorama.it

Circulation: 416,000

Date: 05/02/2020

Title: Discovering Miami: Gianni Versace's Villa

Ads Value: \$ 6,000

Coverage: 1 page

URL: <https://bit.ly/38Trefj>

PANORAMA

Alla scoperta di Miami: la villa di Gianni Versace

Mariella Baroli

Il 15 luglio 1997, **Gianni Versace** viene ucciso con due colpi di pistola sugli scalini della sua casa a **Miami**. Il mondo della moda perde colui che l'amico **Franco Zeffirelli** ha definito «lo stilista che ha liberato la moda dal conformismo, regalandole la fantasia e la creatività». Un omicidio che fa scalpore e che, vent'anni dopo, diventa anche il soggetto della seconda stagione della serie televisiva antologica *American Crime Story*, con grande successo di pubblico e critica. Nonostante il colpevole sia stato identificato - si tratta del giovane modello **Andrew Cunanan** - ancora oggi il movente dietro il suo gesto è ignoto. La famiglia Versace è categorica nell'affermare che Gianni non conoscesse il killer, ma si rincorrono voci di un giro di prostituzione cui il ragazzo faceva parte.

A 22 anni dall'omicidio, c'è ancora gente che ogni giorno si affolla attorno al cancello della villa dove Versace ha vissuto i suoi ultimi anni. Dopo la Casa Bianca e Graceland, Villa Casuarina è la casa più fotografata d'America. Ma non è soltanto la drammatica storia dello stilista italiano ad attrarre milioni di visitatori. Progettata negli anni Trenta dall'architetto Alden Freeman, per poi essere acquistata da **Gianni Versace** che ne personalizzò gli arredi e costruì una piscina, la villa è un incredibile esempio di architettura e opulenza.

Villa Casuarina è oggi un resort di lusso con 10 suite uniche nel loro genere. A partire da 1.000 euro a notte, i turisti possono dormire nella stanza che fu dello stilista, quella dove era solita soggiornare la cantante **Madonna** o persino quella in cui riposò **Lady D**. Della sua casa a Miami, **Gianni Versace** disse al *Time*: «Per leggere **Proust** ho la mia casa sul Lago di Como. Qui, a Miami Beach, non voglio un altro monastero in cui vivere. Voglio un posto dove leggere **Truman Capote**». In ogni angolo di Villa Versace si respira lo stile del marchio - ancora oggi in mano alla sorella Donatella - ma il punto più amato dai visitatori è senza dubbio la piscina, con un mosaico creato con centinaia di tessere in oro 24 carati. Nel 2015, all'interno della villa è stato aperto un ristorante che porta il suo nome: Gianni's. La cucina, curata dallo chef **Walter Mancini**, è un omaggio ai sapori mediterranei.



Publication: elle.com/it

Circulation: 480,000

Date: 06/02/2020

Title: The 50 best beaches in the world where you'd want to be now, tomorrow (and forever)

Ads Value: \$ 2,000

Coverage: paragraph + image

URL: <https://bit.ly/2UgDiG7>

ELLE

Queste sono le 50 spiagge più belle del mondo dove vorreste essere ora, domani (o per sempre)

— A braccetto in un safari fotografico alla ricerca della spiaggia ideale



Prendetevi qualche minuto di relax e fatevi un viaggio in alcune delle **50 spiagge più belle del mondo** (escluse le italiane, quelle le conosciamo). Nel mezzo dell'inverno grigio abbiamo un gran bisogno di tutte le sfumature dell'azzurro, di tuffarci in un mare caldo, almeno con la fantasia. E cominciare a programmare il prossimo viaggio verso la **spiaggia** dei nostri sogni.

Tropico targato USA



TETRA IMAGES / GETTY

La spiaggia di Miami, in Florida

Publication: corriere.it

Circulation: 1,089,240

Date: 06/02/2020

Title: 2020 Valentine's Day: the 10 most expensive (and romantic) suites in the world

Ads Value: \$ 15,000

Coverage: paragraph

URL: <https://bit.ly/2J5x86F>

CORRIERE DELLA SERA

San Valentino 2020: le 10 suite più care (e romantiche) del mondo per sognare il 14 febbraio

La stanza d'hotel più cara costa 100 mila dollari a notte e si trova a Las Vegas. Dalle Maldive a New York, per le coppie alla ricerca di esperienze davvero uniche

Penthouse Suite, Miami Beach

Al Faene Hotel di Miami Beach la suite da 46 mila dollari a notte si chiama Penthouse Suite: poltrone animalier e un arredo ricchissimo e opulento. I colori scelti sono l'oro e il bianco. Candele, soprammobili e decorazioni sono in stile americano.



Publication: travelquotidiano.com
Circulation: 8,190
Date: 07/02/2020
Title: A trip to the deep South of USA
Ads Value: \$ 108
Coverage: paragraph
URL: <https://bit.ly/2w5nKgt>

Un viaggio nel profondo Sud degli Stati Uniti

🗨 [0] 7 febbraio 2020 12:11

Quella degli stati del Sud è tutta un'altra America rispetto a metropoli come New York, Chicago o San Francisco. Nel **Deep South** i viaggiatori troveranno ritmi più lenti, tradizioni radicate e un clima più temperato, ma anche persone accoglienti e paesaggi meravigliosi. Gli stati del Sud vengono anche chiamati **Cotton States** per la loro relazione con le piantagioni di cotone prima della **guerra di secessione**. Gli itinerari possibili sono moltissimi: dovrete solo scegliere i migliori viaggi in America da fare rivolgendovi ad **agenzie specializzate**, come Xplore America, in grado di consigliarvi il tour più adatto alle vostre esigenze.



Florida

Il **Sunshine State** è una delle mete preferite dei turisti americani e non, per il clima sempre mite. **Miami** è una metropoli dalla movida infinita, con un mare cristallino a **South Beach** e i venditori di sigari cubani a **Little Havana**. E se non ne avete avuto abbastanza di natura, non potete perdervi le Everglades

Publication: Quotidiano del Sud
Circulation: 25,000
Date: 10/02/2020
Title: Miami in its natural parks
Ads Value: \$ 7,000
Coverage: ¼ page

del Sud
il Quotidiano

VIII | L'AltraVoce dei Ventenni

VENTI DAL SUD

Lunedì 10 febbraio 2020
info@quotidianodelsud.it



S Viaggiare di Sabrina Quartieri



A MIAMI NEI PARCHI NATURALI

Sfrecciare in idroscivolante su una prateria paludosa tra alligatori e aironi: la scena è da "Miami Vice", ma diventa realtà al Parco Nazionale delle Everglades, il lato green di Miami. A due passi dal centro urbano, infatti, la città della Florida svela un suo sorprendente volto fatto di mangrovie centenarie, paludi erbose e selva subtropicale. I suoi tre paradisi verdi sono l'Everglades National Park, il Key Biscayne National Park, e l'Oleta River State Park, e offrono un'ampia gamma di

attività outdoor, dallo snorkeling ai tour in airboat, fino alla mountain bike. Ed è proprio a bordo dell'iconica imbarcazione leggera mossa da un'elica, il modo migliore per esplorare le acque erbose delle Everglades, terzo parco nazionale degli Stati Uniti. Immersa nelle calde acque della Florida Bay, questa distesa di "swampy" ospita lamantini e alligatori, oltre a una comunità di nativi indiani Miccosukee. Meno noto è il Parco Nazionale di Key Biscayne, paradiso acquatico per 20 specie animali a rischio, come il lamanti-

no, la tartaruga embricata e il cocodrillo americano. In questa oasi marina della biodiversità si fa snorkeling o si va in kayak per esplorare le foreste tropicali di mangrovie, baluardi delle coste della Florida.

Tra le opzioni per l'outdoor, il Parco Statale dell'Oleta River è invece l'eden per gli appassionati di mountain bike, con 24 chilometri di tracciati per ogni livello. Ma per avventure ancor più indimenticabili, c'è lo stand up paddle al tramonto o la pagaiata con la luna piena.

Publication: advtraining.it

Circulation: 9,090

Date: 20/02/2020

Title: Miami: the new Miamiland campaign

Ads Value: \$ 121

Coverage: 1 page

URL: <https://bit.ly/2IVvB2W>



Miami, nuova campagna Miamiland

20 Febbraio 2020



Greater Miami Convention & Visitors Bureau ha alzato il sipario sulla campagna MIAMILAND, incentrata su un mix di natura e avventura. Il nuovo focus va a rafforzare la pre-esistente campagna Found In Miami, ideata per incoraggiare i visitatori ad ampliare il raggio di esplorazione di Miami su più quartieri della città. L'esecuzione creativa di MIAMILAND è stata progettata per

creare un'aura di mistero per il lancio di un parco tematico di azione-avventura pieno di **meraviglie naturali**, da intendersi come l'intera area di Greater Miami stessa. La campagna è stata ideata per permettere ai viaggiatori di allontanarsi dallo stress quotidiano e vivere emozionanti avventure immersi nella natura.

Recenti ricerche dimostrano che i viaggiatori vogliono **disconnettersi dalla solita routine quotidiana, per connettersi invece con nuove culture, con sé stessi e con la natura**: infatti, il 79% dei Millennials si definisce "Esploratore" e il 38% che desidera viaggiare per ammirare spettacoli naturali. La campagna MIAMILAND si è sviluppata in tre fasi: i viaggiatori sono stati inizialmente coinvolti e attratti con la promessa di un nuovo e misterioso parco tematico, promosso attraverso video teaser; nella seconda fase, sono state svelate le immense **risorse naturali di Greater Miami** sotto una luce completamente nuova, presentando MIAMILAND; infine, l'ultima fase di sostegno prevede continuamente nuovi contenuti, itinerari e spunti di viaggio per esplorare Greater Miami e le sue opzioni outdoor.

"Stiamo facendo leva sulle nostre risorse naturali per attrarre nuovi visitatori e per prolungarne la durata del soggiorno" afferma **William D. Talbert III**, CDME, President & CEO di GMCVB. "Greater Miami offre una grande varietà di culture e di luoghi, oltre a un'ampia varietà di esperienze. È una destinazione molto interessante per gli appassionati di avventura, ma anche per gli amanti del benessere in cerca comunque di emozioni: MIAMILAND mette in luce quest'ampia offerta di avventure ed esperienze nella natura, che si possono vivere in città, nei parchi naturali o anche lungo le nostre 35 miglia di spiaggia."

Publication: @LikeMiljian IG
 Circulation: 122,000
 Date: 22/02/2020
 Ads Value: n.a.
 Coverage: 3 post + 28 stories
 URL: <https://bit.ly/2Qjsg14>



likemiljian Segui ▼ ⋮

1.350 post 122mila follower 774 profili s

THE MILJIAN FAMILY
 FULL-TIME TRAVELERS SINCE 2017

- Mikit+JulienFR = Teo 🧒 + Lia 🧒 + Milo 🧒
- We left everything to travel the world

#likemiljian
 hello@likemiljian.com
 www.likemiljian.com

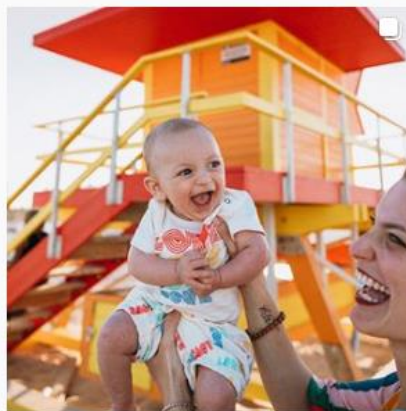


likemiljian Segui

Summary of the last 48 hours. Miami is much more than we expected 🇺🇸
 Luggage for Jamaica is ready in front of the door. In a few hours we'll be in Montego Bay.
 Paul Stokes said: «Whereas the tourist generally leaves their home at the end of a few weeks or months, the traveler, belonging no more to one place than to the next, moves slowly over periods of years, from one part of the earth to another.»
 Today we celebrate 300 whole days since we don't have a home, traveling around the world.
 Bye Bye Miami 🇺🇸 #EAST #EASTMiami
 See you in Haiti! 🇵🇸

Face a gli altri 1.222

Aggiungi un commento





Publication: lulop.com

Circulation: 101,010

Date: 25/02/2020

Title: The new campaign Miamiland proposes an unexpected and adventurous outdoor Miami

Ads Value: \$ 1,470

Coverage: 1 page

URL: <https://bit.ly/2x1W5gs>

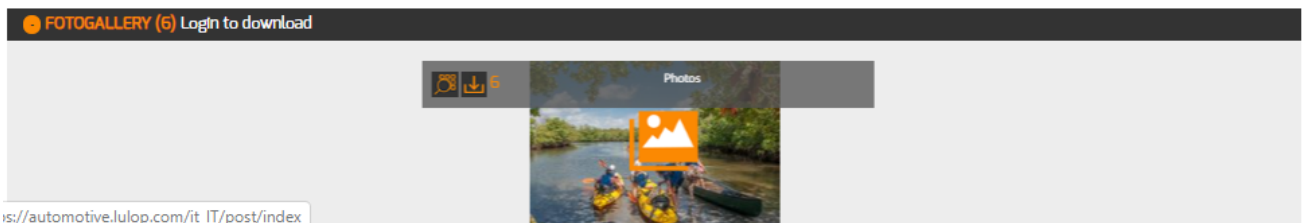


LA NUOVA CAMPAGNA MIAMILAND PROPONE UNA MIAMI SORPRENDENTE ALL'INSEGNA DI EMOZIONANTI AVVENTURE NELLA NATURA

Milano, febbraio 2020 The [#greatermiami](#) Convention & Visitors Bureau (GMCVB) ha alzato il sipario sulla campagna MIAMILAND, incentrata su un mix di natura e avventura. Il nuovo focus va a rafforzare la pre-esistente campagna Found In Miami, ideata per incoraggiare i visitatori ad ampliare il raggio di esplorazione di [#miami](#) su più quartieri della città. L'esecuzione creativa di MIAMILAND è stata progettata per creare un'area di mistero per il lancio di un parco tematico di azione-avventura pieno di meraviglie naturali, da intendersi come l'intera area di [#greatermiami](#) stessa. La campagna è stata ideata per permettere ai viaggiatori di allontanarsi dallo stress quotidiano e vivere emozionanti avventure immersi nella natura natura.

Recenti ricerche dimostrano che i viaggiatori vogliono disconnettersi dalla solita routine quotidiana, per connettersi invece con nuove culture, con sé stessi e con la natura: infatti, il 79% dei Millennials si definisce "Esploratore" e il 38% che desidera viaggiare per ammirare spettacoli naturali. La campagna MIAMILAND si è sviluppata in tre fasi: i viaggiatori sono stati inizialmente coinvolti e attratti con la promessa di un nuovo e misterioso parco tematico, promosso attraverso video teaser; nella seconda fase, sono state svelate le immense risorse naturali di [#greatermiami](#) sotto una luce completamente nuova, presentando MIAMILAND; infine, l'ultima fase di sostegno prevede continuamente nuovi contenuti, itinerari e spunti di viaggio per esplorare [#greatermiami](#) e le sue opzioni outdoor.

"Stiamo facendo leva sulle nostre risorse naturali per attrarre nuovi visitatori e per prolungarne la durata del soggiorno" afferma William D. Talbert III, CDME, President & CEO di GMCVB. "Greater Miami offre una grande varietà di culture e di luoghi, oltre a un'ampia varietà di esperienze. È una destinazione molto interessante per gli appassionati di avventura, ma anche per gli amanti del benessere in cerca comunque di emozioni: MIAMILAND mette in luce quest'ampia offerta di avventure ed esperienze nella natura, che si possono vivere in città, nei parchi naturali o anche lungo le nostre 35 miglia di spiaggia."



Publication: lacucinaitalia.com
Circulation: 106,000
Date: 28/02/2020
Title: Tagliolini Pane & Vino: the American recipe
Ads Value: \$ 4,500
Coverage: 1 page
URL: <https://bit.ly/2x2XWS2>

LA CUCINA ITALIANA

Tagliolini Pane & Vino: la ricetta americana

28 febbraio 2020

di Redazione Web



La Trattoria Pane & Vino

Sembra di entrare proprio in una trattoria italiana, sia per l'arredamento che per l'accoglienza calorosa. Nel menu, Bruschette al pomodoro, Carpaccio di manzo con rucola e parmigiano, Parmigiana di melanzane, Lasagne emiliane, Tagliatelle alla bolognese e il loro signature Tagliolini Pane & Vino (una pasta fresca fatta in casa bianca e nera e condita con vongole, vino bianco e pesto di prezzemolo). Da provare, anche in Italia, con la ricetta dello chef Loris Navone.

Ingredienti per 4 persone

Per l'impasto

6 uova grandi
2 tuorli
220g semola di grano duro
220 g farina
2 cucchiaini di nero di seppia

Per la salsa

500 g di vongole veraci (pulite e lavate)
60 ml olio extravergine d'oliva
160 ml di vino bianco
120 ml brodo di pesce
trito di aglio
trito di prezzemolo
un pizzico di pepe
un pizzico di zafferano
pomodori ciliegini

Come la fanno la pasta a Miami? A mano, bianca e nera, condita di sugo alle vongole. Alla Trattoria Pane & Vino, a Miami Beach, si cucina italiano

Española Way è una delle vie storiche di Miami Beach, è stata la prima strada commerciale e da qualche anno è tornata a esserlo dopo un progetto di restauro tanto da essere stata nominata il «miglior quartiere nel Sud della Florida» dal quotidiano «Miami Herald». Nata come colonia di artisti negli anni 20, era nota per la sua atmosfera creativa in stile Greenwich Village a New York o Montmartre a Parigi. Ispirato alle iconiche Ramblas di Barcellona e ai villaggi del Mediterraneo e della Francia, evoca un villaggio spagnolo con piccole case colorate, decori di stucco e piastrelle smaltate, ed è oggi una delle destinazioni imperdibili per fare shopping, mangiare, bere e divertirsi. Nascosta dal traffico e dal turismo di Ocean Drive, questa storica strada acciottolata infatti è un susseguirsi di luci scintillanti e musica.

El Paseo, un luogo iconico

Fra le tante attività aperte lungo il pedonale Española Way c'è l'hotel El Paseo, letteralmente *una passeggiata*, un sogno bohémien composto da una villa costruita originariamente nel 1925 come condominio in stile rinascimentale mediterraneo. L'hotel presenta ancora oggi elementi di architettura spagnola, marocchina, italiana e francese, tra cui tetti di tegole, archi a tutto sesto e balconi incantevoli. Non sorprende che il suo stile elegante piacesse agli artisti cubani che vennero a vivere qui negli anni 50 e 60, tanto che per 25 anni l'edificio è stato conosciuto come Española Way Art Center e ha ospitato artisti famosi come Kenny Scharf, Miralda e Craig Coleman. Anche artisti del calibro di Desi Arnaz e non artisti come Al Capone hanno trascorso molti giorni fra queste mura a Española Way. Al pian terreno, il ristorante Pane & Vino La Trattoria serve cucina siciliana e piatti tradizionali italiani.

France

Où manger de bons burgers à Miami ?

 mandaley.fr/destinations-voyages/amerique-du-nord/voyage-miami/restaurant-a-miami

January 30,
2020

Un restaurant à Miami servant des burgers ne serait pas trop difficile à trouver. En termes de burgers et de fast-foods, la réputation des États-Unis n'est plus à faire. Et si New York est réputée pour ces sandwichs américains, Miami n'est pas en reste. Qu'ils soient végétariens, healthy, gourmands ou encore innovants, les burgers de cette ville de Floride sauront vous mettre l'eau à la bouche. Voici quelques unes de nos adresses à tester absolument lors de votre prochain voyage à Miami.

Restaurant à Miami : Ariete



Loin de servir des hamburgers classiques, le restaurant à Miami Ariete, niché dans le **quartier de Coconut Grove**, sort son épingle du jeu avec ses sandwichs qui sortent de l'ordinaire. Dans un espace design et moderne, on déguste un burger à la mode cubaine. En cuisine, le chef Michael Beltran maîtrise l'art de la fabrication de hamburgers tout en rendant hommage à son héritage cubain, en proposant notamment un pain au beurre fait maison englobant deux steaks garnis de fromage américain, le tout sublimé par des cornichons et une sauce secrète. Accompagnez le burger avec des frites maison sur le côté et vous obtiendrez l'un des meilleurs plats de Miami.

> **Adresse : 3540 Main Hwy, Coconut Grove, FL 33133, États-Unis**

[Site Web](#)

Restaurant à Miami : Blue Collar



Autre restaurant à Miami servant l'un des meilleurs burger de la ville : Le Blue Collar, en plein cœur de **Biscayne Boulevard**. Ce hamburger a tout d'un traditionnel burger américain, grâce notamment à son fromage fondu mûré 24 mois, sa laitue, ses tomates, ses oignons et sa sauce relevée. La seule différence réside en son pain, qui n'est pas un bun typique, mais plutôt un muffin passé au four, qui assemblé en burger absorbe tout le jus de la viande et de la sauce, ce qui renforce sa saveur. A tester sans plus tarder.

> **Adresse : 6730 Biscayne Blvd, Miami, FL 33138, États-Unis**

[Site Web](#)

Restaurant à Miami : Cheeseburger Baby



L'un des burgers les plus célèbres de Miami. Dans le **quartier de South Beach**, le Cheeseburger Baby n'est pas un restaurant comme les autres, mais plutôt un foodtruck bien connu de tous, tenu par des femmes uniquement, depuis 2001. Ce foodtruck propose un délicieux cheeseburger à la viande juteuse et au cheddar servi avec des frites dorées qui sauront satisfaire vos papilles.

> **Adresse : 1505 Washington Ave, Miami Beach, FL 33139, États-Unis**

[Site Web](#)

| [Rooftops à Miami : 5 adresses pour profiter du soleil](#)

Des burgers bio chez Lokal Burgers and Beer



De plus en plus de restaurateurs se mettent aux repas bio. Et le Lokal Burgers and Beer, dans le **quartier de Coconut Groove**, porte bien son nom puisqu'ici, la cuisine est réalisée avec des ingrédients locaux provenant de Floride. Les burgers ne contiennent ni « hormones » ni « antibiotiques » selon les restaurateurs. Optez pour leurs frites à la patate douce : un délice.

> **Adresse : 3190 Commodore Plaza, Miami, FL 33133, États-Unis**

[Site Web](#)

Boulud Sud Miami



Le plus raffiné des burgers à Miami se trouve au Boulud Sud, anciennement connu sous le nom de DB Bistro. Au sein du J W Marriott de Miami, sur **Biscayne Boulevard**, c'est le chef français Daniel Boulud qui vous concoctera le DB Burger, composé d'un faux-filet, d'une côte de bœuf braisée, de fois gras et de truffes noires. Un burger raffiné à déguster dans un cadre moderne à l'atmosphère feutrée.

> **Adresse : 255 Biscayne Blvd Way, Miami, FL 33131, États-Unis**

[Site Web](#)

| [The Setai, hôtel Art déco à Miami](#)

Restaurant à Miami : Le Chick



A Miami, les burgers, c'est Chick. Dans le **quartier de Wynwood**, Le Chick est principalement une rôtisserie inspirée par La « Rôtisserie Amsterdam », le spot néerlandais connu pour son délicieux poulet rôti et son bar branché. Et bien que le poulet soit roi chez Le Chick, la vraie star du lieu est inévitablement le burger, l'un des meilleurs de la ville. Chez Le Chick, il faut donc commander le « Royal Cheese », un cheeseburger au cheddar et à la viande maturée, sublimé d'un au pain moelleux et d'une sauce maison. Les mets raffinés et copieux, le prix abordable et l'ambiance de ce restaurant branché permettent de vivre une expérience culinaire de haut niveau. Parfait pour qui recherche une nourriture réconfortante et savoureuse. Le soir venu, le restaurant se transforme en bar branché où habitués et curieux viennent boire des verres dans une ambiance tamisée et dansante.

> **Adresse : 310 NW 24th St, Miami, FL 33127, États-Unis**

[Site Web](#)

> [Office du tourisme de Miami](#)

Publication : ROUTARD.COM

Headline : WINTER PARTY FESTIVAL À MIAMI

Author : N/A

Date of publication : 1/2/2020

Circulation / Visits per month : 3.800.000

Total Media Value : \$3.622

Resulting from : MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING



Partir en Floride

[Itinéraires](#)

[Incontournables](#)

[Pratique](#)

[Carte](#)

[Forums](#)

Agenda culturel, fêtes et festivals

Winter Party Festival à Miami



La fête bat son plein sur South Beach et dans les bars. Cet événement à vocation caritative apparu en 1994 est devenu une fête destinée à lever des fonds destinés à défendre les droits des gays et lesbiennes.

Quand : du 4 au 10 mars 2020

Site internet : [Winter Party Festival](#)

Fiche destination : [Floride](#)

Publication : ROUTARD.COM

Headline : CALLE OCHO À MIAMI

Author : N/A

Date of publication 1/2/2020

Circulation / Visits per month : 3.800.000

Total Media Value : \$5.672

Resulting from : MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING



Partir en Floride

[Itinéraires](#)

[Incontournables](#)

[Pratique](#)

[Carte](#)

[Forums](#)

Agenda culturel, fêtes et festivals

Calle Ocho à Miami



Dans le quartier de Little Havana, la 27e Avenue organise un festival de la culture latino qui rassemble chaque année d'un million et demi de personnes, un carnaval incroyable qui met le feu à la Floride.

Concerts, bals, shows, compétitions sportives et culinaires et même un tournoi de dominos ! Cet événement offre la possibilité de danser *'til you die* (jusqu'à l'épuisement) sur des rythmes latinos comme la salsa, le merengue ou encore le mambo.

Miami est devenue l'une des « capitales » de l'Amérique latine, la ville la plus hispanique des États-Unis et une seconde patrie pour les Cubains en exil.

Quand : le 15 mars 2020

Site internet : [Carnaval Miami](#)

Fiche destination : [Floride](#)

Publication : ROUTARD.COM

Headline : FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM À MIAMI

Author : N/A

Date of publication 1/2/2020

Circulation / Visits per month : 3.800.000

Total Media Value : \$3.018

Resulting from : MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING



Partir en Floride

[Itinéraires](#)

[Incontournables](#)

[Pratique](#)

[Carte](#)

[Forums](#)

Agenda culturel, fêtes et festivals

Festival international du film à Miami



Ce festival présente au Miami Dade College des films latino-américains et internationaux, en mettant l'accent sur les films amateurs.

Quand : du 6 au 15 mars 2020

Site internet : [Miami International Film Festival](#)

Fiche destination : [Floride](#)

Publication : ROUTARD.COM

Headline : FULTRA MUSIC FESTIVA À MIAMI

Author : N/A

Date of publication 1/2/2020

Circulation / Visits per month : 3.800.000

Total Media Value : \$3.441

Resulting from : MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING



Partir en Floride

Itinéraires

Incontournables

Pratique

Carte

Forums

Agenda culturel, fêtes et festivals

Ultra Music Festival à Miami



Un célèbre festival de musique électronique en plein air, à Bayfront Park. L'affluence atteint désormais les 100 000 spectateurs, venus s'éclater au son des meilleurs DJs du monde.

L'Ultra Music Festival **s'exporte en Europe**.

Quand : du 20 au 22 mars 2020

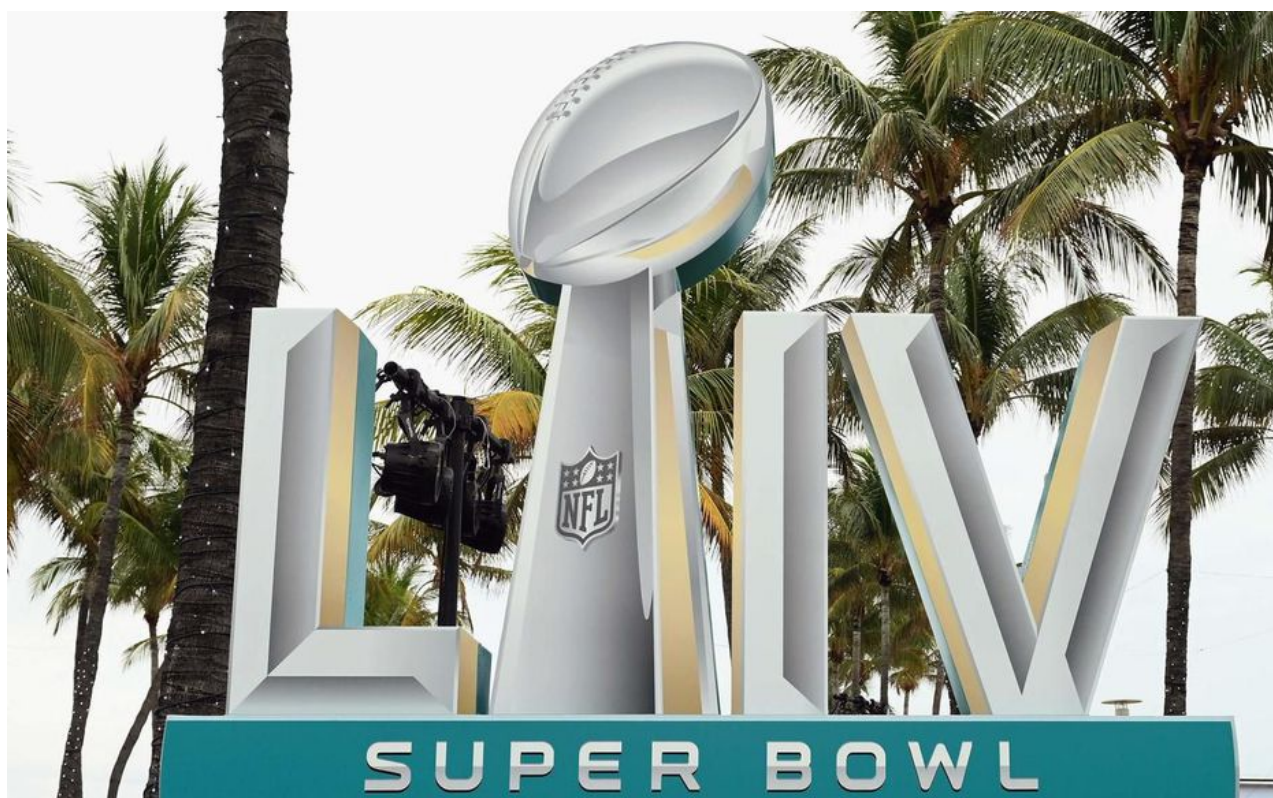
Site internet : [Ultra Music Festival](#)

Fiche destination : [Floride](#)

Super Bowl 2020 : audience, billets, pubs... ces chiffres qui donnent le tournis

leparisien.fr/sports/super-bowl-2020-audience-billets-pubs-ces-chiffres-qui-donnent-le-tournis-02-02-

February 2,
2020



Sports

Dans la nuit de dimanche à lundi (0h30) se tiendra la finale du Super Bowl, à Miami, entre Kansas et San Francisco. L'occasion de revenir sur les chiffres de la démesure de cet événement planétaire.

Le 2 février 2020 à 17h52

Pour les cent ans de la National Football League (NFL), la ligue américaine de football américain, les fans du monde entier vont avoir le droit à un 54e Super Bowl de choix entre les Chiefs de Kansas City du talentueux quarterback Patrick Mahomes, et les 49ers de San Francisco qui rêvent d'intégrer le club fermé des sextuples vainqueurs, dimanche au Hard Rock Stadium de Miami (à partir de 00h30 sur TF1 et BeIN). L'occasion de revenir, en chiffres, sur la folie qui s'empare de cet événement planétaire chaque année, dépassant largement les frontières des Etats-Unis.

98,2 millions. Le Super Bowl est l'événement sportif le plus attendu de l'année pour la majorité des Américains, qui étaient 98,2 millions à le suivre sur NBC l'an dernier. Et cette année, la finale pourrait bien battre de nouveaux records. Les organisateurs espèrent ainsi attirer au moins 110 millions de téléspectateurs rien qu'aux Etats-Unis, soit un tiers de la population américaine. Et 160 millions à travers le monde.

180. La rencontre sera retransmise en direct dans environ 180 pays dans le monde, et commentée en 25 langues. En France, les fans pourront suivre l'événement sur TF1 et BeIN Sports, avec l'incontournable concert de mi-temps animé cette année par Shakira et Jennifer Lopez. En 2019, TF1 avait attiré 531 000 téléspectateurs, contre 347 000 personnes l'année précédente sur W9.

51,7 millions. Ce match sera l'occasion pour les Américains de consommer en masse. Devant leur écran, ils engloutiront 14 500 tonnes de chips, 1,25 milliard ailes de poulets (chicken wings) et 8 millions de kilos de guacamole. Sans oublier d'acheter 51,7 millions de packs de bières.

1. Un Américain sur dix a pris ses précautions en cas de victoire un peu trop arrosée - ou de défaite un peu trop dure à avaler -, et n'ira pas travailler lundi.

5,2 millions. Qui dit Super Bowl dit spots de pub incroyables... et vendus à prix d'or : les 30 secondes de publicité ont été proposées contre 5,2 millions de dollars, soit 4,68 millions d'euros et 250 000 dollars de plus que les années précédentes. Avec quatre heures d'antenne, les chaînes peuvent donc récolter grâce à ces spots 350 millions de dollars (315 millions d'euros) de recettes.

10 millions. Ces spots permettront également de voir le président américain Donald Trump et l'ancien maire de New York Michael Bloomberg se répondre dans des séquences d'une minute vendues chacune 10 millions de dollars. Sur fond de politique et de course à la primaire démocrate.

9 723. C'était le prix moyen en dollars d'une place lors du Super Bowl XLIX entre les Seahawks et les Patriots, en 2014. Si cette moyenne est la plus haute de l'histoire, elle pourrait être battue cette année, la moyenne d'un ticket de ce Super Bowl étant actuellement proche des 8 100 dollars. À noter que les tarifs peuvent atteindre les 80 000 dollars pour des loges... et jusqu'à 525 000 dollars pour une suite bien placée. Chacun ses priorités.

Publication : PUBLIC.FR

Headline : 2/2/2020

Author : N/A

Date of publication : JENNIFER LOPEZ : AU SUPER BOWL, SA FILLE DE 11 ANS, EMME, VOLE LA VEDETTE À SHAKIRA

Circulation / Visits per month : 1.600.000

Total Media Value : \$38.631

Resulting from : MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING

Jennifer Lopez : au Super Bowl, sa fille de 11 ans, Emme, vole la vedette à Shakira !

P public.fr/Toutes-les-photos/Jennifer-Lopez-au-Super-Bowl-sa-fille-de-11-ans-Emme-vole-la-vedette-a-

Ce 2 février, à Miami, Jennifer Lopez a fait monter sa fille de 11 ans, Emme, sur la scène du Hard Rock Stadium. De quoi voler le halftime show à Shakira !

Marc Anthony

Jennifer Lopez

Ce 2 février à Miami, tandis que se jouait la finale du tournoi de football américain, le 54ème Super Bowl, qui opposait les Chiefs de Kansas city (vainqueurs) aux 49ers de San Francisco, c'est comme d'habitude le spectacle de la mi-temps (le halftime show) que le grand public attendait !

Emme, la fille de JLo, a participé au show !

Il était animé cette année par Jennifer Lopez et Shakira. Et si les chanteuses ont recruté quelques guests pour les accompagner - comme Bad Bunny et J Balvin - c'est sans conteste l'invitée d'honneur de JLo qui a volé la vedette à tout le monde !

Emme Anthony, fille de la bomba latina et de Marc Anthony a fait un carton en interprétant "Let's get loud" et "Born in the USA". Shakira l'a accompagnée à la batterie, tandis que Jennifer Lopez la rejoignait sur scène, avec un manteau aux couleurs de Puerto Rico.

L'adolescente de 11 ans, surnommée Coco par sa maman, a tout de suite reçu les compliments de son papa, Marc Anthony, sur la Toile. Publiant une photo du visage angélique de la chanteuse en herbe, la superstar de la chanson latino a commenté : "Emme Papa est tellement fier de toi. Tu es mon ♥ et je suis pour toujours à toi".

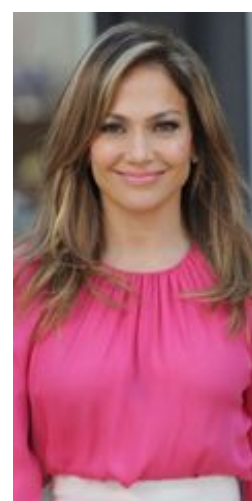
Jennifer Lopez a rafflé tous les compliments

Et Marc Anthony n'est pas le seul à avoir commenté la représentation. Dans la foule du Hard Rock Stadium, Alex Rodriguez, le fiancé de Jennifer Lopez s'est filmé en train de bondir sur la musique. Il l'a félicité pour son spectacle qui l'a rendu si fier !

Au terme de cette soirée, si Jennifer Lopez a étonné à 50 ans par son dynamisme et son impressionnante plastique, Shakira, elle, a été moquée sur les réseaux sociaux. En cause, un "youyou" (coup de langue rythmé) qu'elle a adressé à la caméra, pendant qu'elle chantait "Hips don't lie"... qui est devenu instantanément un mème sur internet.

>> A voir aussi : Jennifer Lopez doit 40 millions de dollars !


F.A



Super Bowl 2020 : où et à quelle heure suivre l'événement à la télévision ?

 tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/super-bowl-2020-ou-et-a-quelle-heure-suivre-l-evenement-a-la-

February 2,
2020

- Par  [Emmanuelle Litaud](#)
- Publié le 02/02/2020 à 14:39



Julian Edelman, joueur des Patriots de la Nouvelle-Angleterre, équipe victorieuse du Super Bowl 2019.
AFP/AL BELLO

Les fans français de football américain auront le choix entre deux diffuseurs pour suivre ce rendez-vous sportif incontournable dans la nuit du 2 au 3 février.

Chaque année, les chiffres engendrés par le Super Bowl donnent le tournis. En 2019, la rencontre a été diffusée dans 180 pays en 25 langues et suivie par près de 160 millions de personnes dans le monde. Un spot publicitaire coûtait 5,25 millions de dollars les 30 secondes, soit 250.000 dollars de plus que les années précédentes! C'est aussi le programme télévisé le plus regardé de l'année aux États-Unis. En France, c'est TF1 et beIN Sports qui diffusent l'événement. Tous deux retransmettent cette 54^e édition du Super Bowl mettant aux prises, dans la nuit du dimanche 2 au lundi 3 février 2020, les Kansas City Chiefs aux 49ers de San Francisco. Une affiche inédite qui se tiendra en direct depuis le Hard Rock Stadium, à Miami, en Floride. L'incontournable concert de la mi-temps sera, lui, animé par Shakira et Jennifer Lopez.

» **LIRE AUSSI - Superbowl: New England remporte le Super Bowl pour la 6e fois**

De bonnes audiences de TF1

TF1, qui diffuse l'événement depuis l'an dernier, prendra l'antenne à 23 h 55. Jean-Pierre Gaggick et Philippe Gardent - l'un des quatre Français à avoir évolué en NFL, aujourd'hui chargé de la préparation du Stade Rochelais en Top 14 - commenteront le match sur la Une. En 2019, la chaîne avait ainsi attiré 531.000 téléspectateurs contre 347.000 personnes l'année précédente sur W9.

Une soirée sports US sur beIN Sports

beIN Sports, de son côté, a choisi de consacrer sa soirée aux sports américains. Le diffuseur exclusif de la NFL proposera ainsi le match de NBA New Orleans Pelicans/Houston Rockets à 20 heures, puis un avant-match du Super Bowl dès 23 heures avec Rémi Reverchon, Benjamin Bernard et Laurent Marceline. À 0h30, Lionel Buton et Marc-Angelo Soumah prendront l'antenne pour commenter la rencontre. La

chaîne proposera, à l'issue de la confrontation, un débrief d'après-match et la retransmission de la remise du trophée. Une rediffusion sera programmée lundi 3 février à 13 heures sur beIN Sports 3.

Publication : 20MINUTES.FR

Headline : SUPERBOWL L'HOMMAGE À BRYANT, LA PUB DE TRUMP ET LE SHOW DE SHAKIRA ET J-LO, REVIVEZ LA MEILLEURE NUIT DE L'ANNÉE

Author : N/A

Date of publication : 3/2/2020

Circulation / Visits per month : \$7.800.000

Total Media Value : \$65.190

Resulting from : MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING

Superbowl : L'hommage à Bryant, la pub de Trump et le show de Shakira et J-Lo, revivez la meilleure nuit de l'année

[20minutes.fr/sport/2709715-20200203-superbowl-hommage-bryant-pub-trump-show-shakira-lo-revivez-](https://www.20minutes.fr/sport/2709715-20200203-superbowl-hommage-bryant-pub-trump-show-shakira-lo-revivez-)



Comme des chefs : Kansas City et son talentueux quarterback Patrick Mahomes ont remporté le 54e Super Bowl de la NFL, le deuxième de l'histoire de la franchise de football américain, aux dépens de San Francisco (31-20), dimanche à Miami au terme d'une finale au suspense haletant. La franchise du Missouri, qui met ainsi un terme à cinquante ans de disette depuis son premier sacre face à Minnesota, succède au palmarès à New England. Mais au-delà du terrain, le Superbowl a comme d'habitude autant valu par ses publicités hors de prix et son concert à la mi-temps. Florilège de la nuit.



Shakira et Jennifer Lopez à la mi-temps du Superbowl 2020. — *Charlie Riedel/AP/SIPA*

Kobe Bryant dans les cœurs

Le décès accidentel du légendaire basketteur a ému bien au-delà de la NBA et une semaine jour pour jour après sa disparition, la NFL a voulu lui rendre hommage. Avant la présentation des équipes, les Chiefs et les 49ers se sont positionnés sur leurs lignes des 24 yards, clin d'œil au numéro de maillot de Kobe Bryant. Le stade a alors observé une minute de silence. Dans le public, au milieu des maillots de Kansas City et San Francisco, certains portaient la tunique des Lakers frappée du numéro 8 (celle de Kobe Bryant au début de sa carrière) ou du 24. Plusieurs joueurs du Super Bowl avaient inscrit sur leurs chaussures des messages en mémoire du « Black Mamba », le surnom de Bryant.

The 49ers and Chiefs took a moment to honor Kobe and Gianna Bryant, Chris Doleman and those who lost their lives in last week's accident 🙏

(via [@NFL](https://twitter.com/NFL)) pic.twitter.com/hwkJftQRp

— ESPN (@espn) [February 2, 2020](#)

Fièvre latina à la mi-temps

Attendues pour donner une touche hispanique à ce Superbowl qui se disputait à Miami, la métropole la plus latino des Etats-Unis, Shakira et Jennifer Lopez n'ont pas déçu. La Colombienne a démarré avec un medley comprenant notamment *Whenever, Wherever* et *Hips Don't Lie*, bientôt rejointe par le rappeur et chanteur portoricain Bad Bunny. La New-

Yorkaise Jennifer Lopez a pris le relais, maintenant le rythme effréné. Aux célèbres mouvements de hanches de Shakira, J-Lo a répondu par des ondulations du fessier et une séance de pole dance, tout droit sortie de son récent film *Queens*. Les basses, la danse, les battements par minute, tout rappelait l'atmosphère des clubs de Miami. A l'applaudimètre et sur les réseaux sociaux, Shakira l'a emporté haut la main.

Trump et Bloomberg se font (de) la pub

Célébrités, loufoqueries et nouveautés qu'avaient convoquées les marques pour leurs spots n'y ont rien fait, le terrain publicitaire le plus prisé de l'année a été phagocyté par Donald Trump et Michael Bloomberg, premiers candidats à la présidentielle à s'offrir une publicité lors du Superbowl dans tout le pays. Plutôt que de s'attaquer l'un l'autre, ils ont préféré s'éviter et s'adresser chacun aux électeurs noirs. Le président a mis en avant sa réforme du système judiciaire américain, incarnée par une femme noire, qui a bénéficié d'une libération anticipée. Un message accueilli avec scepticisme sur Twitter, beaucoup l'accusant d'instrumentalisation. Le spot de Michael Bloomberg, contre la violence des armes, présentait lui aussi une femme noire, la mère d'un jeune homme tué par balles. Le principal lobby des armes, la NRA, a immédiatement contre-attaqué, prévenant que les propriétaires d'armes ne se laisseraient pas déposséder.

I promised to restore hope in America. That includes the least among us. Together, let's
KEEP AMERICA GREAT!

Text TRUMP to 88022 if you liked our Super Bowl ad! pic.twitter.com/Lgjt53B7QX

— Donald J. Trump (@realDonaldTrump) February 2, 2020

À lire aussi

Etats-Unis : les quatre séquences à retenir du Super Bowl

francetvinfo.fr/monde/usa/etats-unis-les-quatre-sequences-a-retenir-du-super-bowl_3810321.html

February 3, 2020

Les Chiefs de Kansas City sont sortis vainqueurs de la finale du championnat de football américain, face aux 49ers de San Francisco (31-20).



La chanteuse colombienne Shakira, lors du spectacle à la mi-temps du Super Bowl, à Miami (Floride), le 2 février 2020. (MADDIE MEYER / GETTY IMAGES NORTH AMERICA / AFP)

Mis à jour le 03/02/2020 | 10:25

publié le 03/02/2020 | 09:46

Une finale renversante. Les Chiefs de Kansas City et son quarterback Patrick Mahomes ont réussi un formidable comeback pour remporter le 54e Super Bowl, en finale du championnat de football américain (NFL), dimanche 2 février à Miami. Ils ont effacé un retard d'une dizaine de points dans les dernières minutes pour finalement l'emporter 31-20 face aux San Francisco 49ers.

Cet évènement sportif a été marquée par un hommage au basketteur Kobe Bryant, décédé il y a quelques jours, par le show incandescent des stars latino-américaines Shakira et Jennifer Lopez et par les spots publicitaires de Donald Trump, candidat à sa réélection à la Maison Blanche, et de Michael Bloomberg, ancien maire de New York en lice pour la primaire démocrate.

1 Une minute de silence pour Kobe Bryant

La NFL a voulu rendre hommage au basketteur Kobe Bryant, décédé dimanche 26 janvier, à 41 ans, dans un accident d'hélicoptère, en Californie. Avant la présentation des équipes, les Chiefs et les 49ers se sont positionnés sur leurs lignes des 24 yards, clin d'œil au numéro iconique de l'ancien joueur des Lakers. Le stade a alors observé une minute de silence. Plusieurs joueurs du Super Bowl avaient inscrit sur leurs chaussures des messages en mémoire du "Black Mamba", le surnom de Bryant.

Les Chiefs et les 49ers se sont alignés sur la ligne des 24 yards pour rendre hommage à Kobe Bryant. [#Superbowl](https://pic.twitter.com/p7zmnD8NF0) pic.twitter.com/p7zmnD8NF0

— Parlons NBA (@ParlonsNBA) [February 2, 2020](#)

2 Un évènement aussi pendant la pause pub

Le terrain publicitaire le plus prisé de l'année a été phagocyté par [Donald Trump](#) et Michael Bloomberg, premiers candidats à la présidentielle à s'offrir une publicité lors du Super Bowl, sous les yeux de 100 millions d'Américains devant leur télé. Dans son spot publicitaire, le président des Etats-Unis a mis en avant sa réforme du système judiciaire américain, incarnée par une femme noire, qui a bénéficié d'une libération anticipée. Un message accueilli avec scepticisme sur Twitter, beaucoup l'accusant d'instrumentalisation.

I promised to restore hope in America. That includes the least among us. Together, let's KEEP AMERICA GREAT!

Text TRUMP to 88022 if you liked our Super Bowl ad! pic.twitter.com/Lgjt53B7QX

— Donald J. Trump (@realDonaldTrump) [February 2, 2020](#)

Selon Fox Corporation, qui diffuse le match aux Etats-Unis, trente secondes de publicité coûtent près de 5,6 millions de dollars (environ 5 millions d'euros). De nombreux annonceurs profitent de l'évènement pour diffuser de nouveaux spots ambitieux. L'une des pubs les plus remarquées a été un remake d'*Un jour sans fin*, avec un Bill Murray très heureux de revivre le "jour de la marmotte" à bord d'une Jeep.

Today isn't just Game Day. It's Groundhog Day. Watch Bill Murray in the Jeep "Groundhog Day" commercial featuring the 2020 Jeep Gladiator. [#JeepGroundhogDay](#) pic.twitter.com/R3xn6PC7Ro

— Jeep (@Jeep) [February 2, 2020](#)

3 Un show à la mi-temps de Shakira et "J-Lo"

Attendues pour donner une touche hispanique à ce Super Bowl, [Shakira](#) et Jennifer Lopez n'ont pas déçu lors du show à la mi-temps. La Colombienne a démarré avec un medley comprenant notamment *Whenever, Wherever* et *Hips Don't Lie*. Aux célèbres mouvements de hanches de Shakira, "J-Lo" a répondu par une séance de pole dance, tout droit sortie de son récent film *Queens*.

[📺 VIDÉO] @🇺🇸 #NFL #SuperBowl

☆☆ Découvrez l'incroyable show de Shakira et Jennifer Lopez !

🔥 13 minutes d'un spectacle extraordinaire ! <https://t.co/Sa11gvy8KK>

— beIN SPORTS (@beinsports_FR) February 3, 2020

4 Une erreur de Donald Trump pour conclure

Comme le veut la tradition, le président des Etats-Unis a félicité le vainqueur à la fin du match. Mais le tweet ci-dessous a été corrigé après que le locataire de la Maison Blanche s'est trompé en saluant la victoire de Kansas City et du "*grand Etat du Kansas*". Or la ville se trouve dans le Missouri, comme son nom ne l'indique pas.

Congratulations to the Kansas City Chiefs on a great game and a fantastic comeback under immense pressure. We are proud of you and the Great State of Missouri. You are true Champions!

— Donald J. Trump (@realDonaldTrump) February 3, 2020

Jennifer Lopez et Shakira en majesté pendant le show du Super Bowl

 [lefigaro.fr/culture/jennifer-lopez-et-shakira-en-majeste-pendant-le-show-du-super-bowl-20200203](https://www.lefigaro.fr/culture/jennifer-lopez-et-shakira-en-majeste-pendant-le-show-du-super-bowl-20200203)

AFP agence, Melissa Makaya

February 3,
2020


Shakira et Jennifer Lopez sur la scène du Super Bowl. KEVIN WINTER/AFP

À Miami, une ville à forte population hispanique, où les Kansas City Chiefs ont vaincu les 49ers de San Francisco pour la finale du championnat de football américain, les deux têtes d'affiche du spectacle de mi-temps étaient toutes deux des femmes et latinas.

«*Hola Miami!*» s'exclame la star colombienne Shakira dès son entrée sur scène, ce qui présage que la suite du show sera sous le signe de la culture latino. Mélanges de tubes pop, guitares électriques, pole dance et déhanchés endiablés: «J-Lo» et Shakira ont trouvé la recette parfaite pour mettre le feu pendant quinze minutes sur la scène d'un des événements les plus extravagants au monde. Dimanche soir, la finale du Super Bowl a réuni 100 millions de téléspectateurs au États-Unis.

» Lire aussi - Kobe Bryant, Shakira, Lopez, Trump: les 5 temps forts du Super Bowl

Vêtue d'un ensemble rouge en sequin avec des bottes cow-boys de la même couleur, Shakira (43 ans) a su mener sa troupe de danseuses à travers ses tubes - *Whenever, Wherever, She Wolf* ou encore *Hips Don't Lie* - en ne manquant pas de prendre un bain de foule. Le tout en chantant en anglais et en espagnol, comme sa consœur Jennifer Lopez, âgée de 50 ans.

Une tenue en cuir noir, une longue jupe rose et perchée sur une barre de pole (compétence qu'elle a acquise durant son film *Queens*): J-Lo chante *I'm still Jenny from the Block*. Les rappeurs portoricain Bad Bunny et colombien J Balvin sont aussi apparus en tant qu'invités surprise pour accompagner les chanteuses.

» La performance intégrale de J-Lo et Shakira durant la finale du Super Bowl

«Une performance engagée»

Jennifer Lopez a envoyé un message politique en mettant en scène des enfants dans des capsules illuminées ressemblant à des cages. Une référence à la politique d'immigration sous la présidence de Donald Trump qui a enfermé de nombreux enfants en provenance d'Amérique latine, provoquant l'indignation générale dans le pays.

» LIRE AUSSI - Duel de publicités Bloomberg-Trump pour le Super Bowl

Née dans le Bronx à New York de deux parents originaire de Porto Rico, une petite île dans les Caraïbes, J-Lo est devenue une star internationale dans le monde de la musique et à Hollywood.

Shakira, de Barranquilla en Colombie, sympathise avec les Latinos des États-Unis, où le débat anti-immigration est devenu davantage public ces dernières années. «*La communauté Latino-américaine traverse un moment très difficile aux États-Unis. Je pense qu'il est très important pour nous d'envoyer un message d'union*», a confié Shakira lors d'une conférence de presse jeudi dernier.

Le show du Super Bowl se poursuit avec un mash-up du fameux hit de Jennifer *Let's Get Loud* avec *Born in the USA* de Bruce Springsteen repris par la fille de Jennifer Lopez, Emme, 11 ans pendant lequel Lopez a dévoilé une veste à plume où apparaissaient le drapeau américain d'un côté et le drapeau Porto Ricain de l'autre.

J- Lo et Shakira se sont ensuite réunies pour clore le show avec une chorégraphie mêlant salsa et danses typiques de Colombie, la champeta et le mapalé, sous les acclamations du public et des feux d'artifice.

Publication : LEMONDE.FR

Headline : SUPER BOWL 2020 : VICTOIRE POUR KANSAS CITY, CINQUANTE ANS APRÈS LEUR PREMIER TITRE

Author : N/A

Date of publication : 3/2/2020

Circulation / Visits per month : 28.900.000

Total Media Value : \$102.614

Resulting from : MEETING/PUBLIC RELATIONS & PITCHING

Super Bowl 2020 : victoire pour Kansas City, cinquante ans après leur premier titre

 [lemonde.fr/sport/article/2020/02/03/super-bowl-2020-kansas-city-remporte-un-deuxieme-titre-cinquante-](https://www.lemonde.fr/sport/article/2020/02/03/super-bowl-2020-kansas-city-remporte-un-deuxieme-titre-cinquante-)



Le quarterback des Kansas City Chiefs, Patrick Mahomes, lors du Super Bowl contre les San Francisco 49ers, le 2 février, à Miami (Floride). WILFREDO LEE / AP

Kansas City a remporté pour la deuxième fois de son histoire le Super Bowl, la finale de la Ligue nationale professionnelle de football américain (NFL), en battant San Francisco (31-20), dimanche 2 février, à Miami (Floride).

Le quarterback Patrick Mahomes, auteur de deux lancers convertis en « touchdowns » dans le quatrième et dernier quart-temps de la rencontre, permettant ainsi à son équipe de combler un déficit de dix points, a été le héros des Chiefs. La franchise du Missouri est sacrée au terme d'une finale au suspense haletant, cinquante ans après son premier titre acquis aux dépens des Vikings de Minnesota.

Après trois quart-temps joués dans un inconfort total, plaqué quatre fois, intercepté deux fois, Patrick Mahomes a d'abord réussi un lancer crucial sur une troisième tentative (« down ») pour laquelle il avait 15 yards à gagner ; son lancer a trouvé son coéquipier le receveur Tyreek Hill 44 yards plus loin. Il a ensuite parfaitement fini le travail avec une offrande au « tight end » Travis Kelce (17-20). Mais il restait encore trois points à combler.

Gagnant en confiance, les Chiefs, qui avaient démontré durant ces play-offs leur capacité à renverser des situations compromises – au tour précédent, en finale de conférence, ils avaient triomphé des Houston Texans (51-31) après avoir été menés (0-24) – s'offraient un autre récital sous la baguette du chef d'orchestre Mahomes. Grâce à quatre passes consécutives, ils remontaient cinquante yards, le running-back Damien Williams pénétrant ensuite dans l'en-but des 49ers pour un nouveau touchdown (24-20). Ce dernier devait ensuite donner le coup de grâce en scurant derechef dans les dernières minutes de la rencontre grâce à une course de 38 yards.

Une mi-temps endiablée

Comme chaque année, le spectacle offert à la mi-temps du match était aussi attendu que la rencontre de football elle-même. Et après une prestation du groupe Maroon 5 peu enthousiasmante l'an passé, les chanteuses latino Shakira et Jenifer Lopez ont fait le show au cours de quinze minutes agrémentées de déhanchés endiablés et enchaînés au rythme de leurs plus grands succès.

A chaque Super Bowl, aussi, son lot de publicités plus ou moins réussies. Pour cette édition, année d'élection présidentielle oblige, Donald Trump avait aussi droit à son show – une interview sur la chaîne Fox juste avant le match puis deux publicités de campagne de 30 secondes chacune. Chez les démocrates, c'est le milliardaire Michael Bloomberg qui, fidèle à sa stratégie d'invasion des écrans, a gratifié les Américains d'une minute de requiem pour un meilleur contrôle des armes à feu.

Lire aussi Primaire démocrate aux Etats-Unis : Michael Bloomberg, citizen cash

Du côté des marques, qui déboursent des millions de dollars pour quelques secondes de spot publicitaire, c'est Jeep qui a réussi son coup en offrant à Bill Murray un tour de piste de plus dans une nouvelle version du film *Un Jour sans fin*, un classique du cinéma américain des années 1990.

Vidéos et images. Jennifer Lopez et Shakira enflamment le Super Bowl, Kansas city champion

champion-7145141-8.php

 sudouest.fr/2020/02/03/videos-et-images-jennifer-lopez-et-shakira-enflamment-le-super-bowl-kansas-city-

Les Chiefs de Kansas city remportent leur second Super Bowl après une spectaculaire remontée au cours de ce Super Bowl 2020 dont le show a été assuré par J-Lo et Shakira

La finale du Super Bowl 2020 à Miami a vu les « Chiefs » de Kansas City s'imposer devant les « 49ers » de San Francisco mais le monde entier retiendra surtout le show spectaculaire assuré par Shakira et Jennifer Lopez. Devant plus de 100 millions de téléspectateurs, les deux stars ont offert un spectacle millimétré, avant un final en commun.

Kansas City et son quarterback Patrick Mahomes ont réussi un formidable comeback pour remporter le 54e Super Bowl de la NFL, le deuxième de l'histoire du club, aux dépens de San Francisco (31-20).

Super Bowl 2020 s'est joué à Miami, en Floride.

Crédit photo : AFP

Une nouvelle ère

L'équipe du Missouri, qui met un terme à cinquante ans de disette depuis son premier sacre face à Minnesota, succède au palmarès à New England. L'an passé, les Patriots de Tom Brady s'étaient imposés pour la sixième fois, prolongeant une dynastie de 18 années au cours desquelles ils ont disputé neuf finales.

La rédaction vous conseille

- [Roxana Maracineanu : « Cette parole libérée doit inciter d'autres athlètes à dénoncer des crimes »](#)
- [« J'ai cru qu'on allait dérailler » : un TER heurte un arbre tombé sur la voie peu avant Mont-de-Marsan](#)

Cette fois, pas de « Pats » ni de « Brady » à l'affiche, pas de « Super Bore » non plus contrairement à l'insipide finale de l'an passé, mais des Chiefs, dont le triomphe pourrait ouvrir une nouvelle ère, et dont le visage juvénile à la coupe afro est celui de Patrick Mahomes. Agé de 24 ans, il est le deuxième plus jeune quarterback de l'histoire à soulever le trophée Vince-Lombardi, après Ben Roethlisberger. Il a pourtant longtemps souffert sous l'énorme pression défensive imposée par des 49ers, mais il a fait preuve de suffisamment de sang froid et de talent pour faire ce que toute son équipe attendait de lui : la différence.

Patrick Mahomes
Crédit photo : AFP

« Peu importe le score, on a Pat Mahomes », a déclaré le receveur Travis Kelce. « C'est +magic Mahomes+, c'est +showtime Mahomes+. Et vous savez quoi? Il a eu la volonté de remettre cette équipe dans le match ».

Son quatrième quart-temps fut effectivement celui des grands champions, sous les yeux de légendes de ce sport comme Joe Montana, présent au Hard Rock Stadium comble de 76000 spectateurs et qui aurait sûrement préféré voir ses 49ers entrer dans le Panthéon des plus titrés, aux côtés de New England et de Green Bay.

Le quarterback des Chiefs a permis à son équipe de faire une spectaculaire remontée
Crédit photo : AFP



Watch Video At: https://youtu.be/pILCn6VO_RU

Accusant dix points de retard, après trois quart-temps s'apparentant à un calvaire, saqué quatre fois, intercepté deux fois, Mahomes a d'abord réussi un lancer crucial qui a trouvé Tyreek Hill 44 yards plus loin. Il a ensuite parfaitement fini le travail avec une offrande à Travis Kelce (20-17). Le regain de confiance chez des Chiefs, qui avaient démontré durant ces play-offs leur capacité à renverser des situations compromises, comme au 2e tour contre Houston (51-31 après avoir été menés 24-0), s'est traduit par un autre récital de Mahomes, qui a réussi quatre passes consécutives pour remonter cinquante yards et finalement trouver Damien Williams pour le touchdown (24-20). Ce dernier a ensuite donné le coup de grâce en réalisant le doublé dans les dernières minutes d'une course de 38 yards.

"THIS IS [@PATRICKMAHOMES](#) AND WE JUST WON THE SUPER BOWL."
[#ChiefsKingdom #SBLIV pic.twitter.com/Jz1mRCURmT](#)

— NFL (@NFL) [February 3, 2020](#)

« Nous n'avons jamais perdu confiance. Personne dans cette équipe n'avait la tête baissée et nous avons trouvé un moyen de gagner à la fin », a déclaré Mahomes qui avait lui-même inscrit à la course le premier touchdown de Kansas City au premier quart-temps et a logiquement été désigné MVP du Super Bowl.

Le supporters de Kansas city.
Crédit photo : AFP

Pour ses cent ans, La NFL ne pouvait rêver de meilleure publicité que cette finale passionnante. D'autant que sous les yeux de 100 millions d'Américains, le show de la mi-temps a été chaud, avec Shakira et Jennifer Lopez, entre mouvements de hanches et ondulations du fessier.

Pendant que Donald Trump ne savait pas où donner de la tête entre le Kansas et le Missouri, en confondant l'Etat d'origine des Chiefs dans son tweet de félicitations, aussitôt supprimé.

Eh [@CheckNewsfr](#), est-il vrai que Trump a twitté que Kansas-city était dans Kansas après leur victoire au [#SuperBowl](#) ? [pic.twitter.com/4wOAkppQBW](#)

— [_Guigui_9 \(@_Guigui_9\)](#) [February 3, 2020](#)

Tourisme : l'opération séduction de la région pour conquérir les marchés américains

 laprovence.com/videos/tourisme-l-operation-seduction-de-la-region-pour-conquerir-les-marches-



February 11,
2020

Watch Video At: <https://youtu.be/1Zw2hCi-LB0>

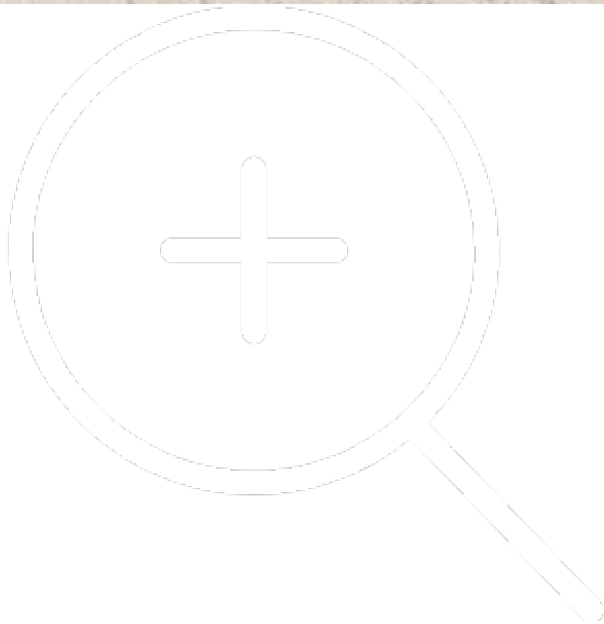
[#Tourisme](#) [#Région](#) [#Provence-Alpes-Côte-d'Azur](#) [#Paca](#) [#RégionSud](#) [#CRT](#) [#Miami](#)
[#Amérique](#) [#Etats-Unis](#) [#Canada](#) [#Mexique](#) [#Pérou](#) [#Argentine](#) [#Tour-opérateurs](#)
[#Voyages](#)

Opération séduction sur Miami Beach ! Alors que le printemps s'installe déjà sur la pointe de la Floride, le Comité régional de tourisme (CRT) Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Atout France, l'agence de l'État chargée de promouvoir le tourisme français, ont organisé la semaine dernière un grand meeting à Miami, baptisé Made in the Americas. Objectif : conquérir les marchés américains en exposant les qualités de la région et attirer de nouveaux pays comme le Mexique, le Brésil, l'Argentine ou encore le Pérou. Le CRT, association financée par la Région Sud qui regroupe 200 professionnels et institutionnels de la région (responsables d'offices de tourisme, hôteliers...) a donc invité pour la deuxième année consécutive à Miami Beach près de 30 tour- opérateurs venus de toute l'Amérique pour leur faire découvrir les atouts des trois "marques" de la région (Provence, Alpes et Côte d'Azur) à travers des rencontres sur trois jours. "Le cadre de Miami est idéal, c'est central pour l'ensemble de nos clients qui se trouvent tous à moins de cinq heures d'avion, et il présente tout ce qu'il faut pour organiser des animations en extérieur", explique Loïc Chovelon, directeur général du CRT.

Vidéo - Tourisme : l'opération séduction de la région pour conquérir les marchés américains

laprovence.com/article/tourisme/5885865/video-tourisme-loperation-seduction-de-la-region-pour-conquerir-les-marches-americains February 11, 2020

Texte



La délégation de Provence-Alpes-Côte-d'Azur a rencontré des tour-opérateurs venus de toute l'Amérique à travers des réunions et animations pendant trois jours. Photos M.D.D. & A.J.



Watch Video At: <https://youtu.be/1Zw2hCi-LB0>

Opération séduction sur Miami Beach ! Alors que le printemps s'installe déjà sur la pointe de la Floride, le Comité régional de tourisme (CRT) Provence-Alpes-Côte- d'Azur et Atout France, l'agence de l'État chargée de promouvoir le tourisme français, ont organisé la semaine dernière un grand meeting à Miami, baptisé *Made in the Americas*. Objectif : conquérir les marchés américains en exposant les qualités de la région et attirer de nouveaux pays comme le Mexique, le Brésil, l'Argentine ou encore le Pérou.

Le CRT, association financée par la Région Sud qui regroupe 200 professionnels et institutionnels de la région (responsables d'offices de tourisme, hôteliers...) a donc invité pour la deuxième année consécutive à Miami Beach près de 30 tour- opérateurs venus de toute l'Amérique pour leur faire découvrir les atouts des trois "marques" de la région (Provence, Alpes et Côte d'Azur) à travers des rencontres sur trois jours. *"Le cadre de Miami est idéal, c'est central pour l'ensemble de nos clients qui se trouvent tous à moins de cinq heures d'avion, et il présente tout ce qu'il faut pour organiser des animations en extérieur"*, explique Loïc Chovelon, directeur général du CRT.

Attirer les touristes hors saison estivale

Au programme de ce meeting, un *workshop* où les professionnels du tourisme provençaux ont pu discuter tour à tour, en mode *speed dating*, avec les agences de voyages américaines qui ont fait le déplacement : *"Les USA représentent la deuxième plus importante clientèle étrangère dans l'hôtellerie de la région, juste derrière les Anglais, avec plus d'un million de nuits d'hôtel par an"*, ajoute Loïc Chovelon.

Au-delà de la fidélisation des agences qui programment déjà la destination, l'un des challenges de cette mission pour la délégation régionale consiste à attirer des touristes hors saison, en misant sur la diversité du territoire et des activités proposées, aussi bien

dans les montagnes alpines que dans les villages du Luberon ou encore les deux principales villes du bord de mer, Marseille et Nice : *"Notre objectif est de développer l'économie touristique à l'année, pas de faire la course aux touristes. Nous sélectionnons les marchés les plus porteurs pour nos destinations. C'est le cas des Amériques qui ont un panier moyen élevé, qui voyagent principalement hors juillet-août et qui ont un intérêt pour notre culture et notre patrimoine"*, complète François de Canson, président du CRT de la Région.

Les acteurs régionaux ont sorti le grand jeu pour en mettre plein la vue et ravir les papilles des représentants des agences de voyages. Films promotionnels avec des images superbes des champs de lavande, des calanques, de l'intérieur des terres et des stations de ski, propositions de circuits thématiques sur le vin, la gastronomie, l'architecture, le sport, ateliers découverte du génépi, de la lavande ou du savon... Tout est mis en oeuvre pour donner envie de programmer des visites dans la deuxième région la plus visitée par la clientèle internationale derrière Paris.

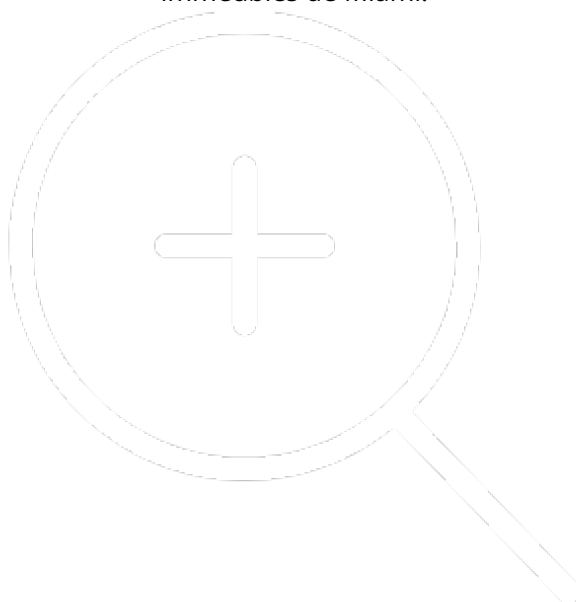
Ambiance provençale sur Miami Beach

Les animations conviviales, comme les dégustations de vins rosés et de spécialités provençales cuisinées par le chef Pierre Reboul du château de la Pioline à Aix-en-Provence, mettent tout le monde d'accord. Mais le clou du spectacle pour les Américains, c'était sans aucun doute le tournoi de pétanque sur la plage organisé par la Boule Obut. En reconstituant le plus fidèlement possible une ambiance typiquement provençale en plein coeur de Miami, la délégation régionale prend date et mise également sur les événements culturels et sportifs à venir (festivals, Grand Prix de F1 au Castellet, coupe du monde de rugby 2023, épreuves de voile des JO 2024 à Marseille...) pour montrer l'attractivité et le dynamisme de la destination sur le long terme.

Sans oublier la dimension écologique : *"On ne cherche pas à saturer les lieux les plus fréquentés en faisant venir une cinquantaine de bus en même temps. On veut sensibiliser les tour-opérateurs sur la richesse de notre nature, notamment en leur présentant les Alpes. Ils sont surpris de voir la diversité des activités qu'on peut y proposer toute l'année, à moins de trois heures en voiture des grandes villes"*. L'air pur donc, les traditions... mais l'argument



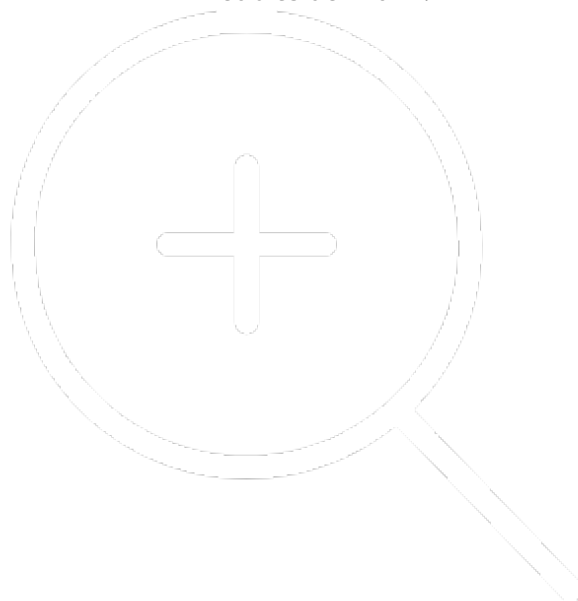
Découverte du génépi des Hautes-Alpes, atelier fabrication de savon de Marseille, dégustation de vins rosés, partie de pétanque sur la plage : il y avait un air de Provence sous les palmiers et immeubles de Miami.



numéro un reste "nos 300 jours de soleil par an", conclut Loïc Chovelon devant l'assemblée. Sous la chaleur des palmiers et des buildings de Miami, la région s'est bel et bien donné tous les moyens de briller.



Découverte du génépi des Hautes-Alpes, atelier fabrication de savon de Marseille, dégustation de vins rosés, partie de pétanque sur la plage : il y avait un air de Provence sous les palmiers et immeubles de Miami.



Anne-Laure Tuncer, directrice d'Atout France aux USA : "On ne dit pas non à un Américain"

Quels sont les atouts que la région doit mettre en avant pour séduire le marché américain ?

Anne-Laure Tuncer : L'offre est très diversifiée, aussi bien en termes de tourisme balnéaire, urbain, culturel ou sportif. Le territoire est vaste mais il a besoin d'être présenté dans sa globalité. Les Américains connaissent de réputation des villes comme Aix, Arles, Antibes, Cannes, Saint-Tropez ainsi que les villages perchés de l'intérieur des terres. Ils ont cette image de la Provence de l'écrivain britannique Peter Mayle, qui a su décrire un certain art de vivre. C'est une destination qui fait rêver, mais il faut montrer que l'offre se renouvelle. Les initiatives de la région en matière d'environnement

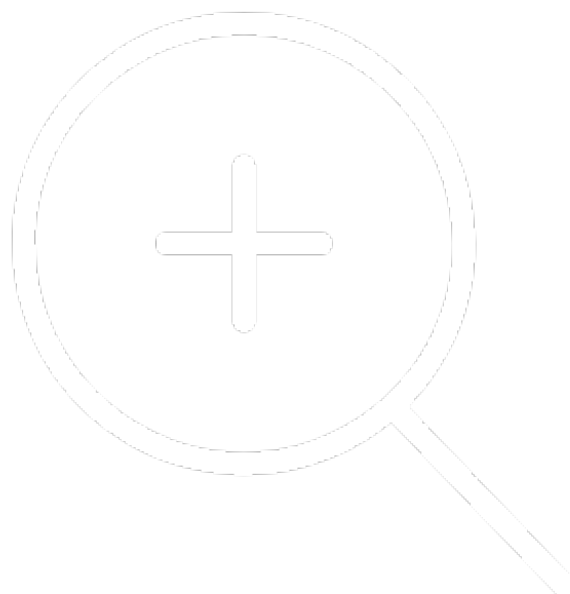
mériteraient d'être plus connues, comme par exemple ce partenariat développé avec Waze qui va permettre d'indiquer aux voyageurs les heures de pointe de certains sites pour ne pas les saturer ou offrir une alternative en cas de forte affluence.

Quelles sont les principales caractéristiques de la clientèle en Amérique ?

Anne-Laure Tuncer : Aux États-Unis, la notion de service est très importante. On ne dit pas non à un client américain. Il est habitué chez lui à ce qu'on réponde à ses demandes, qu'on trouve rapidement des solutions à ses problèmes. L'Américain peut avoir l'impression que les professionnels français du tourisme ont parfois des attitudes un peu rigides. À travers cette mission, on conseille donc à notre délégation d'insister sur les notions de réactivité et de flexibilité. Plus globalement, les Américains cherchent à vivre de nouvelles expériences. Ils aiment découvrir des sites et raconter en détail à leurs proches ce qu'ils ont vécu. Au Brésil, cette notion de découvrir avant ses pairs une nouvelle destination est très important. Aux États-Unis et au Canada, qui sont des pays très récents, les touristes sont toujours très impressionnés de découvrir des savoir-faire qui existent depuis des siècles et de rencontrer des locaux qui savent faire perdurer les traditions.



Découverte du génépi des Hautes-Alpes, atelier fabrication de savon de Marseille, dégustation de vins rosés, partie de pétanque sur la plage : il y avait un air de Provence sous les palmiers et immeubles de Miami.



Quel est l'intérêt de venir à Miami à cette période ?

L'avis des tour-opérateurs : "La Provence est une destination qui sollicite les cinq sens"

Ils étaient près de trente représentants de tour-opérateurs venus de toute l'Amérique à avoir répondu présent au rendez-vous des acteurs du tourisme régional. Si la plupart proposaient déjà des séjours dans le Sud-Est de la France, tous ont été charmés par la *"variété des expériences proposées"*, comme l'explique Shawn van der Putten, de l'agence californienne Exquisite Travel Group : *"Les Américains connaissent déjà de réputation la Provence et la Côte d'Azur, mais ils sont continuellement à la recherche de nouveautés. Ils ont envie de vivre au plus près des traditions, ils sont friands de souvenirs à la fois typiques et originaux."*

Très amusé par les différents ateliers proposés par la délégation régionale, Alexandre Bergeron, de l'agence canadienne Voyage Plein Soleil, s'est montré dithyrambique : *"J'ai visité des villages comme Venasque, Gordes, Sénanque... L'odeur de la lavande, c'est le parfum le plus magique qui m'ait été donné de sentir. Pour moi, c'est une destination qui sollicite les cinq sens de façon merveilleuse. Mais malheureusement, le marché québécois ne la connaît pas assez : d'emblée, nos touristes sont attirés par la Bretagne, la Normandie et le Poitou-Charentes, d'où sont partis nos ancêtres. Mais je crois que la Provence a beaucoup à offrir en termes de gastronomie et d'authenticité."*

Venu du Mexique, Jose Jaime Rogel Quintana, de l'agence Grupo Navitur, a pour sa part *"découvert les Alpes"* : *"Il y a beaucoup d'activités très intéressantes notamment à travers les stations de ski l'hiver. Ce meeting va nous permettre de faire de nouveaux programmes vers cette destination. Il y a un vrai potentiel pour les clients mexicains qui veulent changer de Paris."*

Séduite par *"le développement de l'art contemporain dans les nouveaux musées"* mais aussi par *"ces villes de plus en plus piétonnes"*, Françoise Cornu, une Française travaillant à l'agence Celestial Voyagers à New York, a apprécié le format de ces réunions : *"Pour créer de nouveaux programmes, je préfère m'appuyer sur des locaux qui connaissent le territoire sur le bout des doigts, car nos clients sont de plus en plus exigeants."*

Vidéo - Loïc Chovelon, directeur régional du CRT : "Les USA, la deuxième plus importante clientèle étrangère dans l'hôtellerie de la région"



Watch Video At: https://youtu.be/lqYXpfnT_QM

< **L'ÉQUIPE** Sport & Style

actus mode people design moteurs montres bons plans shootings

Un terrain de foot fabriqué avec des déchets plastiques à Miami



Adidas créer un terrain de foot à base de bouteilles plastiques recyclées. (DR)

À Miami, l'équipementier allemand Adidas a inauguré un terrain de foot synthétique plus durable. Il a, en effet, remplacé les billes de caoutchouc par des petits morceaux de bouteilles en plastique recyclées.

12 février 2020 à 15h31

partager  

Le monde du sport continue ses actions pour l'écologie. Après l'inauguration d'un terrain de foot écoresponsable à base de noyaux d'olives à La Ciotat, c'est au tour de l'équipementier allemand Adidas de faire un pas pour l'environnement. Il aura fallu environ 1,8 million de

bouteilles en plastique recyclées à la marque aux trois bandes pour rendre ce terrain de foot synthétique plus écolo à Miami. Pour remplacer le caoutchouc utilisé pour stabiliser les terrains, le géant allemand a décidé d'utiliser des bouteilles en plastique provenant des plages. Une fois récupéré, le plastique est traité puis transformé en petites billes permettant de remplir le terrain.

« Plus qu'un endroit où ces jeunes athlètes peuvent jouer, c'est un rappel de notre responsabilité collective de mettre fin aux déchets plastiques », a déclaré Cameron Collins, directeur du football nord-américain chez Adidas, dans un communiqué.

Adidas a fait don de ce terrain de foot à la Miami Edison High School, qui a formé plusieurs stars de la NFL telles que TY Hilton, Chad Johnson, Antonio Brown et Devonta Freeman.



unclelukereal1
157.2 k abonnés

[Voir le profil](#)



[Afficher le profil sur Instagram](#)

686 mentions J'aime

Ajouter un commentaire...

publié le 12 février 2020 à 15h31

commentaires (2)

[commenter cet article](#)

les mieux notés **les plus récents**

Scandinavia

Jydske Vestkysten

(Alt om Ikast Brande, Bornholms Tidende, TV 2, Randers Amtsavis, Jydske Vestkysten, Viborg Stifts Folkeblad, Vejle Amts Folkeblad, Århus Stiftstidende, Fredericia Dagblad, Horsens Folkeblad, Dagbladet Ringkøbing Skjern, Fyens, Folkebladet Lemvig, Dagbladet Holstebro Struer, B.T., Berlingske, Midtjyllands Avis, Sjællands Nyheder, Ritzau, Herning Folkeblad, Skive Folkeblad)

Published in various publications via news bureau, but the content is the same

February 2, 2020

Readership: 1,918,000

JydskeVestkysten

Super Bowl-ramasjang sætter Miami på den anden ende



Timothy A. Clary/Ritzau Scanpix

Et hav af arrangementer, turister og massiv tilstedeværelse af politi skaber trafikpropper i Miami.

02 feb. 2020 kl. 08:35 [f](#) [t](#) [e](#)

/ritzau/

For 11. gang i historien er Miami vært for Super Bowl, finalen i NFL.

Det gør Miami til den by, hvor Super Bowl oftest har været afholdt, skarpt efterfulgt af New Orleans, som har været vært ti gange.

Miami er et oplagt valg for NFL på grund af byens beliggenhed i det sydlige Florida, hvor solen sjældent er gemt væk - heller ikke i vintermånederne.

I denne uge har der frem mod Super Bowl været dage med solskin og blå himmel, men fredag og lørdag har været en regnvåd affære.

Det har dog ikke afholdt folk fra hele USA - navnlig fans af NFL-finalisterne Kansas City og San Francisco 49ers - fra at indtage byen.

Ifølge den lokale avis Miami Herald er forventningen, at der i denne uge er 150.000 turister per dag i Miami Beach.

Myndighederne betragter Super Bowl som en højrisikobegivenhed, og politiet er derfor massivt til stede både på land, vand og i luften. Ifølge CNN er der knap 1500 politibetjente i gaderne, mens blandt andet FBI og ministeriet for indenlandsk sikkerhed hjælper til.

Mest læste

SØNDERJYSKE ISHOCKEY

Det spiller SønderjyskE og Esbjerg om i sidste runde af grundspillet

RIBE-ESBJERG HH

Ribe-Esbjerg-træneren er bekymret over sit holds fysiske tilstand

ISHOCKEY

En sport i knæ: Derfor har ishockeyklubberne udsat slutspillet og ændret formatet +

RIBE-ESBJERG HH

Nederlag mod Århus: Ribe-Esbjerg har god grund til bekymring

SPORT

Silkeborg-chef øjner chance for overlevelse

ISHOCKEY

Ingen ishockeykvartfinaler på fredag: Turneringen sættes på pause

SPORT

Tilskuerforbud truer flere ishockeyklubber på livet

ANNONCE

SKIWEEKEND FOR UNDER EN TUSSE
Sæt kurs mod Norge

Inkl. Liftkort

3 dage med overfart og pister for alle penge fra 998,- pr. person

ColorLine

TT Nyhetsbyrå

(Småläningen, Söderhamns-Kuriren, Ljusdals-Posten, Ljusnan, Hudiksvalls Tidning, Söderhamns-Kuriren, Norrbottens-Kuriren, Västerviks-Tidningen, Katrineholms-Kuriren, Östgöta Correspondenten, Södermanlands Nyheter, Gotlands Allehanda, Eskilstuna Kuriren, Motala & Vadstena Tidning, Vimmerby Tidning, Katrineholms-Kuriren, Norrköpings Tidningar, Vetlanda-Posten, Värnamo Nyheter, Smålands Dagblad, Tranås Tidning, Smålands-Tidningen, Jönköpings-Posten, Skånska Dagbladet, Enköpings-Posten, Västerviks-Tidningen, Nordvästra Skånes Tidningar, Landskrona Posten, Helsingborgs Dagblad, Upsala Nya Tidning, Norra Skåne, Örebroar'n, Skaraborgs Allehanda, Nya Wermlands Tidningen, Falköpings Tidning, TTELA, Mariestads-Tidningen, Västgöta-Bladet, Skaraborgs Läns Tidning, Karlskoga Tidning, Hallandsposten, Strömstads Tidning / Norra Bohuslän, Hallands Nyheter, Bohusläningen, Sydöstran, Skaraborgs Allehanda)

Published in various publications via news bureau, but the content is the same

February, 2020

Readership: 1,802,600



22 | Tema Resor

Miami har många färger på paletten

FLORIDA

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.

W

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.

11 | Tema Resor

Miami har många färger på paletten

FLORIDA

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.

W

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.

22 | Tema Resor

Miami har många färger på paletten

FLORIDA

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.

W

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.

12 | Helga

Miami har många färger på paletten

FLORIDA

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.

W

FLORIDAS största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden man skulle passa sig för till trendiga val för hela stekvällen.



Miami har många färger på paletten

Floridas största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden som skulle passas sig för till trevliga val för heta utsvävare.



Floridas största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden som skulle passas sig för till trevliga val för heta utsvävare.



En stad med många färger på paletten. Miami har blivit en plats där konst och kultur blomstrar.



Miami har många färger på paletten

W Miami har blivit en plats där konst och kultur blomstrar. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden som skulle passas sig för till trevliga val för heta utsvävare.



paletten

En stad med många färger på paletten. Miami har blivit en plats där konst och kultur blomstrar.



En stad med många färger på paletten

Floridas största stad Miami är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden som skulle passas sig för till trevliga val för heta utsvävare.



färger på paletten

En stad med många färger på paletten. Miami har blivit en plats där konst och kultur blomstrar.



Miami har många färger på paletten

Floridas största stad Miami är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden som skulle passas sig för till trevliga val för heta utsvävare.



färger på paletten

En stad med många färger på paletten. Miami har blivit en plats där konst och kultur blomstrar.



Miami – stad med många färger på paletten

Floridas största stad är i förändring. Flera stadsdelar har på bara några år gått från områden som skulle passas sig för till trevliga val för heta utsvävare.



färger på paletten

En stad med många färger på paletten. Miami har blivit en plats där konst och kultur blomstrar.

Berlingske

February 8, 2020

Readership: 180,000

Berlingske



REJSER

Mere end Disneyland og alligatorer: Her er fire fede familieoplevelser ved Floridas vestkyst

Florida er en populær rejsedestination for familier, der trænger til solskin og gode oplevelser sammen, og den knap så kendte vestkyst har mange fine områder. Desuden er der mulighed for at se noget, som kan begejstre de fleste børn; delfiner.



FREDERIKKE PALMU JOHANSEN

Mange danske familier forbinder garanteret sydstaten Florida med Ocean Drive i Miami, Disneyland i Orlando og alligatorsafari i Everglades Nationalpark. Men selv om det er forrygende destinationer, byder *The Sunshine State* på meget andet, hvis man bevæger sig vestpå til Fort Myers, Fort Myers Beach og øen Sanibel.

Stederne er populære rejsedestinationer for amerikanerne, fordi der hersker en særlig, afslappet feriestemning. Men området kan andet end at sætte rammerne for den perfekte solferie med hvide sandstrande, mørkegule solnedgange og frisk seafood-mad. Her er fire bud på aktiviteter på solskinsstatens vestkyst.

Berlingske



30

BERLINGSKE 4. SEKTION LÅNINGS 8. FEBRUAR 2020

4 fede familieoplevelser ved Floridas vestkyst

Florida er en populær rejsedestination for familier, der trænger til solskin og gode oplevelser sammen, og den knap så kendte vestkyst har mange fine områder. Desuden er der mulighed for at se noget, som kan begejstre de fleste børn: delfiner.

Af Frederikke Palmén Johansen fjp@berlingske.dk



Man kan finde bad og en afslappet strand i områder af Florida - men der er også mange aktiviteter for børn. Foto: Getty Images



Thomas Edison opfandt fotografen og udviklede, forbedrede lyppampen og brugte brevene på et avanceret kommunikationssystem. På Edison and Ford Winter Estates kan man opleve hans gamle laboratorier. Foto: Frederikke Palmén Johansen

Edison and Ford Winter Estates

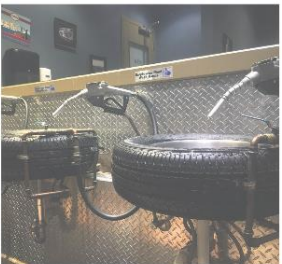
En tur med bil gennem det gamle hvide træsnit i Edison and Ford Winter Estates i Fort Myers. Her kan man gå på opdagelse ved Thomas Edison og hans hustru Lavinia og laboratorier og værksteder, der siden er blevet brugt for at bygge oplysning og medierelaterede teknologier. Delfiner er et must-see på de to museer, som er et godt sted at besøge med børn. Foto: Frederikke Palmén Johansen

Edison and Ford Winter Estates blev grundlagt i 1947 og er et af de mest populære steder i Florida. Her kan man gå på opdagelse ved Thomas Edison og hans hustru Lavinia og laboratorier og værksteder, der siden er blevet brugt for at bygge oplysning og medierelaterede teknologier. Delfiner er et must-see på de to museer, som er et godt sted at besøge med børn. Foto: Frederikke Palmén Johansen

Mange danske familier foretrækker garanteret Florida med Ocean Drive i Miami, hvor man kan opleve alle muligheder for shopping og aktiviteter. Men selv om det er et fantastisk destination, byder The Sunshine State på meget andet, herunder de to museer i Fort Myers, Fort Myers Beach og øen Sanibel.

REJSE

FORTSAT FRÅ SIDE 31



På shoppingstaden Fort's Shopping er der gået alle tre på toppen. Det betyder ikke kun shopping og restauranter på stedet. Foto: Frederikke Palmén Johansen



Mirrorcos Outlets har skabt et stort område i 1996, og det har siden været et af de mest populære steder i Florida. Foto: Frederikke Palmén Johansen

Shopping i Mirrorcos Outlets

På shoppingstaden Fort's Shopping er der gået alle tre på toppen. Det betyder ikke kun shopping og restauranter på stedet. Foto: Frederikke Palmén Johansen

Mirrorcos Outlets har skabt et stort område i 1996, og det har siden været et af de mest populære steder i Florida. Foto: Frederikke Palmén Johansen

Fort's Shopping er et af de mest populære steder i Florida. Foto: Frederikke Palmén Johansen

Bådture med delfiner

Såfremt Fort Myers ligger krydstogtskibe i Fort Myers Beach, som er en populær destination, hvor familier og venner kommer på ferie, så er det også et godt sted at besøge. Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.



Udend, fører gang med en delfin i virkeligheden, giver det et udtryk af glæde i naturen og er en fantastisk oplevelse, som bør være en del af enhver ferie i Florida. Foto: Christiana Heine Hansen

Det bedste rejsetidspunkt

Florida vestkyst er en populær destination for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Cykeltur på Sanibel

30-40 minutter kørt fra Fort Myers på Sanibel ligger Fort Myers Beach, som er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Fort Myers Beach er et populært område for familier, der ønsker at opleve naturen og de mange aktiviteter, som området har at byde på.

Advertisement for Costa Cruises featuring a cruise ship and promotional text: 'Nye eventyr hver dag', 'Spør 1.000,- pr. bestilling', 'Krydstogtpakke, 8 nætter fra 4.995,-'.

FORTSÆTTES SIDE 32

Berlingske



Markus og Morten forlod prestigefulde job for at realisere iværksætterdrøm i Miami

Miami

Af Sebastian Persson sp@berlingske.dk



Markus Straarup havde gjort karriere i Novo Nordisk gennem ti år. Barndomsvennen Morten Schroeder havde arbejdet sig op i Boston Consulting Group. Men nu er de brudt ud. I dag er de begge 31 år gamle og udlever iværksætterdrømmen i Miami. Følg dem på rejsen fra barndommen til i dag.

Det kræver alt at rykke lærtjeneste og kreative jobbet og flytte til en ny by i et fremmed land for at udleve en usikker drøm.

I en tid hvor mange har valgt at flytte til Miami, hvor de arbejder på egen hånd, er det måske en god idé at se på de to iværksættere, der er på vej til Miami. De er Markus Straarup og Morten Schroeder, som i dag er iværksættere i Miami, hvor de arbejder på egen hånd. De er på vej til Miami, hvor de arbejder på egen hånd. De er på vej til Miami, hvor de arbejder på egen hånd.

Men, gennem sine studier såede han de to ideer København, Tyskland, Østerg, USA og Indonesien.

Karrieren

Morten Schroeder »Vi begynder på CBS, startede jeg hos Boston Consulting Group. Jeg havde arbejdet i København i to år, da min vens forældre havde en virksomhed i Miami, så jeg fik et tilbud om at arbejde der. Det var en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse. Det var en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

her vil om at have en platform, hvor man deler anbefalinger mellem venner.

Morten Schroeder »Vi delte tidspunktet var jeg i New York den ene dag, indtil den anden og Portland den tredje. Når du ser konventionel økonomi til en ny by med dit team, skal man ud at have noget at arbejde, og det kan være svært at finde noget.

4.500
brugere har oppe-
retet vores app
sammen næsten 30.000
anbefalinger.

Barndommen

Morten Schroeder »Vi mødte hinanden i de to år, da vi var i tolv år gamle. Vi var begge på CBS i København, og det var en fantastisk oplevelse. Vi mødte hinanden i de to år, da vi var i tolv år gamle.

Karrieren

Morten Schroeder »Vi begynder på CBS, startede jeg hos Boston Consulting Group. Jeg havde arbejdet i København i to år, da min vens forældre havde en virksomhed i Miami, så jeg fik et tilbud om at arbejde der.

PAKTA

Fra Gentofte til Miami

Appen Friendspire er et netværk af iværksættere og entreprenører. Den er bygget af to iværksættere, der er på vej til Miami, hvor de arbejder på egen hånd.

Overgangen

Markus Straarup »Vi gik i gang med at undersøge ideen og undersøgte ved siden af vores arbejde for to år siden.

Ideen

Markus Straarup »Vi havde et ideer til at skabe en app, der hjalp iværksættere og entreprenører med at finde hinanden. Det var en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

Ungdommen

Morten Schroeder »Vi mødte hinanden i de to år, da vi var i tolv år gamle. Vi var begge på CBS i København, og det var en fantastisk oplevelse.

Overvejelserne

Markus Straarup »Vi havde selvvalgt et emne, som vi var interesseret i. Det var en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

Overvejelserne

Markus Straarup »Vi havde selvvalgt et emne, som vi var interesseret i. Det var en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.



Markus Straarup (fx.) og Morten Schroeder gjorde karriere i henholdsvis Novo Nordisk og Boston Consulting Group, inden de startede appen Friendspire og flyttede til Miami. Foto: PPR/Protagonist

Morten Schroeder »Miami har et voksende marked for at dele oplevelser, og det er meget fokuseret på det. Jeg tog til Miami allerede for et år siden og fik i dag et godt resultat, men nu har vi ikke kun det på taget sammen spring.

Markus Straarup »Vi havde selvvalgt et emne, som vi var interesseret i. Det var en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

Endelig overvejelser i starten, men en karriere er anderledes i dag end i barsel tid, hvor man var i København i London Bank. Men nu er det meget statisk i forhold til det.

Dagligdagen

Morten Schroeder »Den største forskel på vores dagligdag i dag er tilfredshed. Jeg har mere tid til at være sammen med familien og vennerne. Det er en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

»sidste ende prøvede jeg at forestille mig selv som 70-årig. Vil jeg så fortryde at have gjort det eller ej? Uanset udfaldet tror jeg, at jeg vil være glad for, at jeg prøvede.»

Fremtiden

Friendspire lukkede for nylig sin første kapitalrunde. Her rejste de knap to mio. kroner. Appen har 4.500 brugere og næsten 30.000 anbefalinger.

Fremtiden

Friendspire lukkede for nylig sin første kapitalrunde. Her rejste de knap to mio. kroner. Appen har 4.500 brugere og næsten 30.000 anbefalinger.

Miami

Markus Straarup »Mia er et fantastisk sted at være. Det er en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

Miami

Markus Straarup »Mia er et fantastisk sted at være. Det er en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

Miami

Markus Straarup »Mia er et fantastisk sted at være. Det er en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

Miami

Markus Straarup »Mia er et fantastisk sted at være. Det er en fantastisk mulighed, og jeg fik en fantastisk oplevelse.

(Århus Stiftstidende, Horsens Folkeblad, Fyns Amtsavis, Randers Amtsavis, Fredericia Dagblad, Dagbladet Holstebro Struer, Vejle Amts Folkeblad, Jydske Vestkysten Fællessektion, Fyens Stiftstidende, Dagbladet Ringkøbing Skjern, Viborg Stifts Folkeblad, Folkebladet Lemvig)

Published in various publications via news bureau, but the content is the same

February 22, 2020

Readership: 376,000

JydskeVestkysten

04 FLORIDA

BEDSTE REJSEPERIODE

Miami, oplyt og smil har nok været nok og en temperatur på typisk 75-30 grader. Her kan du nyde solen og sandet på stranden...

GIANNI VERSACE

Gianni Versace blev født i Italien i 1934 og var mode designer, som desuden også var fotograf og film instruktør...

Versace mødte sin partner, Florida, i 1987 og gjorde hende til sin elskerinde. De blev gift i 1997...

Versace var inspireret af den amerikanske og græske kunst, og hans stil var en blanding af de to kulturer...

Den vigtige samarbejdspartner med Gianni Versace var hans søster, Donatella Versace...

Miami blev kaldt 'Haven of Heaven' og var et af de mest populære steder at bo i Florida...

En sommermorgen i 1997 blev Gianni Versace skudt på sin villa i Miami Beach...



Gianni Versaces cirka 225 millioner kroner dyre villa i Miami Beach. Her blev han dræbt af en skytte i 1997. Foto: Getty Images/News

Oplev Versaces tidligere hjem blandt palmer og farverige facader

Gianni Versaces tidligere residens giver noget ekstra til Miami Beach, som i forvejen ellers har masser af byde på - smukke strande, turkisblåt vand, og ture ud i stempene for at se på alligatorer.

Jens Rasmussen, kreativt strateg

Myrtensmæssigt ligger Ocean Drive. Den populære strækning ligger med restauranter indbyrdes i farverige facader på den ene side og med strandpromenaden, der agerer forløber for den populære South Beach, på den anden...



Designeren Gianni Versace sammen med søstermodellen Naomi Campbell i 1988. I dag er det hems søster, Donatella, der leder Versaces virksomhed. Foto: Thomson Reuters/Photo Scan

ad Ocean Drive efter en italiensk aften og en kop kaffe på sin yndlingscafé. Han nikkede og sagde til sin yndlingscafé. Han nikkede og sagde til sin yndlingscafé...

Men det gælder om at være i Miami Beach, når man vil opleve den amerikanske og græske kunst...

06 FLORIDA

TORTSATT FRA SIDE 4

Flyder med snalk og hønsing

De seneste store overtagelser i 2013, efter at det kom på auktion. I den forbindelse skulle Donald Trump opbevare søren af de personlige flyder, der blev på landet, dog uden succes...

TORTSATT FRA SIDE 6

I den 17 meter lange guld løber om kant bestående af 24 karat guld, der skaber en smuk og oplyst ramme om de smukkeste af mønstrene, der er på landet...

Der er ingen tvivl om, at det er et stort, frogt og guld er at skulle sig ud, og hver lukas, der kommer og bryder på landet i hånd med lavere priser og store oplysninger...

Der er ingen tvivl om, at det er et stort, frogt og guld er at skulle sig ud, og hver lukas, der kommer og bryder på landet i hånd med lavere priser og store oplysninger...

Der er ingen tvivl om, at det er et stort, frogt og guld er at skulle sig ud, og hver lukas, der kommer og bryder på landet i hånd med lavere priser og store oplysninger...

Der er ingen tvivl om, at det er et stort, frogt og guld er at skulle sig ud, og hver lukas, der kommer og bryder på landet i hånd med lavere priser og store oplysninger...

Der er ingen tvivl om, at det er et stort, frogt og guld er at skulle sig ud, og hver lukas, der kommer og bryder på landet i hånd med lavere priser og store oplysninger...



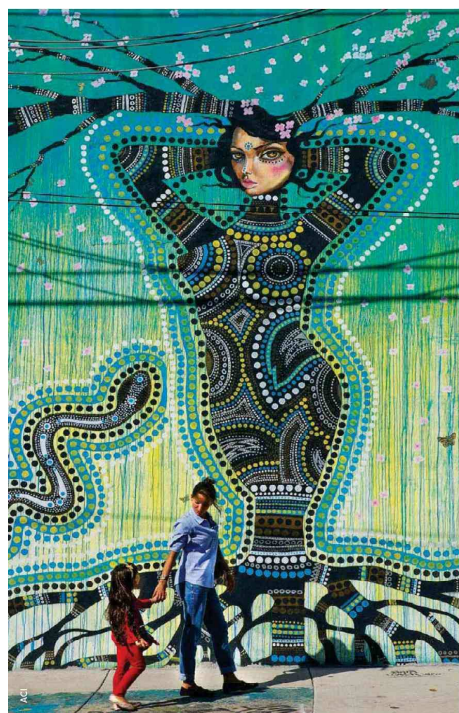
Når man ser det eksklusive interiør, forstår man godt, hvorfor ikke var det billig, de der kom på auktion. Foto: Deason De Cardenas/Reuters



The Empire State på hotellet. Hvis mange kunne tale, ville det være et fantastisk sted at besøge. Foto: Deason De Cardenas/Reuters

Spain

Distribuido para TURISMO DE MIAMI * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.



MIAMI

GRAFITIS DE WYNWOOD

En apenas 10 años, Wynwood ha pasado de ser un suburbio a convertirse en el epicentro creativo de Miami.

Fue a finales de 2009, justo con la celebración de la siempre epifánica feria Art Basel Miami Beach, cuando Wynwood Walls abrió sus puertas. El hecho de ponerle horarios y accesos a la galería de arte urbano que aglutina los murales más llamativos de la ciudad supuso un antes y un después ya que, aunque todo seguía a la intemperie, estaba organizado como si fuera un museo más. Además de dignificar la pintura callejera, este espacio supuso la eclosión definitiva de un barrio de almacenes que, tras décadas de ignominia, empezó a

floreecer gracias a la proliferación de galerías de arte que se instalaban en la zona atraídas por los bajos costes. Diez años después, sus calles están llenas de grafitis gracias a una ley que los ha despenalizado y a un ecosistema creativo que los incentiva. No hay tienda, restaurante o inmueble que no tenga su propia obra de arte. Incluso la fachada del colegio José de Diego o los silos de la cementera Supermix presumen de estar decorados con curiosas criaturas. Todo un microcosmos que trasciende los límites de Wynwood Walls y que ya es innegociable. ■

Turismo de Miami atrae a nuevos visitantes con Miamiland

original

internacional



Greater Miami Convention & Visitors Bureau, GMCVB, ha alzado el telón de una nueva iniciativa que promueve un nuevo parque temático de aventura llamado

Miamiland.

Esta operación supone una extensión de la campaña existente 'Found In Miami', de GMCVB, que ha sido diseñada para animar a los visitantes a explorar más zonas de Miami.

La ejecución creativa de *Miamiland* ha sido diseñada para crear intriga y aumentar la emoción de un parque temático de aventura repleto de maravillas naturales.

La campaña está diseñada en respuesta al creciente deseo de los consumidores de desprenderse del estrés de la vida diaria a cambio de un mayor compromiso con la naturaleza y la aventura.

Los estudios demuestran que los viajeros quieren desconectar de la rutina diaria y en su lugar conectar con nuevas culturas.

Con el 79 por ciento de los milenials identificados como 'exploradores' y el 38 por ciento deseando viajar a destinos naturales, GMCVB ha trabajado para diseñar una campaña en tres fases que apela a esta mentalidad aventurera.

En la primera fase de la campaña se preguntó al consumidor sobre la promesa de un nuevo y misterioso parque temático promovido a través de videos que incluían entrevistas con un creativo responsable del diseño del nuevo parque.

Los atributos únicos de *Miamiland* son descritos por el creativo para mantener al consumidor intrigado. La segunda fase revela los amplios activos naturales de Miami bajo una nueva perspectiva y hace que los visitantes se den cuenta de que MIAMILAND siempre ha estado en el patio trasero de Miami.

La campaña culmina con la fase diseñada para proporcionar continuamente nuevo contenido, itinerarios y opciones de planificación de viajes para los consumidores que buscan explorar el Miami más salvaje.

'Estamos aprovechando nuestros activos naturales para atraer nuevos visitantes y extender la duración de la estancia de los clientes existentes', ha asegurado William D. Talbert III, CDME,

presidente y CEO de GMCVB.

‘Miami ofrece una gran diversidad de personas y lugares, pero también una inmensa diversidad en cuanto a las experiencias’.

Expreso. Redacción. T.R

Las nuevas campañas de promoción turística más rompedoras

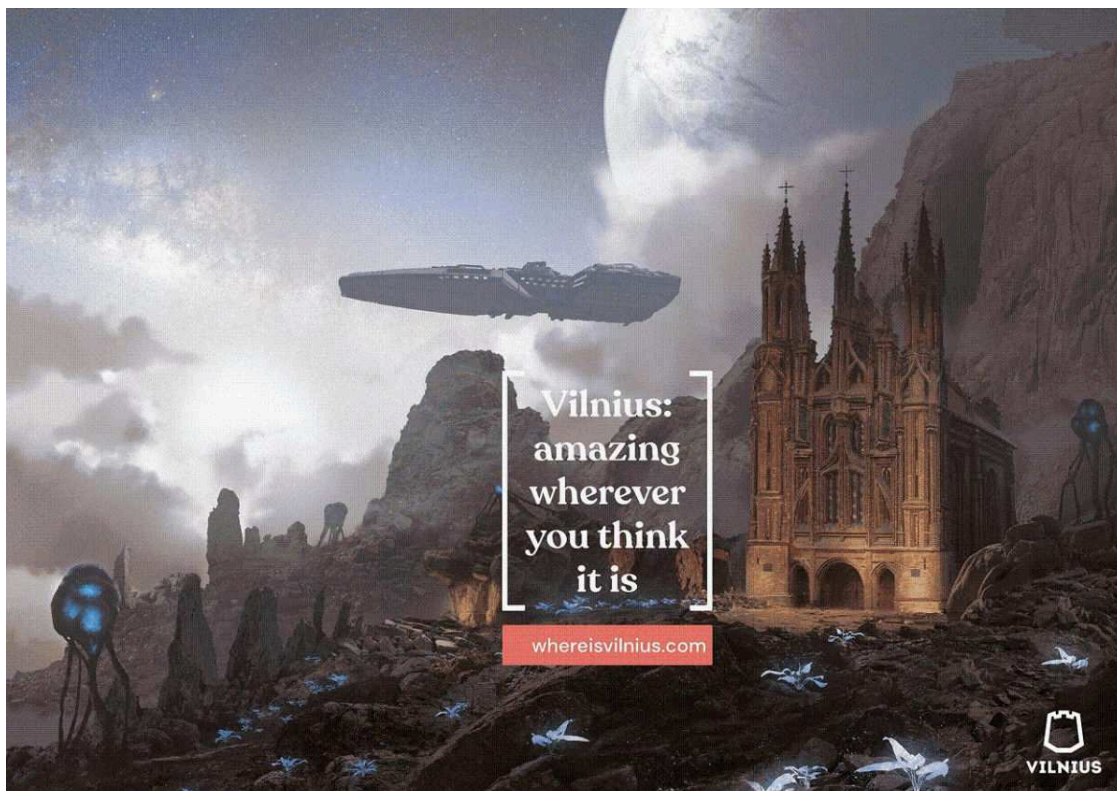
original

- En su anterior campaña Vilna se promocionaba como el punto G de Europa: “Nadie sabe dónde está, pero cuando lo encuentras es asombroso”
- Con su nueva campaña “Vilna, increíble donde sea que pienses que está” busca atraer a los turistas burlándose de lo desconocida que es
- En la campaña de Miamiland se creaba intriga acerca de un nuevo y misterioso parque temático que después resulta ser Miami en sí

La imaginación de los creativos que están detrás de algunas de las **campañas turísticas** más sorprendentes no conoce límites. Ya lo vimos en [Las mejores campañas turísticas en redes sociales de 2019](#) y en [Las mejores campañas de marketing turístico en redes sociales de 2018](#), en ambos casos publicados por **HOSTELTUR noticias de turismo**. En este caso los protagonistas son **Vilna** (Vilnia en lituano), que apuesta en su estrategia por convertir una debilidad, el desconocimiento generalizado de su ubicación, en fortaleza; y **Miami**, que se promociona como si de un parque temático se tratara.



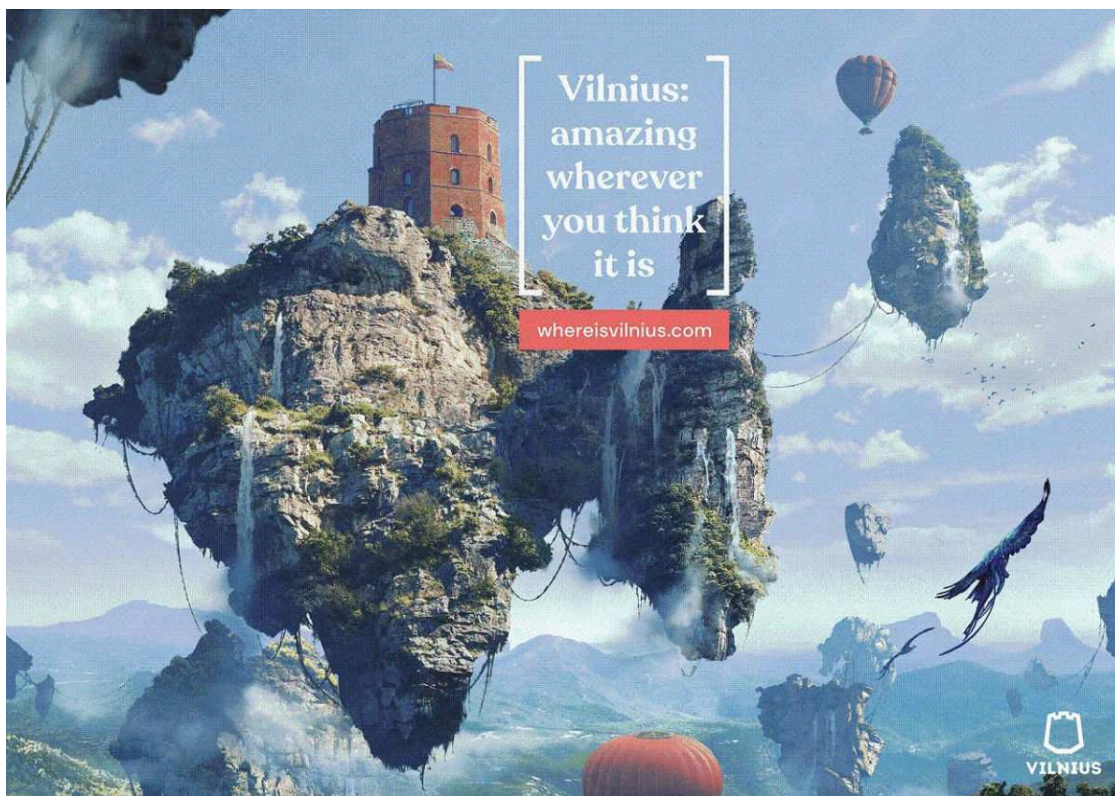
Vilna cosechó un gran éxito con su anterior campaña turística en la que se promocionaba como **el punto G de Europa** precisamente por ese desconocimiento de dónde se encuentra, enfatizando en que “**nadie sabe dónde está, pero cuando lo encuentras es asombroso**”. De hecho recibió el **International Travel & Tourism Awards** de la **World Travel Market** a la mejor campaña. Ahora la capital lituana profundiza en esta misma línea con una nueva estrategia lanzada esta semana bajo el eslogan “**Vilna, increíble donde sea que pienses que está**”.



La iniciativa, siempre con el objetivo de reivindicar todos los aspectos sorprendentes de la ciudad, **busca atraer a los turistas a visitarla burlándose de lo desconocida que es para la mayoría de las personas de fuera del país**, por lo que Vilna se reinventa en distintos mundos

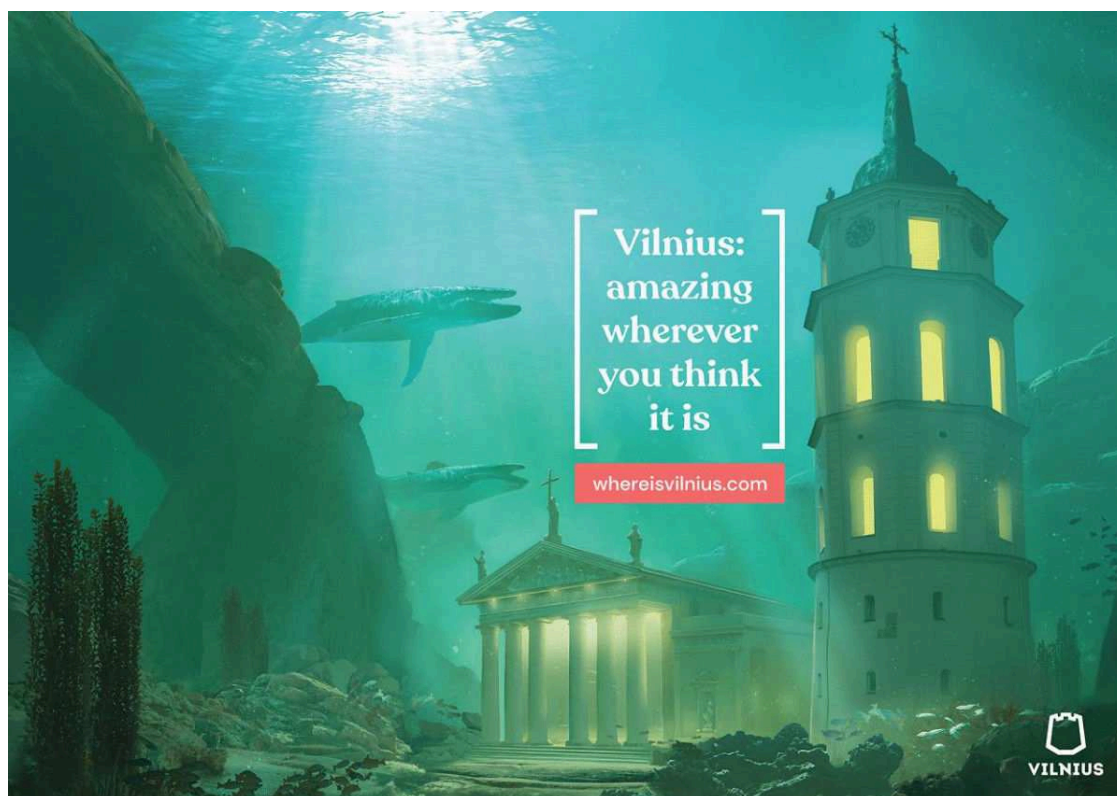
de fantasía.

La idea de **utilizar ese desconocimiento como herramienta para atraer más turistas** está respaldada por datos. Un estudio realizado el pasado año por **Go Vilnius**, la agencia oficial de desarrollo de la ciudad que ha promovido esta iniciativa, revela que **sólo el 6% de los israelíes, el 5% de los británicos y el 3% de los alemanes** conocen algo más que el nombre y la localización aproximada de la capital lituana.



Por ello, en la página web recién creada los visitantes tienen la oportunidad de **participar en un concurso para adivinar su ubicación y ganar así un viaje a la ciudad** mientras se les informa de la multitud de razones por las que es asombrosa, en términos de cultura, historia, naturaleza y gastronomía.

Además de la web, esta iniciativa promocional también incluye un **divertido vídeo en el que se pregunta a gente en Berlín si saben dónde está la capital lituana** y la ubican casi en cualquier lugar de América a África salvo donde en realidad está. El vídeo se proyectará en plataformas online junto con campañas de publicidad en mercados objetivo y medios seleccionados. A ello se sumarán carteles de la imagen de Vilna en los mundos de fantasía en escaparates de **Londres, Liverpool y Berlín**.



Como ha destacado la directora de Go Vilnius, **Inga Romanovskien**, la idea es **convertir la desventaja de de ser la capital europea menos conocida en una campaña divertida y entretenida** en la que Vilna se ríe de su oscuridad. “Nuestro objetivo es mostrar que no importa dónde se piense la gente que está ubicada, es un gran destino para visitar”.

Miamiland convierte al destino en parque temático

En su nueva campaña **Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB)** promueve un parque temático de aventura llamado **Miamiland**, en respuesta al creciente deseo de los viajeros de **conectar con la naturaleza a través de la aventura para desconectar de la rutina diaria**. Esta iniciativa supone una ampliación de la ya existente “**Found In Miami**”, **diseñada para animar a los visitantes a explorar más zonas del destino**; y con Miamiland se busca crear intriga y aumentar la emoción de un parque temático de aventura repleto de maravillas naturales.

Con el **79% de los milenials identificados como “exploradores”** y el **38% deseando viajar a destinos naturales**, GMCVB ha trabajado para diseñar una campaña en tres fases que apela a esa mentalidad aventurera. En la primera **se preguntó al consumidor sobre un nuevo y misterioso parque temático** con vídeos que incluían entrevistas con un creativo responsable del diseño del nuevo recinto, que describía los atributos únicos de la nueva infraestructura para **mantener al consumidor intrigado**.

La segunda fase revela **los amplios atractivos naturales de Miami bajo una nueva perspectiva y hace que los visitantes se den cuenta que Miamiland siempre ha estado ahí**. La campaña culmina con la fase diseñada para proporcionar continuamente nuevo contenido, itinerarios y opciones de planificación de viajes para los consumidores que buscan **explorar el Miami más**

salvaje.

William D. Talbert, presidente y CEO de GMCVB, ha explicado en este sentido que “estamos aprovechando nuestros activos naturales para **atraer nuevos visitantes y ampliar la duración de la estancia** de los clientes ya existentes”. Porque “Miami ofrece una gran diversidad de personas y lugares, pero también una **inmensa diversidad en cuanto a experiencias**”.

La campaña incluye contenido en una web creada para la ocasión, con vídeos de introducción, anuncios y espacios en medios de comunicación, con especial énfasis en los **mercados de Nueva York, Chicago y Atlanta**.

Innovación Marketing turístico

- campaña de promoción
- experiencias
- International Travel and Tourism Awards
- marketing turístico
- Miami
- Milenials
- Premios
- Promoción turística
- Vilnius
- World Travel Market

Miami Florida/ South Beach: Atractivo de Día y de Noche

Paul Monzón • original

South Beach, ubicado en [Miami Beach](#), es un destino en sí mismo y ha sido llamado la Riviera Americana y el Rincón de Art Déco. Sin embargo, hay más que fina arena blanca y coloridos edificios en esta tierra fantástica de exuberante arquitectura Art Déco en South Beach.

Reserva tu viaje a Miami

South Beach ofrece una mezcla ecléctica de boutiques, galerías y tiendas de primer nivel. También es un destino gastronómico para todos los gustos, desde la comida gourmet hasta la cocina informal cerca de la playa. Por la noche, South Beach cobra vida con multitudes listas para salir y tener una velada de clase mundial.

South Beach es la Miami de las postales. El perfil urbano de Ocean Drive ha aparecido en la televisión probablemente millones de veces. Es cierto que South Beach es un lugar de fiestas de clase mundial, y eso no debe pasarse por alto, pero los destinos diurnos en la isla son tan notables y, quizás, más inolvidables que la vida nocturna.

South Pointe Park

Las playas de arena blanca y aguas azules son de visita obligada para cualquier visitante de Miami. Incluso para los habitantes de la ciudad, la playa nunca pierde su encanto. Las vistas desde el South Pointe Park en la punta de South Beach son las favoritas de los locales. Si quieres tomar un descanso del sol, echa un vistazo a uno de los muchos museos, tiendas o edificios históricos de la zona. Camina a lo largo de Lincoln Road para ver a la gente pasear o acomódate en un elegante bar con cócteles de alto nivel. Toma un bocado en Española Way, donde podrás disfrutar la arquitectura de estilo español antiguo y un animado ambiente. Luego, visita el Bass Museum of Art o el Wolfsonian FIU para un paseo cultural.



Little Havana, el Miami con sabor más latino

original



Little Havana es uno de los barrios más peculiares de Miami (KenWiedemann / Getty Images)

Restaurantes con sabor caribeño y aroma de café, ritmos hispanos, ancianos enfrascados en interminables partidas de dominó, risas despreocupadas y dulces conversaciones con acento cubano... Aunque cualquiera podría creer que nos encontramos en pleno centro de La Habana, lo cierto es que la escena tiene lugar un día cualquiera en **Little Havana**, el **barrio más latino de Miami**.

Esta localidad, situada 230 millas -unos 370 kilómetros- al norte de la capital cubana se ha convertido en todo un **símbolo para los cubanos** que residen en el exterior. Y es que debemos tener en cuenta que solo en el estado de Florida, la población originaria del país caribeño supera los 1,2 millones de personas.



Little Havana tiene numerosas tiendas en las que se elabora tabaco (bruno frontino / Turismo de Miami)

Miami es una urbe multicultural y **sorprendente**, y Little Havana uno de los rincones más singulares de los Estados Unidos, algo de lo que la ciudad presume. Y es que el colorido de la **cultura hispana**, sobre todo de Little Havana, con sus **restaurantes**, **cafés**, **locales** y **mercados** de inspiración latina, sorprende a cuantos la visitan. Se impone pasear por la Calle Ocho o la Avenida 15, toda una experiencia para cualquier turista.

Olvídate de los gigantescos rascacielos que inundan las grandes ciudades norteamericanas. En Little Havana, sencillamente no los vas a encontrar. La **Calle Ocho** es su punto neurálgico, el **corazón del barrio** desde el que viajarás a los intestinos de la capital cubana, con el ritmo que ambienta los bares de la zona, las tiendas en las que se **fabrican puros a mano**, los mejores restaurantes, locales de ocio y sus coloridos murales.



Paseo de la Fama de Little Havana, Miami (Turismo de Miami)

Uno de los rincones más concurridos por los foráneos es el **Paseo de la Fama**, que cuenta con las **estrellas más célebres** del firmamento **hispano**. Emulando al Paseo de la Fama de Hollywood, en esta calle se rinde tributo a grandes artistas como el actor **Andy García**, Sammy Sosa, uno de los mejores bateadores de la historia, o cantantes como **Gloria Estefan**, **Celia Cruz** o **Julio Iglesias**.

Sin embargo, la autenticidad de la Calle Ocho la encontramos en el **parque Máximo Gómez**, una pequeña explanada en la que los cubanos se reúnen para **jugar al ajedrez o al dominó**. Aquí nos empapamos del ambiente local y de la vida cotidiana de los primeros cubanos que se asentaron en Miami tras salir de su país, hace ya décadas.

Si te apetece escuchar la mejor **música latina en directo**, no puedes abandonar la Calle Ocho sin acercarte hasta **Baal & Chain Bar**, un **local de los años 30** del siglo pasado que cuenta con un icónico escenario en forma de piña.



Parque Máximo Gómez, Little Havana (Turismo de Miami)

Si, en cambio, lo que persigues es ver películas en versión original en la sala más emblemática de la zona, debes acercarte hasta el **Tower Theater**, en la **Avenida 15**, todo un símbolo del art déco de Miami. Este establecimiento fue durante décadas el único que **proyectaba cintas americanas subtitradas** en español.

Sin abandonar esta calle, encontramos otro lugar ciertamente pintoresco: el **Dómino Park**, un parque en el que los más veteranos del barrio juegan, como indica su propio nombre, al dominó, el deporte nacional de Cuba.

El Tower Theater de la Avenida 15 es todo un icono en Miami (Turismo de Miami)

Si después de deambular por Little Havana necesitas un descanso, pon rumbo a la **Avenida 13**, posiblemente la más **apacible** de la zona. En el **Cuba Memorial Boulevard** los isleños rinden **homenaje** a algunas de las **personalidades** más importantes de la historia del país con vistosos monumentos, como el que recuerda al poeta revolucionario José Martí o Antonio Maceo, un célebre héroe de guerra.

Si te gusta la música y el arte te recomendamos que hagas coincidir tu visita al barrio con alguno de sus eventos. El tercer viernes de cada mes, se organizan los **Viernes Culturales**, una noche en la que las galerías muestran su oferta cultural, y en marzo tiene lugar desde hace más de cuatro décadas una cita ineludible: el **Festival Calle Ocho**. El evento, que reúne a un millón de personas se ha convertido en uno de los más importantes de Miami. ¿Te lo vas a perder?

Solo en el estado de Florida la población originaria del país caribeño supera los 1,2 millones de personas

Miami no es hortera

Redacción Viajes NG • original



Este viaje sonoro por la ciudad comienza por los barrios de moda, El primero, destaca por haber hecho del arte urbano un símbolo de identidad. No hay negocio, cafetería, restaurante ni, incluso, garaje, que no cuente con un mural fotogénico. Hoy en día abundan las visitas que lo recorren y querealizan un viaje a través de la historia del barrio y su evolución. En el caso del lo fascinante es cómo la arquitectura y el diseño se ha puesto al servicio de las compras y lo ha hecho atrayendo, aún así, a viajeros de todo tipo.

14% DTO.

VIAJES NATIONAL GEOGRAPHIC

ROMA FASCINADOS POR LA CIUDAD ETERNA

SAN PETERSBURGO

DESCUBRIR ESPAÑA

EUROPA

VIAJES

Buff

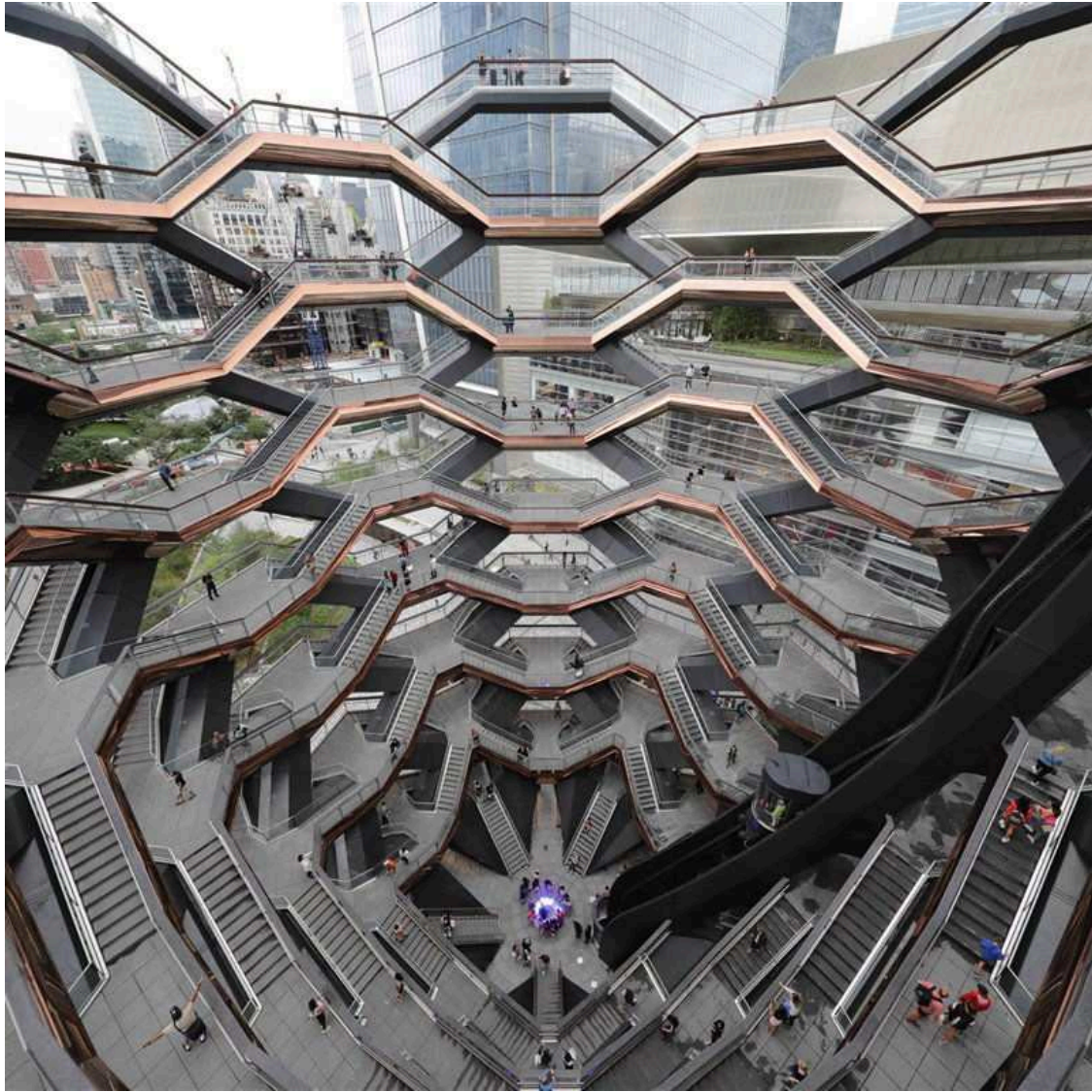
VIAJA A LOS LUGARES MÁS LEJANOS DEL MUNDO

12 REVISTAS DE VIAJES NATIONAL GEOGRAPHIC

+ Buff® y 2 ediciones especiales de regalo desde solo 29,95€

SUSCRÍBETE YA







Islas y Playas

Viajar en Familia

Mochileros

América

Escapadas



Publicidad



VISITA OBLIGADA PARA INSTRAGRAMERS

Euphoric Emporium, en Miami, el paraíso para los amantes de

Instagram

Euphoric Emporium, en Miami, es el destino al que ningún instagramer se podrá resistir ¿eres uno de ellos? ¡atento a los detalles! (te los desvelamos a continuación).

Áine Díaz | Madrid | 25/02/2020

No sabemos si es arte o es locura pero de lo que estamos seguros es que no puedes perderte esta nueva experiencia interactiva en Miami y si además eres de los que se muere por 'petarlo' en Instagram, deberías estar ya planificando tu viaje a Miami para adentrarte en su **Euphoric Emporium**.

Euphoric Emporium es un gran espacio en el que podrás disfrutar de hasta 14 experiencias diferentes, eso además de tomarte algo en su bar o descansar un rato bajo las palmeras en su zona de patio.

Claro que lo sorprendente y excepcional de este lugar no son tanto sus palmeras o sus cócteles como **las 14 experiencias que podrás vivir, por ejemplo, podrás colarte en un contenedor decorado de tal modo que engaña a tus ojos** ¿el resultado? te sientes crecer y decrecer como si fueses la mismísima Alicia en el País de las Maravillas probando pócimas y galletas.

No menos impactante resulta **la experiencia del espejo** porque consiste en que te encuentres (en lugar de perderte que es, por otra parte, lo más probable) en un laberinto en el que tú única compañía será tu propio reflejo.

Más, **una de las experiencias más divertidas cabe que sea la del tiovivo porque una cámara rodará a cámara lenta tus vueltas en el tiovivo** y podrás revivirlas sin perderte detalle alguno (cabe que veas incluso los que no quieres ver porque ya sabes que la cámara lenta tiene siempre un punto traicionero).

Y así podríamos seguir **hasta 14 experiencias diferentes** que puedes disfrutar a inmortalizar sólo en el Euphoric Emporium, en Miami, cerca de Venetian Causeway, entre Bayshor Drive y el 15th Street.

¿Cuánto cuesta disfrutar de esta experiencia? hay varios precios en función del tipo de acceso que quieras: los menores de 4 años no pagan, los menores de 18 años pagan 18 dólares y los mayores de esa edad 28; puedes optar por entradas con bebida incluida o entrada doble VIP e incluso hay también un paquete familiar de cuatro entradas, dos infantiles y dos de adultos, por 70 dólares.

El horario es amplio, abre de lunes a viernes de 4 de la tarde a 1 de la madrugada y los sábados y domingos también de 11 de la mañana a 1 de la tarde pero, si viajas no niños, ten en cuenta que a partir de las 7 de la tarde sólo se permite el acceso a mayores de 18 años.

Más información en [Miami Beaches](#) (GMCVB (**Greater Miami Convention & Visitor Bureu**), Oficina Oficial de Turismo de Miami).



Publicidad



TAGS RELACIONADOS

- selfies
- Miami

PUBLICIDAD

2 opciones de New York Pa

Obtenga su NYC Sightseeing F hasta 12 meses antes. Cómpr antes de que se encarezca.

TE RECOMENDAMOS



No pagar hipoteca o las facturas de luz



Sevilla sigue con su tradicional



Mueren dos personas al caer 30



Muere el periodista gallego Pablo López

CONTENIDO PATROCINADO



¡Diversifique tus Ingresos

Vici Marketing



Todos los ladrones están asustados

Securitas Direct



Una inversión de 200€ ahora en

Marketing Vici



Trasplante de pelo en Turquía: los

Hair Transplant |

Publicidad

griferías, caños fuente laton - Toalleros y lavabos rustico

lavabos, grifos complementos en laton pulido para baños, rusticos formabano.es

Categorías

Planes de navidad

Escapadas fin de semana

Para mochileros

Islas y Playas

Vacunas internacionales

Famosos

Noticias Cine

Argentina

CLIPPING FEBRUARY – ARGENTINA

QEPD.news

34475 visits per day

INICIO CONTACTO POLÍTICA DE PRIVACIDAD

QEPD.news

INICIO POLÍTICA ECONOMÍA SOCIEDAD ENTREVISTAS OPINIÓN OCIO MÁS

GMCVB REVELA SU INICIATIVA DE MIAMILAND

8 FEBRERO, 2020 × 1 VISITAS

TURISMO 1 VISITAS 0



Visitors Bureau (GMCVB) abrió el telón de una iniciativa secreta que había comenzado el invierno pasado cuando lanzó algunos videos de prueba en los principales mercados nacionales promoviendo un nuevo parque temático de acciónaventura llamado MIAMILAND.

La actividad fue una extensión de la campaña Found In Miami del GMCVB y está diseñada para animar a los visitantes a explorar más vecindarios del Gran Miami.

La ejecución creativa de MIAMILAND fue diseñada para crear curiosidad y aumentar la emoción de un parque temático de acción y aventura lleno de maravillas naturales.

Además, mostró que el «parque temático» es en realidad la inmensa huella del Gran Miami, hogar de dichos atractivos naturales situados orgánicamente para proporcionar acceso a auténticas aventuras de acción.

La campaña está diseñada en respuesta al creciente deseo de los consumidores de desprenderse de los problemas de la vida diaria a cambio de un mayor compromiso con la naturaleza y la aventura.

Taboola Feed

QEPD.news
138 Me gusta

Me gusta esta página Compartir

Sé el primero de tus amigos en indicar que te gusta.

ABSA SRL 4729-0600

Tweets por @NewsQepd

QEPD.news @NewsQepd
#Gourmet #Sin categoría #GranGalpon #LaPlata Día de los Enamorados en Gran Galpón con un menú especial y 2x1 en cócteles y vinos. Este 14 de febrero, los amantes del buen beber y del Jazz tienen una cita especial en City Bell: 2x1 en un cóctel de autor... dlvr.it/RPdp55

QEPD.news @NewsQepd
#Gourmet #CABA #Jornal Jornal recompensa el amor con un menú de cinco pasos: El 14 de febrero Jornal, uno de los restaurantes más auténticos de la ciudad, propone una cena íntima para degustar un menú de 5 pasos de su cocina de vanguardia...



La voz del trade en las Américas

Miami, líder en el segmento wellness



DESTINOS FLORIDA

Lun 10 de febrero de 2020

Los meses de salud y bienestar comenzaron en 1 febrero con una variedad como sólo este destino puede ofrecer



Por: **travel2latam**
@travel2latam
info@travel2latam.com

Según el índice MINDBODY Wellness Index 2020, que clasifica la salud y el bienestar general de las 50 ciudades más pobladas de América, Miami fue clasificada una vez más como la ciudad más saludable de los Estados Unidos.

En un esfuerzo por compartir este atributo con los visitantes y locales por igual, GMCVB se complace en anunciar el tan esperado regreso de sus dos meses, centrados en el bienestar, Miami Health & Wellness Months (febrero-marzo de 2020). Como parte del Miami Temptations Program del GMCVB, los Meses de Salud y el Bienestar en Miami atraen a quienes les gusta mantenerse saludables y activos. Durante esta celebración de 60 días, se anima a los entusiastas de la salud locales y visitantes a experimentar todas las ofertas por las que Miami es conocida -entre ellas, los mejores centros de fitness, spas, centros médicos, instalaciones de actividades al aire libre y más- recibiendo ofertas especiales en una gama de clases de ejercicio, tratamientos holísticos, eventos deportivos, programas de pérdida de peso y actividades de salud y fitness para todas las edades y niveles de habilidad.

Tendencias

que están leyendo nuestros usuarios en este momento



DESTINOS REPÚBLICA DOMINICANA

JetBlue lidera flujo de pasajeros en Rep. Dominicana



REPORTES

Dejar de viajar no impedirá que el coronavirus se propague



DailyTravellingNews

99 visits per day

Recordar usuario
[¿Olvidó su contraseña?](#)



Daily Travelling News

Editado y Distribuido por HSM Realizaciones

10:20 hs. | Vie, 14.Feb.2020
BUE ☀️ T: 19°C H: 61%

Portada Argentina Internacional Trade Cruceros Hoteles Cías. Aéreas Destinos Agenda Capacitación DailyWeb.tv Internacional en Inglés

Grandes aventuras al aire libre que solo se pueden encontrar en Miami

MIAMILAND, la nueva iniciativa del Greater Miami Convention & Visitors Bureau

Si bien puede parecer la más nueva experiencia de parque temático de Florida, la verdad es: MIAMILAND ha estado todo el tiempo.

12.02.2020 20:01 |



MIAMILAND, la nueva iniciativa del Greater Miami Convention & Visitors Bureau

Porque más allá de las mundialmente famosas playas, hoteles y vida nocturna de la ciudad de Miami, hay un país de maravillas con grandes aventuras al aire libre que solo se pueden encontrar en Miami.

Explore los claros salvajes e indómitos, sumérjase en una aventura oceánica y sumérjase en el esplendor de la naturaleza. De remar en Miami Beach Sunset Harbour, a paseos por la naturaleza histórica en el Deering Estate, espiar caimanes en South Miami-Dade, Greater Miami and the Beaches tiene una aventura para todos.

El Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) abrió el telón de una iniciativa secreta que había comenzado el invierno pasado cuando lanzó algunos videos de prueba en los principales mercados nacionales promoviendo un nuevo parque temático de acción aventura llamado MIAMILAND.

La actividad fue una extensión de la campaña Found In Miami del GMCVB y está diseñada para animar a los visitantes a explorar más vecindarios del Gran Miami.

La ejecución creativa de MIAMILAND fue diseñada para crear curiosidad y aumentar la emoción de un parque temático de acción y aventura lleno de maravillas naturales. Además, mostró que el "parque temático" es en realidad la inmensa huella del Gran Miami, hogar de dichos atractivos naturales situados orgánicamente para proporcionar acceso a auténticas aventuras de acción.

La campaña está diseñada en respuesta al creciente deseo de los consumidores de desprenderse de los problemas de la vida diaria, como el estrés, con la naturaleza y la aventura.

Últimas Noticias

DailyWeb.tv - Agadir en Marruecos

Ignacio Serrano se incorpora a Grupo Colomé como Gerente de Marketing

El Cadillac garantiza un lugar óptimo para sus visitantes

Nuevos ingresos en el U.S. Astronaut Hall of Fame® del Kennedy Space Center Visitor Complex

El nuevo Salón Delta Sky Club llega a Haneeda

 **Alojese**



Daily Travelling ...

13 mil Me gusta



 Me gusta esta página

Sé el primero de tus amigos en indicar que te gusta esto.

Tweets por @hsmdaily

 **HSM | Daily** @hsmdaily

#ElCadillal garantiza un lugar óptimo para sus visitantes @TucumanTurismo #seguridad #prefectura naval ow.ly/XdQV50ym0HY



14h

Monedas

 CotizaciónDolar.com.ar

14/02/20

 Dólar	59.14	63.83
---	--------------	--------------

Hostnews

197 visits per day

f t g y Búsqueda Buscar Inicio Quiénes Somos Contacto Media Kit Cordoba Horeca

Hostnews
Diario Digital de Negocios en Turismo

DESTINO | 20/02/2020

Miami celebra en febrero y marzo los meses de Salud y Bienestar

Compartir | f t g

Por toda la ciudad de Miami hay lugares de fitness, de comida healthy, planes detox, yoga al aire libre y gran cantidad de actividades vinculadas con la vida sana. Siguiendo la tendencia en ascenso de los viajeros que buscan bienestar tanto físico como espiritual durante sus viajes, Miami celebra en febrero y marzo sus meses de Salud y Bienestar.

Es por ello que Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) invita a locales y turistas a una celebración de 60 días para experimentar todos aquellos lugares que posicionaron a la ciudad como la más saludable de los Estados Unidos.

Miami Temptations Programs, de GMCVB, ofrece un listado curado con lo mejor que el destino tiene para hacer un balance entre turistar, descansar, y mantener la rutina wellness, incluso en vacaciones.

Uno de los eventos más importantes es la **Miami Sailing Week**, en la pintoresca costa de Coconut Grove. Consiste en carreras de vela de varias clases efectuadas en las cristalinas aguas azules de la Bahía de Biscayne. Se llevarán a cabo el fin de semana del 4 de marzo (con competiciones para adultos) y el fin de semana del 13 de marzo (con competiciones juveniles). La Semana de la Vela también incluye cócteles, exhibiciones culturales y ceremonias de premiación que reúnen a los marineros, la comunidad local y turistas nacionales e internacionales.

También, **Lululemon Miami**, a través de cuatro tiendas diferentes, realiza todos los miércoles a las 6.00 de la tarde una divertida carrera llamada Project: Ejecuta Miami. El punto de encuentro es el Front Lawn Courtyard de JW Marriott Miami Turnberry Resort & Spa y las inscripciones son gratis a través de Eventbrite.

Los sábados a la mañana en Española Way se atrae al amor, la luz, la felicidad y la salud tanto para el cuerpo como para la mente con clases abiertas de Synergy Yoga. Lo importante es no olvidarse llevar agua para beber y estera (aunque también se puede alquilar una por 2 dólares).

En lo referido a las ofertas gastronómicas, Terras es un excelente lugar para mantener la movida saludable sin perderse los sabores de América Latina y el Caribe. Es el único bar con rooftop de la Pequeña Habana y ofrece comida inspirada en vegetales locales con un guiño a la Street Food latinoamericana. El Chef Ejecutivo Harry Capacetti elaboró un menú que incluye pequeños platos para compartir. Los desayunos son 8.00 a 11.00 de la mañana y el menú diario es hasta las 10.00 de la noche.

Otro destino culinario es Mama Joon, situado frente al mar y en el patio del Collins Park. Su propuesta culinaria presenta el estilo casero de la comida mediterránea vegetariana con una fuerte influencia libanesa. Para sentirse como un verdadero rey del Mar Mediterráneo, se ofrecen variedades del distinguido Spritz italiano con ingredientes que van desde el licor de Falernum, la lima Kaffir y el Mastika con infusión de hierbas.

Miami ofrece un gran abanico de posibilidades para aquellos fanáticos de la vida saludable, desde todo tipo de actividades deportivas, hasta restaurantes de comida sana y no por eso menos exquisita. Todo está en dejarse llevar por una vida más saludable y romper esas malas prácticas que no contribuyen a nuestro bienestar.



Alóje y consume en establecimientos
Hotelero - Gastronómicos



ASOCIACION DE HOTELES
Y RESTAURANTES
CONFITERIAS Y CAFES



Innovation
& Consulting

VER MÁS



La mejor estación del año
PRIMAVERA
SAN LUIS ARGENTINA

TurismoMerlo
Turismo Villa de Merlo


TurismoCero

644 visits per day

TURISMOCERO | RIBICO | AEROLINEAS | CULTURA | CRUCEROS | DESTINOS | ENTREVISTAS | GOURMET | HOTELES | NOTICIAS | ACERCA

NOTICIAS

Miami celebra bienestar y turismo salud con actividades imperdibles



20 febrero, 2020 | 1 Views

Puede parecer improbable que Miami tenga una amplia oferta centrada en el bienestar. Pero si se lo piensa dos veces, las playas, el sol y los magníficos atardeceres son ingredientes perfectos para la relajación y el descanso.

Además, por toda la ciudad hay lugares **fitness**, de comida healthy, planes detox, yoga al aire libre y gran cantidad de actividades vinculadas con la vida sana.

Siguiendo la tendencia en ascenso de los viajeros que buscan bienestar tanto físico como espiritual durante sus viajes, Miami celebra en febrero y marzo sus meses de Salud y Bienestar. Es por ello que Greater Miami Convention & Visitors Bureau (**GMCVB**) invita a locales y turistas a una celebración de 60 días para experimentar todos aquellos lugares que posicionaron a la ciudad como la más saludable de los Estados Unidos.

Miami Temptations Programs, de **GMCVB**, ofrece un listado curado con lo mejor que el destino tiene para hacer un balance entre turistar, descansar, y mantener la rutina wellness, incluso en vacaciones.

Uno de los eventos más importantes es la Miami Sailing Week, en la pintoresca costa de Coconut Grove. Consiste en carreras de vela de varias clases efectuadas en las cristalinas aguas azules de la Bahía de Biscayne. Se llevarán a cabo el fin de semana del 4 de marzo (con competiciones para adultos) y el fin de semana del 13 de marzo (con competiciones juveniles).

La Semana de la Vela también incluye cócteles, exhibiciones culturales y ceremonias de premiación que reúnen a los marineros, la comunidad local y turistas nacionales e internacionales.


También, Lululemon Miami, a través de cuatro tiendas diferentes, realiza todos los miércoles a las 6.00 de la tarde una divertida carrera llamada Project: Ejecuta Miami. El punto de encuentro es el Front Lawn Courtyard de JW Marriott Miami Turnberry Resort & Spa y las inscripciones son gratis a través de Eventbrite.

Los sábados a la mañana en Española Way se atrae al amor, la luz, la felicidad y la salud tanto para el cuerpo como para la mente con clases abiertas de Synergy Yoga. Lo importante es no olvidarse llevar agua para beber y estera (aunque también se puede alquilar una por 2 dólares).

En lo referido a las ofertas gastronómicas, Terras es un excelente lugar para mantener la movida saludable sin perderse los sabores de América Latina y el **Caribe**. Es el único bar con rooftop de la Pequeña Habana y ofrece comida inspirada en vegetales locales con un guiño a la Street Food latinoamericana. El Chef Ejecutivo Harry Capacetti elaboró un menú que incluye pequeños platos para compartir. Los desayunos son 8.00 a 11.00 de la mañana y el menú diario es hasta las 10.00 de la noche.


Otro destino culinario es Mama Joon, situado frente al mar y en el patio del Collins Park. Su propuesta culinaria presenta el estilo casero de la comida mediterránea vegetariana con una fuerte influencia libanesa. Para sentirse como un verdadero rey del Mar Mediterráneo, se ofrecen variedades del distinguido Spritz Italiano con ingredientes que van desde el licor de Falernum, la lima Kaffir y el Mastika con infusión de hierbas.

Miami ofrece un gran abanico de posibilidades para aquellos fanáticos de la vida saludable, desde todo tipo de actividades deportivas, hasta restaurantes de comida sana y no por eso menos exquisita. Todo está en dejarse llevar por una vida más saludable y romper esas malas prácticas que no contribuyen a nuestro bienestar.




NOTICIAS

Miami celebra bienestar y turismo salud con actividades imperdibles




NOTICIAS




NOTICIAS

Carnaval de Río, vocablos que confunden entre portugués y español




NOTICIAS

Los vecinos de Madrid se alzan en pie de guerra contra los pisos turísticos



NOTICIAS

Lo que hay que saber en tus viajes luego del Brexit



NOTICIAS

El Coronavirus también infecta al turismo

PREVIOUS ARTICLE

← Carnaval de Río, vocablos que confunden entre portugués y español

INICIO CONTACTO POLÍTICA DE PRIVACIDAD


QEPD.news

INICIO POLÍTICA ECONOMÍA SOCIEDAD ENTREVISTAS OPINIÓN OCIO MÁS

MIAMI CELEBRA BIENESTAR Y TURISMO SALUD CON ACTIVIDADES IMPERDIBLES

20 FEBRERO, 2020 x 3 VISITAS

TURISMO 3 VISITAS



Puede parecer improbable que Miami tenga una amplia oferta centrada en el bienestar. Pero si se lo piensa dos veces, las playas, el sol y los magníficos atardeceres son ingredientes perfectos para la relajación y el descanso.

Además, por toda la ciudad hay lugares fitness, de comida healthy, planes detox, yoga al aire libre y gran cantidad de actividades vinculadas con la vida sana.

Seguindo la tendencia en ascenso de los viajeros que buscan bienestar tanto físico como espiritual durante sus viajes, Miami celebra en febrero y marzo sus meses de Salud y Bienestar. Es por ello que Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) invita a locales y turistas a una celebración de 60 días para experimentar todos aquellos lugares que posicionaron a la ciudad como la más saludable de los Estados Unidos.

Miami Temptations Programs, de GMCVB, ofrece un listado curado con lo mejor que el destino tiene para hacer un balance entre turistar, descansar, y mantener la rutina wellness, incluso en vacaciones.

Uno de los eventos más importantes es la Miami Sailing Week, en la pintoresca costa de Coconut Grove. Consiste en carreras de vela de varias clases efectuadas en las cristalinas aguas azules de la Bahía de Biscayne. Se llevarán a cabo el fin de semana del 4 de marzo (con competiciones para adultos) y el fin de semana del 13 de marzo (con competiciones juveniles). La Semana de la Vela también incluye cócteles, exhibiciones culturales y ceremonias de premiación que reúnen a los marineros, la comunidad local y turistas nacionales e internacionales.

También, Lululemon Miami, a través de cuatro tiendas diferentes, realiza todos los miércoles a las 6.00 de la tarde una divertida carrera llamada Project: Ejecuta Miami. El punto de encuentro es el Front Lawn Courtyard de JW Marriott Miami Turnberry Resort & Spa y las inscripciones son gratis a través de Eventbrite.

Los sábados a la mañana en Española Way se atrae al amor, la luz, la felicidad y la salud tanto para el cuerpo como para la mente con clases abiertas de Synergy Yoga. Lo importante es no olvidarse llevar agua para beber y estera (aunque también se puede alquilar una por 2 dólares).

En lo referido a las ofertas gastronómicas, Terras es un excelente lugar para mantener la movida saludable sin perderse los sabores de América Latina y el Caribe. Es el único bar con rooftop de la Pequeña Habana y ofrece comida inspirada en vegetales locales con un guiño a la Street Food latinoamericana. El Chef Ejecutivo Harry Capacetti elaboró un menú que incluye pequeños platos para compartir. Los desayunos son 8.00 a 11.00 de la mañana y el menú diario es hasta las 10.00 de la noche.

Otro destino culinario es Mama Joon, situado frente al mar y en el patio del Collins Park. Su propuesta culinaria presenta el estilo casero de la comida mediterránea vegetariana con una fuerte influencia libanesa. Para sentirse como un verdadero rey del Mar Mediterráneo, se ofrecen variedades del distinguido Spritz Italiano con ingredientes que van desde el licor de Falernum, la lima Kaffir y el Mastika con infusión de hierbas.

Miami ofrece un gran abanico de posibilidades para aquellos fanáticos de la vida saludable, desde todo tipo de actividades deportivas, hasta restaurantes de comida sana y no por eso menos exquisita. Todo está en dejarse llevar por una vida más saludable y romper esas malas prácticas que no contribuyen a nuestro bienestar.

Acerca de Greater Miami Convention & Visitors Bureau
Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) es una organización acreditada de ventas y marketing sin fines de lucro cuya misión es atraer a los visitantes al Gran Miami y las Playas para disfrutar, hacer negocios y realizar convenciones. Si desea una guía de vacaciones, visite nuestro sitio web www.MiamilandBeaches.com o llame al 1-888-76-Miami (sólo EE.UU. y Canadá) o al 305-447-7777. Para comunicarse con las oficinas de GMCVB, marque el 305-539-3000. Los organizadores de eventos pueden llamar al 1-800-933-8448 (sólo EE.UU. y Canadá) o al 305-539-3071 o visite www.MiamiMeetings.com

QEPD.news
143 Me gusta

Me gusta esta página Compartir

Se el primero de tus amigos en indicar que te gusta.


ABS SRL 4729-0600

00:00 01:04

Tweets por @NewsQepd

QEPD.news @NewsQepd


#Música #Cultura #Multimedia #Música LOS ABUELOS DE LA NADA: HIMNO DE MI CORAZON: El regreso de Los Abuelos de la Nada a los escenarios de Argentina y Latinoamérica llega con la noticia de un primer single, adelanto de lo que será el próximo disco de la... [divr/IR0T54r](#)



4h

QEPD.news @NewsQepd


#Música #Cultura #Multimedia #Música J MENA estrena su nuevo single y video: PUTA: «Put» es el nuevo single de J mena, una composición que habla enteramente de la libertad de las mujeres. En la era de la resignificación lingüística, la artista busca... [divr/IR0Sn7D](#)



6h

QEPD.news @NewsQepd

#Indumentaria #Empresas #Santista SANTISTA JW SE UNIO A UNIVERSO MELMAC Y SALVAJE BAKERY PARA LANZAR COOKIN BY SANTISTA: La cápsula Cookin by Santista busca participar en la industria gastronómica desde su know how, aplicando sus conocimientos de... [divr/IR0Sn6m](#)



6h

Insertar Ver en Twitter

CiudadanosViajeros

907 visits per day

15.4 °C Buenos Aires miércoles 26, febrero 2020 Registrarse / Unirse Publicidad Contacto

CIUDADANOS VIAJEROS

INICIO NOVEDADES DE DESTINOS OFERTAS DEL DÍA TIPS VIAJEROS RADIO CON VOS

Salta Tan linda que enamora #Voy a Salta LA PROVINCIA MÁS LINDA AL MEJOR PRECIO

Inicio > Actualidad > Las ofertas de bienestar y turismo en Miami


Actualidad

Las ofertas de bienestar y turismo en Miami

Por Ciudadanos Viajeros - 21/02/2020 129 0

Me gusta 0

Compartir f t G+ p in e



En Miami, las playas, el sol y los magníficos atardeceres son ingredientes perfectos para la relajación, el descanso y el bienestar.

Por toda la ciudad hay lugares para hacer ejercicios, restaurantes para comer sanamente, lugares para hacer yoga al aire libre. Una gran cantidad de actividades vinculadas con la vida sana.

Miami celebra en febrero y marzo sus meses de Salud y Bienestar. Por esta razón, el [Greater Miami Convention & Visitors Bureau](#) planea una celebración de 60 días. Conocé los lugares que posicionaron a la ciudad como la más saludable de los Estados Unidos.

Otro de los eventos más importantes es la [Miami Sailing Week](#), en Coconut Grove. Disfrutá las carreras de vela en las cristalinas aguas azules de la Bahía de Biscayne. El evento será el fin de semana del 4 de marzo para adultos y el de 13 de marzo con competiciones juveniles.

La Semana de la Vela también incluye cócteles, exhibiciones culturales y premiaciones. Un plan ideal para turistas nacionales e internacionales.

Los sábados a la mañana en Española Way hay clases abiertas de Synergy Yoga. Lo importante es no olvidarse llevar agua para beber y estera (aunque también se puede alquilar una por 2 dólares).





En ofertas gastronómicas, [Terras](#) es un excelente lugar para mantener la movida saludable. Sin perderse los sabores latinos, es el único bar con rooftop de la Pequeña Habana. Allí ofrecen comida inspirada en vegetales locales con un guiño a la Street Food latinoamericana.

Otro destino culinario es [Mama Joon](#), situado frente al mar y en el patio del Collins Park. Su propuesta es comida mediterránea vegetariana con influencia libanesa.

Miami ofrece un [gran abanico de posibilidades para aquellos fanáticos de la vida saludable](#). Desde todo tipo de actividades deportivas, hasta restaurantes de comida sana y no por eso menos exquisita. Todo está en dejarse llevar por una vida más saludable y romper esas malas prácticas que no contribuyen a nuestro bienestar.


Si te interesa saber más sobre Miami, te recomendamos leer: "[Vacaciones low cost en Miami Beach](#)". "[¿Dónde practicar yoga gratis en Miami?](#)".

MÁS POPULARES



-  Carnaval 2020 en Villa Gesell 19/02/2020
-  5 estrategias para mejorar los viajes corporativos 06/02/2020
-  Los 10 lugares imprescindibles para conocer en Jujuy 24/12/2019
-  Jamaica y sus imperdibles excursiones históricas 18/02/2020

Cargar más >

Con MANUEL SIERRA y su equipo



ÚLTIMAS NOVEDADES

-  Actualidad Qué hacer con tu gato si te vas de viaje
-  Actualidad Safari fotográfico en Esquel, todos los detalles

Expectativa

78 visits per day

MIERCOLES, FEBRERO 26 2020 Política Negocios Aerocomercial Tecnología Turismo

Expectativa

Política Negocios Aerocomercial Tecnología Turismo



MIAMI CELEBRA BIENESTAR Y TURISMO SALUD CON ACTIVIDADES IMPERDIBLES

Puede parecer improbable que Miami tenga una amplia oferta centrada en el bienestar. Pero si se lo piensa dos veces, las playas, el sol y los magníficos atardeceros son ingredientes perfectos para la relajación y el descanso. Además, por toda la ciudad hay lugares fitness, de comida healthy, planes detox, yoga al aire libre y gran cantidad de actividades vinculadas con la vida sana.



Siguiendo la tendencia en ascenso de los viajeros que buscan bienestar tanto físico como espiritual durante sus viajes, Miami celebra en febrero y marzo sus meses de Salud y Bienestar. Es por ello que Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) invita a locales y turistas a una celebración de 60 días para experimentar todos aquellos lugares que posicionaron a la ciudad como la más saludable de los Estados Unidos.

Miami Temptations Programs, de GMCVB, ofrece un listado curado con lo mejor que el destino tiene para hacer un balance entre turistar, descansar, y mantener la rutina wellness, incluso en vacaciones.

Uno de los eventos más importantes es la Miami Sailing Week, en la pintoresca costa de Coconut Grove. Consiste en carreras de vela de varias clases efectuadas en las cristalinas aguas azules de la Bahía de Biscayne. Se llevarán a cabo el fin de semana del 4 de marzo (con competiciones para adultos) y el fin de semana del 13 de marzo (con competiciones juveniles). La Semana de la Vela también incluye cócteles, exhibiciones culturales y ceremonias de premiación que reúnen a los marineros, la comunidad local y turistas nacionales e internacionales.

También, Lululemon Miami, a través de cuatro tiendas diferentes, realiza todos los miércoles a las 6:00 de la tarde una divertida carrera llamada Project. Ejecuta Miami. El punto de encuentro es el Front Lawn Courtyard de JW Marriott Miami Turnberry Resort & Spa y las inscripciones son gratis a través de Eventbrite.

Los sábados a la mañana en Española Way se atrae al amor, la luz, la felicidad y la salud tanto para el cuerpo como para la mente con clases abiertas de Synergy Yoga. Lo importante es no olvidarse llevar agua para beber y estera (aunque también se puede alquilar una por 2 dólares).

En lo referido a las ofertas gastronómicas, Terras es un excelente lugar para mantener la movida saludable sin perderse los sabores de América Latina y el Caribe. Es el único bar con rooftop de la Pequeña Habana y ofrece comida inspirada en vegetales locales con un guiño a la Street Food latinoamericana. El Chef Ejecutivo Harry Capacetti elaboró un menú que incluye pequeños platos para compartir. Los desayunos son \$8.00 a 11.00 de la mañana y el menú diario es hasta las 10.00 de la noche.



Tourists visiting Little Havana, one of the most famous neighborhoods of Miami. A couple is sitting at the outdoor tables of a restaurant that serves typical Cuban food (comida Cubana); a man is taking pictures to one of the many painted cochinitas that you can see on Calle Ocho (8th Street), the main street and the beating heart of Little Havana.

Otro destino culinario es Mama Joon, situado frente al mar y en el patio del Collins Park. Su propuesta culinaria presenta el estilo casero de la comida mediterránea vegetariana con una fuerte influencia libanesa. Para sentirse como un verdadero rey del Mar Mediterráneo, se ofrecen variedades del distinguido Spätz italiano con ingredientes que van desde el licor de Faleriano, la lima Kaffir y el Maizka con infusión de hierbas.

Miami ofrece un gran abanico de posibilidades para aquellos fanáticos de la vida saludable, desde todo tipo de actividades deportivas, hasta restaurantes de comida sana y no por eso menos exquisita. Todo está en dejarse llevar por una vida más saludable y romper esas malas prácticas que no contribuyen a nuestro bienestar.

Feb. 24-2020

SHARE Like 1.1k 9 Tweet Share

Recordar usuario
[¿Olvidó su contraseña?](#)



Daily Travelling News

Editado y Distribuido por HSM Realizaciones

12:59 hs. | Vie, 28.Feb.2020
BUE ☀️ T: 19°C H: 61%



Portada **Argentina** Internacional Trade Cruceros Hoteles Cías. Aéreas Destinos Agenda Capacitación DailyWeb.tv Internacional en Inglés

CON ACTIVIDADES IMPERDIBLES

Bienestar y turismo salud en Miami

Miami celebra en febrero y marzo sus meses de Salud y Bienestar. **Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB)** invita a locales y turistas a una celebración de 60 días para experimentar todos aquellos lugares que posicionaron a la ciudad como la más saludable de los Estados Unidos.

27.02.2020 20:42 | Miami and Beaches |



Puede parecer improbable que Miami tenga una amplia oferta centrada en el bienestar. Pero si se lo piensa dos veces, las playas, el sol y los magníficos atardeceres son ingredientes perfectos para la relajación y el descanso. Además, por toda la ciudad hay lugares fitness, de comida healthy, planes detox, yoga al aire libre y gran cantidad de actividades vinculadas con la vida sana.

Miami Temptations Programs, de GMCVB, ofrece un listado curado con lo mejor que el destino tiene para hacer un balance entre turistar, descansar, y mantener la rutina wellness, incluso en vacaciones. Uno de los eventos más importantes es la **Miami Sailing Week**, en la pintoresca costa de Coconut Grove. Consiste en carreras de vela de varias clases efectuadas en las cristalinas aguas azules de la Bahía de Biscayne. Se llevarán a cabo el fin de semana del 4 de marzo (con competiciones para adultos) y el fin de semana del 13 de marzo (con competiciones juveniles). La Semana de la Vela también incluye cócteles, exhibiciones culturales y ceremonias de premiación que reúnen a los marineros, la comunidad local y turistas nacionales e internacionales. También, **Lululemon Miami**, a través de cuatro tiendas diferentes, realiza todos los miércoles a las 6.00 de la tarde una divertida carrera llamada Project: Ejecuta Miami. El punto de encuentro es el Front Lawn Courtyard de JW Marriott Miami Turnberry Resort & Spa

Los sábados a la mañana en Española Way se atrae al amor, la luz, la felicidad y la salud tanto para el cuerpo como para la mente con clases abiertas de Synergy Yoga. Lo importante es no olvidarse llevar agua para beber y estera (aunque también se puede alquilar una por 2 dólares).

En lo referido a las ofertas gastronómicas, **Terras** es un excelente lugar para mantener la movida saludable sin perderse los sabores de América Latina y el Caribe. Es el único bar con rooftop de la Pequeña Habana y ofrece comida inspirada en vegetales locales con un guiño a la Street Food latinoamericana. El Chef Ejecutivo Harry Capacetti elaboró un menú que incluye pequeños platos para compartir. Los desayunos son 8.00 a 11.00 de la mañana y el menú diario es hasta las 10.00 de la noche.

Otro destino culinario es **Mama Joon**, situado frente al mar y en el patio del Collins Park. Su propuesta culinaria presenta el estilo casero de la comida mediterránea vegetariana con una fuerte influencia libanesa. Para sentirse como un verdadero rey del Mar Mediterráneo, se ofrecen variedades del distinguido Spritz italiano con ingredientes que van desde el licor de Falernum, la lima Kaffir y el Mastika con infusión de hierbas.

Miami ofrece un **gran abanico de posibilidades para aquellos fanáticos de la vida saludable**, desde todo tipo de actividades deportivas, hasta restaurantes de comida sana y no por eso menos exquisita. Todo está en dejarse llevar por una vida más saludable y romper esas malas prácticas que no contribuyen a nuestro bienestar.

Últimas Noticias

Bienestar y turismo salud en Miami

Nuevo tour en autobús en el Kennedy Space Center Visitor Complex

Un concurso de pesca en Florida Keys y Lake of the Woods

El 2019 llevó a Las Vegas 42,5 millones de visitantes

New Orleans & Company organizó el Almuerzo Anual de Liderazgo en Turismo



Daily Travelling ...
13 mil Me gusta

Me gusta esta página

Sé el primero de tus amigos en indicar que te gusta esto.

Tweets por @hsmdaily

HSM | Daily @hsmdaily

Argentina presente en ANATO @AnatoNacional @InproturArg @TurismoNacionAR @PROCOLOMBIACO @MatiasLammens ow.ly/fmM450ysTd



Insertar Ver en Twitter

Monedas

CotizacionDolar.com.ar

28/02/20

	compra	venta
Dólar	59.84	64.53
Euro	66.30	71.67
Real	13.90	15.83

International Destinations

69 visits per day

BUENOS
VIAJES

Inicio Categorías Suscribirse a Buenos Viajes News ¿Quiénes somos?

SEGUIR:   

DESTINOS INTERNACIONALES

SIGUIENTE HISTORIA
Sky volará a Bogotá >

HISTORIA PREVIA
< Nueva Zelanda sabe de vinos

El ícono de South Beach Transformado

MELIÁ
INTERNACIONAL
VARADERO - ALL INCLUSIVE
NUEVA APERTURA

Bienestar y turismo salud

POR BUENOS VIAJES - 27/02/2020



Miami celebra en febrero y marzo sus meses de Salud y Bienestar, durante los cuales el **Greater Miami Convention & Visitors Bureau** invita a locales y turistas a conocer las experiencias que posicionaron a la ciudad como la más saludable de Estados Unidos. Uno de los eventos principales es la **Miami Sailing Week**, en la pintoresca costa de Coconut Grove, que consiste en carreras de vela de varias clases efectuadas en las aguas de la Bahía de Biscayne. Se llevarán a cabo el fin de semana del 4 de marzo (competencias para adultos) y el fin de semana del 13 de marzo (juveniles). La Semana de la Vela también incluye cócteles y exhibiciones culturales. A su vez Lululemon **Miami**, a través de cuatro tiendas diferentes, realiza todos los miércoles a las 18.00 una divertida carrera llamada Project: Ejecuta **Miami**. El punto de encuentro es el Front Lawn Courtyard de JW Marriott **Miami** Turnberry Resort & Spa y las inscripciones son gratis a través de Eventbrite. Además los sábados a la mañana en Española Way se atraen la felicidad y salud tanto para el cuerpo como para la mente con clases abiertas de Synergy Yoga. Las posibilidades se completan con excelentes e innovadoras ofertas gastronómicas.

miamiandbeaches.com


TAMBIÉN TE PODRÍA GUSTAR...

Usuario

Contraseña

Recordar usuario

[¿Olvidó su contraseña?](#)



Daily Travelling News
Editado y Distribuido por HSM Realizaciones

13:53 hs | Lun, 02 Mar 2020
BUE ☀️ T: 19°C H: 61%

[Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#)


Portada
Argentina
Internacional
Trade
Cruceros
Hoteles
Cias. Aéreas
Destinos
Agenda
Capacitación
DailyWeb.tv
Internacional en Inglés

PRESENTACION EN BUENOS AIRES

Bal Harbour y Miami, dos destinos con muchas novedades

Compartiendo un ameno desayuno en el Sofitel Buenos Aires, con agentes de viajes y medios de prensa, Carmen Florio, Directora de D.LX en representación de **Bal Harbour Village** junto a Mercedes Zicuela, de Imaginadora representando a **Greater Miami Convention & Visitors Bureau** pudieron comentar sobre todas las novedades de los destinos.

26 02 2020 00:02 | HSM Realizaciones - Daily Travelling News |



Bal Harbour, imperdible todo el año

A pesar de la situación económica y las medidas tomadas por el gobierno argentino actual, y que la visita de argentinos a Bal Harbour ha disminuido algunas cifras, Argentina sigue estando entre los destinos internacionales que más turistas aportan a este destino de lujo, que siempre esta ofreciendo eventos de categoría tanto en **arte**, diseño o **gastronomía**.

Uno de los eventos gastronómicos más importante es **Haute Cuisine** programado del 5 al 10 de mayo del 2020 y presentará los mejores chefs con clases interactivas de cocina, menús especiales en varios restaurantes y hoteles.

Con hoteles de lujo, amplios, cómodos y con todas las alternativas para pasar unas vacaciones relajadas y divertidas, playas extensas, limpias y aguas cristalinas, Bal Harbour sigue siendo una de las mejores opciones que continúa trabajando para captar al visitante.

En temporada baja los hoteles ofrecen algunas noches gratuitas sumadas a la estadia y tarjetas de descuentos o gratuitas (**Art Access Card**) para visitar los mejores centros de arte de la ciudad como el Museo de Arte Contemporáneo, el Pérez Art Museum, Frost Museum of Science, entre otros.

Florio describió los servicios de varios hoteles, entre ellos, el **St. Regis Bal Harbour Resort** diseñado súper exigentes que se remodeló hace cuatro años, y ofrece una cuarta noche gratis en baja temporada. El **Ritz-Carlton Bal Harbour**, el más querido por los argentinos, un hotel de 94 habitaciones totalmente remodeladas con un excelente servicio y muchos programas de **bienestar**. El **Quarzo Boutique Hotel Bal**, para quienes buscan más el estilo departamento, con servicios esenciales para una estadia cómoda y la libertad en espacios amplios y el acceso a la playa. El **Sea View Hotel**, remodelado; un tres estrellas para quienes no pueden pagar tanto lujo, pero que ofrece un excelente nivel de servicios.

En materia de compras **Bal Harbour Shops**, este año en remodelación, terminando su tercer piso, es una colección de las mejores marcas y tiendas boutiques que atraen visitantes de todo el mundo. También incorporará más locales de gastronomía con especialidades para todos los gustos que unen a los ya existentes y exitosos como Carpaccio, Makoto y la chocolatería Vasalissa.

+ info: www.balharbourflorida.com/

Miami, no es sólo playa y costa!

Downtown, totalmente renovado ha logrado plasmar el arte en todos sus rincones. El **Museo de Ciencias Frost**, es un museo de ciencias totalmente interactivo que cuenta con un acuario de 4 pisos y un planetario que todos los días ofrece diversos espectáculos. American Airlines Arena ofrece recitales de reconocidos artistas y campeonatos.

Una reciente apertura es la del **Shopping Brickell City Centre** con una impresionante arquitectura, todo vidriado, que alberga locales de las mejores marcas y un gran patio de comidas con variadas ofertas.

Adrienne Arsht Center es la ópera y valet de Miami donde, de noviembre a mayo se muestran las mejores obras de Broadway y también ofrece visitas guiadas gratuitas.

Paseos en barco, en lanchas de alta velocidad y amplias playas para disfrutar con amigos y familias y hoteles de todo tipo son un excelente complemento. Para conocer más la ciudad, un paseo en tren gratuito en el Metromover con 21 paradas y la posibilidad de visitar todos los atractivos. Por otro lado el tren de alta velocidad Virgin Brightline ya promete para el 2022 unir Orlando con Miami y ya funciona con dos paradas en Fort Lauderdale y Palm Beach anunciando otra terminal en Boca Raton.

Para los amantes del arte, a 10 minutos de Downtown está **Wynwood**, un barrio totalmente remodelado, que dejó atrás un lugar desolado de fábricas y galpones, para convertirse en un "Museo a Cielo Abierto" que además tiene restaurantes y espectáculos al aire libre, diseñadores locales donde concurren artistas de todo el mundo, con una gran resonancia durante Miami Art Basel.

Por otro lado, el **Districto del Diseño**, es un paseo de compras, donde antes había fabrica de telas, y hoy muestra las primeras marcas de lujo, galerías de arte y estudios de arquitectura.

El **puerto** está avanzando en su orden e infraestructura, en las construcciones de las terminales de cada compañía de cruceros, ahora mucho más organizado.

La Oficina de Turismo de Miami tiene una temática distinta en descuentos que todos los meses ofrece importantes valores en atracciones a mitad de precio, tanto así en restaurantes para aprovechar en cada ocasión.

+info: miamianbeaches.com

Últimas Noticias

Argentina se lució en Colombia ante profesionales de turismo

Nuevos buses turísticos para pasear por la Ciudad de Buenos Aires

Wyndham Hotels & Resorts calificada una de las compañías más éticas del mundo

Importantes mejoras en el Aeropuerto de Key West

Resultados operativos de Aeroflot en enero 2020

Daily Travelling ...
13 mil Me gusta

Me gusta esta página

Se el primero de tus amigos en indicar que te gusta esto.

Tweets por @hsmdaily

HSM | Daily @hsmdaily

Nuevos #buses turísticos para pasear por la Ciudad de Buenos Aires @travelbares @gcho dailweb.com #noticiasval3...

Monedas

02/03/20

Moneda	Compra	Venta
Dólar	59.91	64.58
Euro	66.75	72.08
Real	13.90	15.83

ComercioYJusticia

1691 visits per day

The screenshot shows the 'salidas' website with a navigation bar and a main article titled 'Pasarse, comer y comprar en Miami'. The article includes a sunset image and text about Miami's attractions. A sidebar on the right features a 'DOCTRINA JURISPRUDENCIA' section with a photo of a building. Below the main article, there are more images and text, including a photo of a modern building and a photo of a palm tree.



Fotos: [unreadable]

Hay que tener en cuenta que en Estados Unidos la mayoría de los restaurantes cobran el 18 por ciento extra del precio de los platos y bebidas. Dependiendo de si se trata de un restaurante de lujo o de un restaurante de comida rápida, el porcentaje puede ser mayor o menor.

Muevas y pasadas. Alrededor de los días de la semana y en los meses de verano, como consecuencia de las vacaciones, muchas personas se mudan de casa. Esto puede ser una buena oportunidad para comprar muebles y electrodomésticos.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento. También se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.



Alfaro: [unreadable]

Encontrar una casa o un apartamento en Miami puede ser una tarea difícil. Hay muchas cosas que considerar al buscar un lugar para vivir en Miami, como el precio, la ubicación y el tamaño del espacio.

El proceso de búsqueda. Es importante tener en cuenta que el proceso de búsqueda puede ser un proceso largo y complicado. Es importante tener en cuenta que el proceso de búsqueda puede ser un proceso largo y complicado.

En Miami, el mercado inmobiliario es muy activo. Hay muchas cosas que considerar al buscar un lugar para vivir en Miami, como el precio, la ubicación y el tamaño del espacio.



Alfaro: [unreadable]

En Miami, el mercado inmobiliario es muy activo. Hay muchas cosas que considerar al buscar un lugar para vivir en Miami, como el precio, la ubicación y el tamaño del espacio.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

El primer paso es ir a los departamentos de bienes raíces en el área de Miami Beach. Allí se puede encontrar información sobre los departamentos de bienes raíces que están disponibles en el momento.

This sidebar contains several text snippets and small images. At the top, there is a small image of a person's hands. Below it, there are several paragraphs of text, some of which are partially cut off. There are also several small images, including a photo of a modern building at night and a photo of a palm tree. The text appears to be related to real estate or travel in Miami.

Brazil

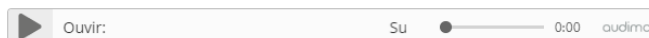
Isto É
February 02

ESPORTES

Super Bowl é só uma das atrações para os torcedores em estádio de Miami

Estadão Conteúdo

🕒 02/02/20 - 18h27



Assistir ao duelo entre San Francisco 49ers e Kansas City Chiefs, neste domingo, pelo Super Bowl, é apenas uma das atrações que os 65 mil espectadores podem desfrutar no Hard Rock Stadium, em Miami.



Seis horas antes de o jogo começar, milhares de pessoas já se posicionam ao redor do estádio do Miami Dolphins. São famílias inteiras e grupos de amigos, que se deslocam de todas as partes dos Estados Unidos, e muitos de outros países. Várias atividades foram programadas para diversão e entretenimento dos fanáticos pelo futebol americano.

Uma das atrações são as tendas com os canais de televisão, que fazem programas repletos de convidados (ex-jogadores e celebridades). As duas torcidas se posicionam à frente das câmeras e praticamente participam do evento, ao apoiar os comentários favoráveis à sua equipe.

As crianças são o principal alvo. Vários são os brinquedos, com ligação ao jogo e aos times, que ajudam a aumentar o amor pelo esporte e o desejo de se tornar um jogador e se possível chegar a atuar em um Super Bowl.

PESQUISAS PATROCINADAS ⓘ

[Quanto é a entrada do parque aquático](#)

[Super bowl football](#)

[Ver futebol](#)

[Cruzeiros saindo de miami](#)

[Número torcedores flamengo](#)

Robert Ortega, que estava com a mulher, três filhos e os pais, acompanhou o último Super Bowl em Miami, em 2010. "Meu pai me trouxe e agora trago meus filhos. Tornou-se uma tradição em nossa família. Trata-se de um evento que reúne a família todos os anos. Chegamos ao meio dia e vamos ficar quase dez horas com eventos. É muito legal", disse o dono de uma loja de carros.

AVIAÇÃO

American Airlines solicita 14 novas frequências entre Miami e Havana



Por Giulia Bottini em 03/02/2020 - 17:22



Com o início das operações previstas para o dia 4 de junho, os serviços devem incluir dois novos voos diários

A American Airlines apresentou uma solicitação ao Departamento de Transportes dos EUA (DOT) para mais quatorze voos semanais partindo de Miami com destino a Havana, em Cuba. A medida foi tomada depois que a JetBlue Airways informou ao DOT, no início do mês, que estaria abrindo mão de suas conexões entre EUA e Cuba.

O Memorando de Entendimento EUA-Cuba, assinado em 2016, permite que as transportadoras dos EUA operem até vinte frequências diárias de ida e volta. A American não opera outros serviços programados para Cuba, além dos voos diários entre Miami e Havana, que já contam com a frequência de seis voos semanais. Com o início das operações previstas para o dia 4 de junho, os serviços devem incluir dois novos voos diários, operados com o B737-800 de 172 lugares.

A solicitação da American foi realizada duas semanas após o Departamento ter anunciado a suspensão – a partir do dia 10 de março – da autoridade concedida a todos os operadores de fretamento público para servir qualquer aeroporto em Cuba que não seja Havana, impondo um limite ao número de voos para o Capital cubano.

Watermag February 04

Hotel Greystone Marca Presença em Miami Beach

BY NEY AYRES - FEVEREIRO 4, 2020 // 11:07 AM



AGENDA

FEVEREIRO 2020						
D	S	T	Q	Q	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
< JAN						

Nossa dica de viagem e uma grande notícia o histórico hotel boutique da década de 1930, Greystone, chega à Miami Beach após passar por uma revitalização completa para oferecer uma experiência única. A propriedade mistura o estilo boho-chic com influências glam e uma icônica fachada Art Déco. O novo hotel reúne o edifício de 1920 na esquina da Collins Avenue e o prédio adjacente em um único complexo. A propriedade está equipada com as mais recentes tecnologias: hóspedes podem destrancar a porta e pedir toalhas, serviço de quarto e refeições na piscina, acessar listas de eventos, falar com o valet ou concierge e fazer reservas para o jantar, tudo pelo app do hotel no smartphone. Com acomodações apropriadas para adultos, a propriedade é eco consciente e pet friendly. Para mais informações, acesse <http://www.VosHospitality.com>.



Catraca Livre February 05

Miami ganha primeiro museu do mundo dedicado ao grafite

O Museum of Graffiti é o primeiro museu do mundo dedicado à história do grafite

05/02/2020 - 19:17
Por: Redação



Miami ganhou no final do ano passado um museu inteiramente dedicado ao grafite. O espaço, primeiro do gênero no mundo, fica no badalado bairro de Wynwood, conhecido por sua arte de rua.

O **Museum of Graffiti** foi concebido pelo colecionador de arte e historiador Alan Ket e seu parceiro Allison Freidin.



Crédito: @museumofgraffiti
Fachada do Museum of Graffiti, no badalado bairro de Wynwood, em Miami

SAIBA COMO TIRAR O VISTO PARA ENTRAR NOS ESTADOS UNIDOS

O espaço conta com murais vibrantes e tem a intenção de se tornar um grande centro cultural. A exposição permanente apresenta pinturas, esculturas em diversas mídias e instalações interativas de artistas da vanguarda do movimento em Nova York, como Rammellzee, Riff170, Phase2, Tracy168, Blade e Noc167.



Uma linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras

Lendas do movimento dos anos 80, como Sonic, Dondi White, Zephyr, Mare139, Lady Pink, Doze Green e Delta2 também ganharam espaço no museu ao lado de artistas locais, como Abstrk, Crome, Raven, Verse, Rasterms e Jona Cerwinske.



Crédito: @museumofgraffiti
O Museum of Graffiti é o primeiro museu do mundo dedicado à história do grafite

Uma abrangente linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras.

Museum of Graffiti

Onde: 299 NW 25th Street, Miami

Quanto: US\$16 +taxas (R\$ 65); crianças menores de 13 anos não pagam.

Informações: www.MuseumofGraffiti.com

O Povo de Sepetiba February 05



Miami ganha primeiro museu do mundo dedicado ao grafite

Por Rodrigo | 1 de fevereiro de 2013



Miami ganhou no final do ano passado um museu inteiramente dedicado ao grafite. O espaço, primeiro do gênero no mundo, fica no badalado bairro de Wynwood, conhecido por sua arte de rua.

O Museum of Graffiti foi concebido pelo colecionador de arte e historiador Alan Kot e seu parceiro Allison Krizan.

2 clássicos 14^º ANO

Crédito: @museumofgraffiti Museu of Graffiti, no badalado bairro de Wynwood, em Miami.

SABIA COMO TERMO O VISITO PARA ENTAR NOS ESTADOS UNIDOS

O espaço conta com muitas vitrines e tem a intenção de se tornar um grande centro cultural. A exposição permanente apresenta pinturas, esculturas em diversos mídias e instalações interativas do artista de vanguarda do movimento em Nova York, como Hammett, Pitt 70, Phosk, Tracy, Bode e Koolha.

Uma linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras@museumofgraffiti

Uma linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras@museumofgraffiti

Uma linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras@museumofgraffiti

Uma linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras@museumofgraffiti

Linhas do movimento nos anos 80, como Sank, Donk White, 70shy, Haze 19, Lady Pink, Daze Green e Daze também ganharam espaço no museu de obras de artistas locais, como Abert, Citrus, Raven, Verse, Rasterna e Jura Cervinski.

Crédito: @museumofgraffiti Museu of Graffiti é o primeiro museu do mundo dedicado à história do grafite

Uma linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras

Museum of Graffiti

End: 299 NW 25th Street, Miami
Quant: 0810 +taxa (R 02), crianças menores de 12 anos não pagam.
Informações: www.museumofgraffiti.com

10362 Fans LIKE
1.182 Followers FOLLOW
34 Followers FOLLOW
2 Seguidores SUBSCRIBER

CNA inglês definitivo
BASTA MATR

NOTÍCIAS RECENTES

- Na vigília do confronto com a fralda, V&A: Appa defende...
- Estado do comércio se recupera após o terremoto, etc...
- De casa à escola - Política - Estado
- Vitor Lins de Azevedo contra o relaxamento, Fernando...
- Como fazer trabalhos no cinema de computador, de...

RIO DE JANEIRO
Clima atual
22°C
14% 2 km 91%
10h 23° 12h 24° 14h 24° 16h 26° 18h 28°
PROMOÇÃO IMPERDÍVEL
CNA inglês definitivo

Contém Informação February 05

JUJU NA FLÓRIDA ♦ PRINCIPAL

Novidades gastronômicas em Miami irão te surpreender

Escrito por Juliana Bontorim | 5 de fevereiro de 2020



Mais uma inauguração imperdível no Miami Design district. A sorveteria Frohzen no Paradise Plaza, no Miami Design District, conta com um cardápio da casa que reflete muito capricho do chef Salvatore Martone, que trabalhou com o legendário Joël Robuchon. Experimente as explosões de sabores e criações exclusivas que incluem cupcakes de sorvete, sanduíches de macaron, além de sorvetes e picolés de bolo gelado. A sorveteria trabalha com 10 sabores diferentes de sorvetes, entre clássicos e criações locais, como Guava Maria, manga/maracujá e Tres Leches.

Outra novidade é o Luna Park, uma nova praça de alimentação no Brickell City Centre, construída no antigo espaço do La Centrale. O espaço é um verdadeiro paraíso gastronômico que reúne três novos conceitos focados na culinária italiana e opções para todas as ocasiões. O projeto trata com carinho os pratos e seus ingredientes para proporcionar experiências mágicas com a gastronomia refinada do destino. Liderado pelo aclamado restaurante e chef Roberto Costa, sua missão é ilustrar a origem de cada prato com ingredientes da mais alta qualidade.



Texto: JeffreyGroup Brasil

Fotos: Divulgação

Qual Viagem February 05



MICCOSUKEE RESORT & GAMING: JOGOS E CULTURA NATIVA NO SUL DA FLÓRIDA

5 de fevereiro de 2020

Localizado no coração do Everglades, um dos parques estaduais mais importantes no estado da Flórida, o Miccosukee Resort & Gaming reúne em um único lugar a diversão dos jogos de cassino com a tranquilidade da natureza. Situado a menos de uma hora de Miami Beach, o hotel pode ser visto a quilômetros de distância graças ao seu conjunto arquitetônico com dimensões faraônicas e os interiores coloridos que convidam a fazer apostas.



Foto via Divulgação

No oeste de Miami, o resort é um dos principais pioneiros em jogos de azar. Apesar da imponente construção, o interior do hotel-cassino é aconchegante e familiar. Em termos de estrutura, são mais de duas mil máquinas caça-níquel que oferecem desde jogos clássicos a slots com temas de filmes e séries famosas e que apresentam as recentes inovações, efeitos especiais, bônus e recompensas.



Foto via Divulgação

Nas salas de jogos exclusivos, os apostadores podem aproveitar a diversão 24 horas por dia. Os ambientes privativos como o Hidden Gems e a High Limit oferecem espaços sofisticados e intimistas, além de serviços especiais, como seguranças extras, iguarias culinárias preparadas na hora, bar e outras atividades personalizadas conforme o desejo do cliente.

Clássico dos jogos de azar, o bingo é sinônimo de diversão. Não importa o jeito de jogar, seja individual, com amigos ou em família, o objetivo é o mesmo: testar a sorte, um número por vez. No Miccosukee, o Bingo Hall é a sala mais cara do sul da Flórida para tentar fazer as apostas. O local oferece, ainda, um Snack Bar, para que os jogadores possam se alimentar e divertir ao mesmo tempo.



Foto via Divulgação

Os jovens também têm seu espaço dentro do resort. O Teen Arcade é um ambiente especial para os adolescentes acima de 13 anos de idade, com jogos de fliperama, videogame, bilhar e pebolim.



Foto via Divulgação

Durante cada mês do ano, o Miccosukee disponibiliza uma série de promoções para os jogadores que podem ter a chance de ganhar prêmios em dinheiro e bônus em jogos nas máquinas de caça-níquel.

O resort também dispõe de um programa de fidelidade, onde os visitantes têm direito a descontos nas tarifas padrão do hotel, bem como na entrada do Miccosukee Indian Village & Airboats. O One Rewards Program é um sistema hierárquico baseado no nível e classificação de jogo, com recompensas que podem incluir brindes VIP, vale-refeição e muito mais.

Sobre o Miccosukee Resort & Gaming

O nome Miccosukee vem de uma das tribos nativas mais importantes da nação Creek. O povo originário migrou para a região em meados de 1800, onde se separaram em grupos para se adaptar ao clima tropical da savana pantanosa. Em 1962, a tribo foi oficialmente reconhecida como a Tribo Miccosukee de Índios da Flórida. Isso estabeleceu legalmente a sua existência e seu status de nação independente. Atualmente, a tribo conta com mais de 600 membros, que incorporam as formas tradicionais da tribo em seus sistemas de trabalho diário. Todos estão localizados na Reserva de Tribo de Tamiami, onde a comunidade Miccosukee reside.



Foto via Divulgação

O resort foi nomeado em homenagem à tribo e sua cultura. Ele foi projetado de frente para a reserva e para o parque Everglades, além de contar com uma decoração que remete aos ornamentos tribais e com estatuas Miccosukee.

Todos os quartos dispõem de Wi-Fi, programação a cabo premium, pay-per-view, cofre no quarto, TVs de tela plana, máquina de chá e café, banheira, roupão e vista para a natureza.

A área de lazer é composta pela piscina interior que está sempre aquecida, jacuzzi e sauna. O resort ainda conta com um Spa e salão de beleza, o Pa-Hay Okee.



Foto via Divulgação

Os bares são outro atrativo. Abertos 24 horas, o Cypress Lounge e o Martini Bar oferecem uma variedade de bebidas e coquetéis, além de petiscos e entretenimento ao vivo.

No Brasil, os jogos de cassino ainda não são legalizados. Mas enquanto prepara sua viagem até o Miccosukee Resort & Gaming, é possível apostar em eventos esportivos e em [jogos online](#).

Texto por Carolina Berlato

Imagem Destacada via Divulgação

Você também vai gostar de:

- Viagens na América do Sul, os melhores cassinos.
- Novotel Itu Golf & Resort oferece inúmeras.
- Bourbon Atibaia Resort oferece atrações divertidas.
- Manila, a capital das Filipinas, tem vida noturna.

Acordo entre Gol e American Airlines leva novo voo de Miami ao Rio

Por Raphael Fernandes - 5 de fevereiro de 2020



Foto: Reprodução/Internet



A malha aérea do Rio de Janeiro terá uma grata novidade em breve. Devido a um acordo de compartilhamento da companhia aérea brasileira Gol com a American Airlines, haverá, diariamente, mais um voo de Miami, nos Estados Unidos, para o RJ.

Assine Grátis o Diário do Rio

Siga nossas redes e assine nossa newsletter, de graça

Jornalismo sério, voltado ao Rio de Janeiro. Com sua redação e colunistas, o DIÁRIO DO RIO trabalha para sempre levar o melhor conteúdo para os leitores do site, espectadores dos nossos programas audiovisuais e ouvintes dos nossos podcasts. O jornal 100% carioca faz a diferença.

O secretário estadual de Turismo do Rio de Janeiro, Otavio Leite, celebrou a novidade.



"Esta parceria aponta um estratégico sinal de incremento do fluxo aéreo para o Rio de Janeiro. O governador Wilson Witzel já autorizou fortalecer a promoção do destino Rio no mercado dos Estados Unidos. Essa semente vai dar grandes frutos", disse Otavio.



Foto: Divulgação/Otavio Leite

Com o acerto de codeshare, a American Airlines vai oferecer 20 novos destinos à América do Sul, como, por exemplo, Assunção, no Paraguai, e permitirá à Gol o compartilhamento de voos em novas rotas nos Estados Unidos.

Outro ponto positivo do acordo será a adição de 12 voos que partirão de 12 cidades americanas com destino ao aeroporto de Miami. Desta forma, aumentam as oportunidades para que turistas optem pela América Latina como destino de suas próximas férias, em especial o Rio de Janeiro.



Foco no mercado turístico americano

A Setur RJ já vem, desde o ano passado, ampliando as ações no mercado turístico americano, já que os turistas desse país, tem a isenção de vistos no Brasil. Em dezembro de 2019, a Setur RJ lançou um edital de concorrência, com a finalidade de montar 6 unidades de promoção do turismo do estado no exterior, sendo duas dessas unidades nos EUA, uma em Nova York e outra em Los Angeles.

Um moderno conceito de marketing de turismo de experiência foi lançado por meio de uma campanha publicitária veiculada nos principais meios digitais. Já em 2020, a Setur RJ também participou da "The New York Times Travel Show", uma das principais feiras de Turismo do mundo, em Nova Iorque, com o objetivo de promover os 92 destinos que compõem o estado.

Publicidade

Ad by Google

- amento de voo intern
- nização por atraso de
- esagem miami ida e vó
- emocao do voos barat
- diroto Lisboa no de jar

Assine a nossa Newsletter Grátis!

Receba no seu email:

Assine Grátis!

Pontos recentes

Crônica do Cartello: Rapidinho

Alan Victor, de influenciar a relações públicas do Camarote Rio Praia

Filário Lima: O Bôteco do Reoni expandiu

Rio Scenarium, na Lapa, terá muito samba e outros ritmos em sua programação carnavalesca

Presidente da Cedeae é demitido



Rádio Maringá

February 06

Saiba como curtir esportes em Miami durante todo o ano



06/02/2020 18:23 em Outros Esportes

Casa de uma das maiores festas do futebol americano esse ano, fãs de esportes sempre têm uma competição diferente para torcer durante o ano todo e vários locais pela cidade para treinar suas habilidades. Confira os principais eventos esportivos em [Miami](#) e onde praticar seu favorito.

Basquete

Nada como assistir um jogo profissional com estrelas da modalidade: Na cidade, o Miami HEAT reina supremo. Os jogos acontecem no centro, na [American Airlines Arena](#), também conhecida como AAA, na Baía de Biscayne. Programa imperdível na cidade, frequentado por socialites, moradores locais abastados e fãs de todo o mundo, que encham a arena para assistir a astros da quadra.

Quer testar suas habilidades? Jogue uma partida no Jose Marti Park, entre Brickell e Little Havana, Flamingo Park no coração de South Beach, Alice C. Wainwright Park à beira-mar em Coconut Grove e Margaret Pace Parque no bairro de Edgewater, no centro da cidade. Outra opção é reservar um quarto no JW Marriott Marquis Miami, e ter acesso à quadra de basquete coberta, com as mesmas dimensões da NBA.

Futebol Americano

O tradicional Miami Dolphins, a franquia esportiva mais antiga da cidade, foi fundada em 1966 e ainda detém o recorde de única equipe invicta por uma temporada inteira na modalidade. Os jogos dos golfinhos são cheios de energia e cheios de ação. Em breve, os fãs poderão aproveitar o recém-renovado [Hard Rock Stadium](#), com comodidades como um toldo ao ar livre para proporcionar sombra, assentos novos e uma nova variedade de opções de concessão.

Quem quiser praticar, é só aproveitar em qualquer um dos parques ou praias públicas da área. Fora da temporada, não é incomum encontrar jogadores da NFL treinando no campo de futebol do Flamingo Park, em South Beach.

Beisebol

O [Marlins Park](#), estádio do Miami Marlins está localizado no coração de Little Havana e tem um teto retrátil. Fuja do calor e assista aos jogos em uma atmosfera divertida e climatizada. Já quem curte o combo esportes e badalação pode ir para o [Clevelander Hotel](#), onde você encontra uma piscina e um DJ tocando durante o jogo.

É possível praticar seu *swing* em várias partes de Miami: Tamiami Park, Hitter's Hangout, Line Drive Performance, Slugger's Inc. ou Extra Innings Indoor Baseball e o Softball Training Center.

Hóquei no gelo

Os esportes de inverno podem não ser a primeira coisa a se lembrar quando você pensa na ensolarada Miami, mas o Florida Panthers é um time profissional de hóquei no gelo muito badalado. É uma grande oportunidade de ver a dinâmica do jogo e as brigas entre os jogadores típicas do esporte ao vivo, no palco do BB&T Center.

É possível testar suas habilidades na [Kendall Ice Arena](#), localizada no subúrbio de Miami. Também estão disponíveis aulas, não só de hóquei mas também de patinação no gelo.

Eventos esportivos anuais

[Miami Open](#): Todos os melhores tenistas do mundo descem na ilha tropical de Key Biscayne para o torneio de tênis do Miami Open, realizado sempre na primavera norte-americana.

[Copa do Mundo de Polo de Miami Beach](#): Eles não chamam de "esporte dos reis" por nada; a Copa do Mundo de Polo em Miami retorna às areias de South Beach todos os anos. O evento apresenta uma programação internacional de equipes vindas de todo o mundo e as partidas são realizadas diretamente na praia.

[Ford Championship Weekend da NASCAR](#): Todo mês de novembro, durante o Ford Championship Weekend, a NASCAR premia em Miami os campeões em três de suas principais categorias: Sprint Cup Series, Xfinity Series e Camping World Truck Series.

[Maratona e Meia Maratona de Miami](#): Junte-se a cerca de 25 mil companheiros de corrida por quilômetros e quilômetros de vistas incríveis e sons tropicais! Aproveite os fabulosos pontos quentes de Miami ao longo de nosso belo percurso. Amigos, familiares e milhares de fãs torcendo se alinharão ao longo das 42 km de estradas. Além disso, é possível também participar da Meia Maratona ou Tropical 5K.

G1

February 06

Globoplay ganha festa em Miami e celebra lançamento da plataforma de streaming nos EUA

Carolina Dieckmann, Marina Ray Barbosa, Milla Burns e Lázaro Ramos comandaram evento, que ainda teve show de Thiaguinho.

Por G1

Atualizado em 06/02/2020 às 14h30



Thiaguinho se apresenta em Miami em um show de lançamento. Foto: G1/Roberto Lima

O ator Carlos Dieckmann, Marina Ray Barbosa e Lázaro Ramos e a jornalista Milla Burns se reuniram no palco do Temple House, em Miami, para comemorar a festa que marca o lançamento do Globoplay nos Estados Unidos.

O serviço, que conta com séries, minisséries, novelas, produções originais, sucessos do cinema brasileiro, programas infantis, música e outros conteúdos, está disponível nos EUA desde 19 de janeiro.

O evento da plataforma de streaming aconteceu na noite desta quarta-feira (6) e contou com show de Thiaguinho. A direção do evento ficou com Kazuo Yamamoto e, a produção, com Lucas Lima.

Cenas das séries, filmes e novelas que fazem parte da plataforma foram exibidas no evento antes da entrada dos apresentadores.

"Já foi bem mais difícil se sentir pertinho de casa a muitos quilômetros de distância. Hoje a gente pode contar com uma grande ajuda: a internet. Ela aproxima as pessoas e mudou o que pensamos sobre o tempo e a distância, e nos possibilita chegar até você independente de onde estiver. Nossa história está aí com você a qualquer momento. Em qualquer lugar, estamos juntos", destacou Marina Ray Barbosa.

No evento, Raphael Costa Netto, diretor de Negócios Internacionais da Globo, destacou que o lançamento do Globoplay nos Estados Unidos é o "primeiro passo da nossa expansão internacional".

Como baixar o Globoplay nos EUA

O aplicativo está disponível para download via App Store, Google Play, e através do Android TV, Apple TV e ou Chromecast. O valor da assinatura será de US\$ 13,99 por mês.



Marina Ray Barbosa em evento de lançamento. Foto: G1/Roberto Lima



Thiaguinho e Lázaro Ramos em show de lançamento em Miami. Foto: G1/Roberto Lima



Marcelo Camargo e Marina Ray Barbosa em evento de lançamento de Miami. Foto: G1/Roberto Lima

06.02.2020 / 11:34

Kosushi Miami une a tradicional culinária japonesa com um toque de modernidade. Vem saber!

COMPARTILHE: [f](#) [t](#) [G+](#)



Kosushi Miami: tradicional e o moderno se encontram na culinária japonesa || Créditos: Divulgação/Filippo Bambergli

Depois de conquistar os paulistanos e uma estrela Michelin por cinco anos consecutivos, o Kosushi, restaurante japonês dos nossos queridinhos, quebrou barreiras geográficas e abriu as portas no bairro de South Pointe, em Miami Beach. O restaurante combina referências da culinária japonesa autêntica e contemporânea, sob o comando do chef George Koshoji, que proporciona uma experiência culinária única para os clientes ao abraçar suas influências biculturais do Japão e do Brasil.

O Kosushi Miami reproduziu o estilo de cozinha do chef George, sob o olhar estrito do chef executivo Edwin Delgado, responsável pela operação americana. O colombiano desenvolveu um interesse precoce pela culinária japonesa e trabalhou em restaurantes como o Nobu.

O cardápio tem as tradicionais pedidas do Kosushi: Dyo ikura codorna- fina fatia de atum, shari (arroz japonês) com gema de ovo de codorna e ovas de ikura, Temaki de atum avocado – atum, avocado e ovas de massago e Tamago Furai – ovo orgânico, cozido em temperatura baixa, empanado na farinha panko com ovas de ikura, azeite trufado e batata doce crocante. O sushi nigiri ao estilo Kosushi é um must, que surpreende a cada pedida – junto com seus próprios pratos de assinatura criados especificamente para a cena gastronômica de Miami.

Para bebericar, há uma seleção exclusiva de cocktails, criada pelo mixologista brasileiro Márcio Silva, com bebidas como “Shokobutsuen”, feitas com Gin, suco de limão fresco, manjeriçã, pepino, hortelã e xarope de açúcar orgânico. A lista de vinhos e saquês do restaurante exhibe os perfis de sabor para todos os paladares.

A arquitetura é um show à parte, projetado pelo arquiteto premiado, Arthur Casas, o Kosushi Miami é moderno, acolhedor e original. O salão é ancorado por um sushi bar redondo no centro, onde os clientes podem assistir ao chef preparar o sushi.

RIO 40 GRAUS: OS VERÕES MAIS ICÔNICOS DA CIDADE

Tags: Kosushi

Link: <http://gla.mu/2srgr>

Achei USA February 07

Miami Yacht Show traz a Downtown Miami os mais luxuosos iates do mundo

No local, mais de 100 expositores de comidas e bebidas vão oferecer diversas opções para apreciadores da boa culinária

Por **ACHEIUSA** - 7 de fevereiro de 2020

278



Miami Yacht Show (Foto: Forest Johnson)

DA REDAÇÃO – O 32º Annual Miami Yacht Show será realizado no fim de semana do Presidents' Day, entre os dias 13 e 17 de fevereiro, com mais de 400 luxuosos iates à disposição, e 15 deles estreias mundiais. O evento será realizado no One Herald Plaza, Miami, FL 33132.

No local, mais de 100 expositores de comidas e bebidas vão oferecer diversas opções para apreciadores da boa culinária. O ingresso custa \$30 por dia.

PUBLICIDADE



Reconhecida como mostra de eventos com iates de luxo na Magic City, Miami Yacht Show e o Superyacht Miami apresentam super iates vindos dos mais famosos construtores de barcos do mundo nas três marinas, transformando a orla de Downtown Miami em um enclave de iates.

A mostra de 2020 apresentará o SilverYachts, BOLD, com 278 pés, o maior super iate do show; a estreia mundial do altamente esperado GT65 da Hatteras Yacht; e a estreia mundial do MCY 70 Skylounge da Monte Carlo Yachts, o primeiro modelo da nova MCY Collection, entre outros. Azimut Yachts também mostrará 18 iates, inclusive três estreias americanas – Azimut 78, Azimut S8 ed Azimut Grande 32 Metri – assim como a estreia mundial do Azimut Verve 47.

Expandindo seu portfólio internacional, que inclui construtores e negociadores de iates de luxo de 32 países, Miami Yacht Show receberá iates de novos expositores este ano, inclusive do Riviera Yachts maior construtor de barcos de luxo da Austrália; Majesty Yachts, baseado em Dubai, e o estaleiro de Taiwan Horizon Yachts. O estaleiro italiano Invictus Yacht também estará fazendo sua estreia nos EUA no Miami Yacht Show, apresentando o Invictus Yacht USA e a estreia do modelo GT370 em sua primeira mostra americana de barcos.

Outros super iates à mostra no Miami Yacht Show incluirá Thunder Yacht de 163 pés da Oceanfast; RUTLI E de 100 pés da Benetti; e o Mb3 the 100 pés da Hargrave. Os empresários de Miami Norman Braman e David Grutman também mostrarão seus iates no show, o KISSES de 175 pés da Braman e GROOT de 81 pés da Grutman, que recebeu muitas das mais conhecidas celebridades de Hollywood.

Serviço:

Miami Yacht Show

Data: de 13 a 17 de fevereiro

Local: One Herald Plaza, Miami, FL 33132.

Preço: \$30 (menores de 12 anos não pagam ingresso)

Informações: www.miamiyachtshow.com/en/home.html

AVIAÇÃO / MANCHETE

Novo voo diário da AA entre Rio e Miami começa em janeiro de 2021; veja horários



Por Pedro Menezes em 10/02/2020 - 16:47



Segunda frequência diária será operada por Dreamliners (Divulgação/American)

Como anunciado pelo M&E na última semana, a American Airlines terá mais um voo diário entre Rio de Janeiro e Miami. A nova operação começará no dia 7 de janeiro de 2021, fazendo o número de frequências subir para 14 por semana entre as duas cidades. Atualmente, o único voo da American Airlines para Miami parte do Rio de Janeiro às 22h25. Já a segunda frequência diária partirá um pouco mais tarde, às 23h59, já no começo da madrugada.

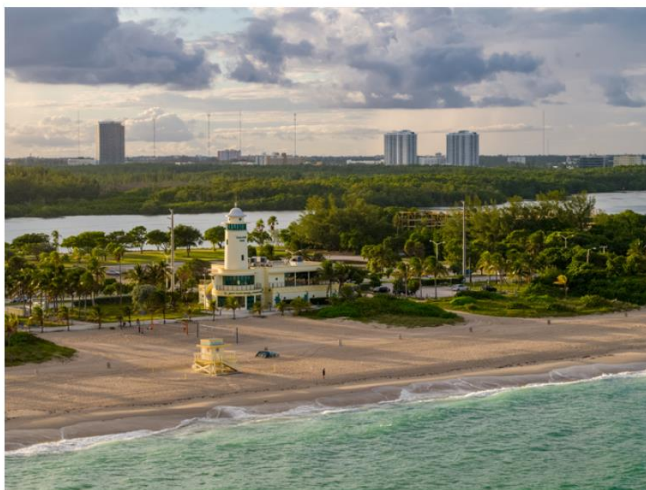
Sendo assim, o voo AA901 (segundo diário, que ganhará as asas do B787-8) decolará de Miami às 19h40 e chegará no RIOgaleão às 06h05 da manhã do dia seguinte. O voo AA905 (em operação) continua decolando de Miami às 22h45 e chega no RIOgaleão às 09h10 do dia seguinte (hora local) com as asas do B777-200ER.

Leia também:

Setur-RJ celebra novo voo da American: "sinal de incremento do fluxo"

Já o voo de volta AA990 (novo) deixará o Rio de Janeiro às 23h59 e chegará em Miami às 06h45 do dia seguinte (hora local), enquanto o voo AA904 (atualmente em operação) continua deixando o RIOgaleão às 22h25 e chegando em Miami às 05h15 do dia seguinte (hora local), comecinho de manhã na Flórida.

Qual Viagem February 10



NATUREZA INTOCADA NO MEIO DE MIAMI: CONHEÇA O OLETA PARK

10 de fevereiro de 2020

Com uma área de mais de 422 hectares, o Oleta River State Park é o maior parque urbano da Flórida. Situado a cerca de trinta minutos do centro de Miami, o parque é um refúgio tranquilo no meio do agito da vida na cidade.

Originalmente a região pertencia à tribo nativa Tequesta, e até 1800 recebia o nome de Big Snake Creek, que abraçava desde o território do Everglades até a Baía de Biscayne. Em 1922, a região foi nomeada como Parque Estadual do Rio Oleta e passou a ser um importante ecossistema protegido pelas autoridades governamentais.

Atualmente, esse oásis natural é perfeito para os amantes de ecoturismo. O local oferece uma variedade de atividades que podem ser feitas em grupos, família, casal ou até mesmo sozinho.

Apesar de Miami ser plana e costeira, o parque abriga algumas das melhores trilhas de mountain bike da cidade. São 24 quilômetros de estrada em diferentes níveis, sendo ideal para iniciantes e experientes.

Aventureiros podem explorar as belezas da vida selvagem e apreciar a diversidade da fauna e flora. Um dos melhores passeios fica por conta da rota Stairway to Heaven, que leva até a melhor vista do Oleta. Os visitantes têm a opção de levar sua própria bike ou alugar uma no BG Oleta Outdoors.

Oleta está localizada em uma importante rota de migração de aves, então fica muito fácil encontrar falcões, toutinegras e outras espécies que utilizam a região para caçar e se reproduzir.

Além do manguezal, os remos podem levar até o mar aberto, onde o visitante tem a opção de escolher onde deseja parar. Há três opções: seguir até a Baía de Biscayne, curtir as praias, como a Haulover Beach, famosa por ser adepta ao naturismo, ou, ainda, curtir a Raccoon Island. Este é o local mais tranquilo e refrescante e conta com a presença de vários guaxinins.

A Raccoon Island ainda é ponto de parada de iates, lanchas e jet-skis, uma boa pedida para aqueles que possuem algum tipo de veículo aquático. A via intercostal também dá acesso a um pier de pesca. Por ali, é possível encontrar tainha, cabeça de carneiro, tarpão, robalo e pargo.

Já a praia de Oleta é uma ótima escolha para quem está em família com crianças pequenas. As águas são rasinhas e bem limpidas, além de estarem cercadas de mata e coqueiros que são garantia de sombra.

Fique atento, em algumas ocasiões, se tiver sorte, poderá encontrar um peixe-boi ou um golfinho nadando tranquilamente pelas águas.

Os visitantes podem trazer seu próprio caiaque, canoa ou remo. Caso desejem, há a possibilidade de alugar no parque.

Aqueles que quiserem estender o passeio podem trazer sua barraca e acampar em um dos pontos do parque. O local oferece ótima infraestrutura, com cabines, círculos de fogo, pavilhão de piquenique, banheiros, chuveiros, restaurante e estacionamento, além de comodidades acessíveis.

Texto por Carolina Berlato

Imagem Destacada via iStock por felixmizioznikov

Você também vai gostar de:

- Conheça as melhores praias da Flórida saindo desde Miami
- Aventura, vida selvagem e glamping: conheça o...
- Três programas diferentes para fazer em Miami
- Flórida: destino perfeito para viagens em família

Ícônico bairro de Miami ganha museu dedicado ao grafite; veja atrativos



Museum of Graffiti, em Miami, nos Estados Unidos
Imagem: Reprodução/ @museumofgraffiti

Do UOL
19/02/2020 04:09

Antes considerado um bairro decadente de Miami (EUA), Wynwood hoje é visto como um dos lugares mais descolados do país e atrai turistas do mundo todo.

Uma de suas marcas é a paixão pelo grafite, exposta em imensos painéis a céu aberto com obras de artistas do mundo todo. Não à toa o local recebeu, em dezembro de 2019, o primeiro museu dedicado à arte do grafite do mundo, o Museum of Graffiti.

Relacionadas



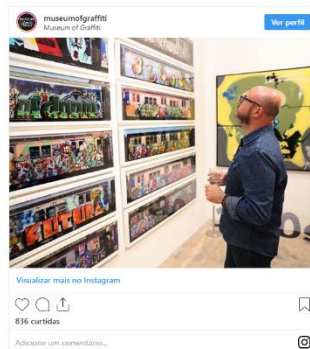
Arte de rua colore cidades como Berlim, Nova York e SP; conheça obras



Além de Orlando e Miami: veja destinos da Flórida que merecem uma visita



América lado B: veja cidades menos famosas dos EUA que têm muito a mostrar



Criado pelo artista, historiador e colecionador de arte Alan Ket e seu parceiro, Allison Freidin, a atração vai apresentar aos visitantes a história e evolução do grafite com exposições permanentes de pinturas, esculturas, fotografias, mídias e instalações interativas.

"Acho que celebrar as obras de arte destruídas das gerações anteriores é uma maneira de honrarmos o valor e a importância que nós, jovens, vimos naquelas obras que os adultos simplesmente não entendiam", explica Alan Ket em entrevista ao site "Art World".



"Queremos que nossa arte dure para sempre", completa.

O time de artistas com obras expostas no Museum of Graffiti será formado por grafiteiros de vanguarda de Nova York, como Rammellzee, R#170, Phase2, Tracy168, Blade e Noc167. Além de lendas dos anos 60, como Sonic, Dondi White, Zephyr, Mare159, Lady Pink, Doze Green e Delta2; e também por artistas locais, como Abstrk, Crome, Raven, Verse, Rasterms e Jona Cervinske.



Um dos ambientes do Museum Of Graffiti, em Miami, nos Estados Unidos
Imagem: @museumofgraffiti

Vá lá

299 NW 25th St, Miami, FL 33127, Estados Unidos.

Aberto diariamente (com exceção às terças-feiras) das 11h às 19h.
O bilhete custa R\$ 68 (em valores convertidos em 07/02/2020) por pessoa.
Menores de 13 anos não pagam.

Os encantos de Wynwood



Mural dos grafiteiros Os Gêmeos, localizadas no bairro Wynwood, em Miami
Imagem: @osg

Muito antes da chegada do museu, os Wynwood Walls já expunham preciosidades do grafite mundial, incluindo obras dos artistas brasileiros Marcelo Kobra e Os Gêmeos (foto acima)



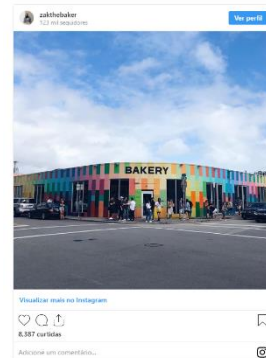
Fachada do Wynwood Walls
Imagem: @osg

Este verdadeiro "museu a céu aberto" é, com certeza, a principal atração para quem deseja "instagrar" a viagem.



Além disso, o bairro também apresenta uma ampla variedade de bares, food trucks, restaurantes, padarias, cafeterias e sorveterias cool.

A padaria Zak The Baker, instalada em um antigo galpão industrial com fachada colorida, por exemplo, é uma das atrações irreplicáveis.



Outro ponto considerado imperdível para quem vai a Wynwood é o bar Wood Tavern, com arquibancada externa aberta, onde acontecem shows e apresentações de DJs.



Wood Tavern, em Wynwood, em Miami
Imagem: @woodtavern

Se a opção é curtir o agito noturno, a sugestão é conhecer o El Patio, um bar que, à meia-noite, se transforma em uma balada animadíssima.



Bairro transformado

No século 20, Wynwood era um bairro industrial habitado por famílias de classe média baixa, com predominância de imigrantes cubanos, haitianos e porto-riquenhos. Em 1970, o tráfico de drogas dominou a região e, em 2009, começou a passar por um processo de revitalização depois de receber investimentos do empresário Tony Goldman.



Wynwood, em Miami, nos Estados Unidos
Imagem: @osg

Ele já havia investido e transformado o bairro Soho, em Nova York, e South Beach, em Miami. Em Wynwood, Tony comprou diversos imóveis, idealizou projetos com o grafite e a região começou a ser convertida em referência cultural nos Estados Unidos.

Mais Miami February 13

LIFESTYLE

Sabia que Miami foi eleita a cidade mais saudável dos Estados Unidos?

Aproveite os Meses da Saúde e Bem-Estar na cidade



por Maria Elisa · 13/02/2020, 16:35

f Compartilhe

Tweet



Miami foi eleita a cidade mais saudável dos Estados Unidos por um estudo que classifica a saúde e o bem-estar das cinquenta cidades mais populosas do país.

O estudo foi divulgado pela empresa **MINDBODY**, em seu Wellness Index de 2020.

A cidade que conta com praias e lugares ao ar livre proporciona esse "lifestyle" mais saudável onde a tendência é tanto dos visitantes quanto moradores se preocuparem mais com a alimentação, exercícios físicos e bem-estar.

Meses da Saúde e Bem-Estar em Miami

E para celebrar está de volta o programa "Meses da Saúde e Bem-Estar em Miami" que promove as melhores atrações focadas no tema por meio de promoções e eventos especiais.

A programação em fevereiro e março é focada em iniciativas para atrair quem deseja viver uma vida mais ativa, disponibilizando ofertas especiais para aulas, tratamentos holísticos, eventos esportivos, e atividades de saúde e bem-estar para todas as idades com preços especiais.

Bora conferir algumas ofertas disponíveis?

Esportes Aquáticos

Miami é uma cidade propícia a prática de esportes aquáticos. A Miami Watersports Paradise tem aulas de waterski, wakeboard, wakesurf ou tubing e comprando uma sessão para prática de uma das modalidades oferece 50% de desconto.

As reservas são pelo telefone 00 xx 1 (786) 484-8022. Saiba mais no site [Watersports Paradise](#).



Tratamentos Estéticos

Miami oferece uma enorme gama de hotéis que contam com excelentes spas. Então que tal aproveitar um tempinho fazendo uma massagem?

O Exhale que fica no Epic Hotel oferece 15% de desconto em tratamentos, sendo necessário fazer reservas pelo telefone 00 xx 1 (305) 423-3900.

Já no Edition, o desconto é de 10% para qualquer tratamento feito entre 12h e 15h, de terça a quinta-feira. Confira outros SPAs participantes [no site](#).



Outras atividades

O spa **Salus** que fica no **JW Marriott Miami** oferece 30% de desconto em pacotes de treinamento pessoal e academia.

O **TopGolf Doral** oferece desconto em uma hora de jogo, utilizando o cupom MIAMIHEALTH para você e seus amigos se divertirem jogando golfe.

Também com o cupom MIAMIHEALTH, é possível ganhar 10% de desconto na **Cycle Party** onde é possível ir a até três bares no descolado bairro de Wynwood em uma Party Bike. O vídeo abaixo mostra como funciona o divertido passeio.

Bora pedalar?



Para mais informações e outras ofertas confira o [site oficial do "Meses da Saúde e Bem-Estar em Miami"](#)

Miami é um cidade saudável, pode acreditar!

O Debate
February 13

Miami Innovation Experience promove inovação e tecnologia

13/02/2020

Da Redação

Eventos



Evento contará com a presença de especialistas em tecnologia e disrupção de mercados tradicionais.



Com acesso a espaços únicos, uma sequência intensa de atividades e troca de experiências com visionários que estão em constante busca por melhorar a forma com que fazem negócios, o Miami Innovation Experience, promovido pelo ECQ Learning, acontecerá nos dias 25 e 26 de março em Miami, na Flórida.

Serão dois dias de evento e neles os participantes vão aprender como empresas estão transformando o mundo através da tecnologia e qual é o impacto desse fator do mercado mundial. Novidades como o IoT (internet das coisas), Big Data, Block Chain, Inteligência artificial e realidade virtual estarão presentes nas pautas do MEXP.

As palestras e painéis trarão apresentações com cases de inovação relevantes aliados a tecnologia nas mais diversas áreas de atuação. Além disso, contará com espaços dedicados ao diálogo, troca de ideias e network entre profissionais voltado especialmente para a relação entre EUA e Brasil.

O evento é voltado para empreendedores, CEOs, startups e entusiastas da inovação.

Mais informações: <https://eventos.ecqonline.com.br/>

Fonte: ECQ Learning



MULTIMÍDIA



Talita Marchao

Em Miami, o 1º museu dedicado ao grafite

Miami ganhou o primeiro museu do mundo dedicado exclusivamente à evolução do grafite como expressão artística. O Museum of Graffiti (museumofgraffiti.com) fica em meio aos murais coloridos do badalado bairro de Wynwood, conhecida galeria de arte urbana a céu aberto. A instituição foi criada pelo artista americano Alan Ket e sua sócia, Allison Freidi, ex-promotora e advogada que defendia grafiteiros. O espaço, inaugurado em dezembro, tem 11 murais externos e exposições em salas cobertas. Uma coleção permanente faz uma jornada cronológica com obras desde a década de 1970 até os dias atuais, passando por ícones da arte de rua, como o grafite clássico dos anos 1980 (foto) de Sonic Bad, artista do Queens, em Nova York. O museu também tem loja com material produzido pelos artistas – alguns itens são exclusivos. Os ingressos custam US\$ 16; crianças com menos de 13 anos não pagam. A visita ao museu fica ainda mais colorida com uma volta pela vizinhança instagramável. Artistas do mundo todo transformaram as ruas do bairro com os murais gigantes criados nas paredes nos antigos galpões. Brasileiros como Eduardo Kobra e Os Gêmeos deixaram suas marcas por lá. A cada segundo sábado do mês, o Wynwood Art Walk tem festa na rua, com música ao vivo e food trucks.

INSTAGRAM @MUSEUMOFGRAFFITI



De volta a Tiradentes

Mari Campos, do blog Sala Vip, gostou tanto das últimas experiências na cidade mineira que retornou mais uma vez em uma pousada cheia de charme.

bit.ly/voltang



MARI CAMPOS

O guia da selfie perfeita

Como viajar sozinho e conseguir tirar uma boa foto, bem no estilo blogueira? Falamos com algumas delas – e com um fotógrafo – e damos as dicas.

bit.ly/boa-selfie

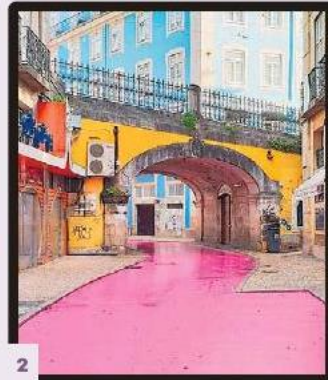


CAMILA CASTANHEIRA

INSTAGRAM



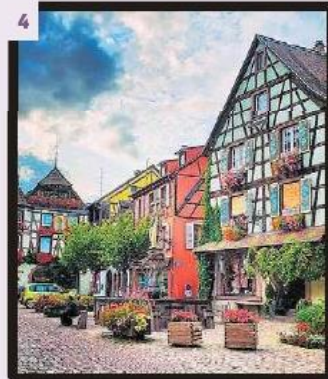
1



2



3



4

Cor pouca é bobagem

1. Os tons fortes e a vibração de Salvador sobressaem na imagem capturada por @gustavoepfonseca. 2. No Cais do Sodré, @portugalafora destacou o chão pink que tornou a rua da região "uma das mais instagramáveis de Lisboa". 3. "Pôr do sol + piquenique + super vista" compõem a foto de @meumapamundi na Serra Gaúcha, combinando o amarelado do horizonte com a toalha vermelha quadriculada. 4. Na França, o contraste do céu com os tons pastéis das fachadas aparece na imagem de @passagem_comprada.

IMAGEM: MUSEUM OF GRAFFITI (1); GUSTAVO EPFONSECA (2); MEUMAPAMUNDI (3); PASSAGEM COMPRADA (4)

pressreader

Panorama de Viagem

February 15



MIAMI

Entretenimento Em Miami: Arte, Cinema E Esportes

12 de fevereiro de 2020 Leo Vidal Comment(0)

O entretenimento em Miami é bem diversificado. Quando em Miami em 2017, tivemos uma ótima experiência em uma sala de cinema especial. Como as novidades em relação a entretenimento em Miami não param, reunimos dicas relacionadas à arte, cinema e esportes na cidade.

Arte em Miami

O grafite e arte de rua em Miami é muito famoso, em especial no bairro de Wynwood. Os grandes [muros grafitados de Wynwood Walls](#) atraem diversos turistas em busca de fotos instagramáveis. Entretanto, o grafite é cultuado também em outro local, o museu de arte contemporânea [Museum of Graffiti](#). Inaugurado no coração do bairro de Wynwood, o museu foi concebido por Alan Ket e seu parceiro Allison Freidin. O espaço também apresenta murais vibrantes e tem a intenção de se tornar um grande centro cultural. A exposição permanente apresenta pinturas, esculturas em diversas mídias e instalações interativas de artistas da vanguarda do movimento em Nova York. Uma abrangente linha do tempo, ilustrada com obras, fotos, vídeos e registros temporários, introduz o contexto histórico das obras.

Não é só Wynwood que respira arte em Miami. Um dos principais destinos de [compras](#), gastronomia e entretenimento oferece uma experiência cultural e artística. O [Lincoln Road District](#) junto com o [Gary Nader Art Centre](#) está com uma exposição de 13 monumentais esculturas em bronze do colombiano Fernando Botero. As esculturas ficarão em exposição até 31 de março de 2020. Botero é considerado o artista vivo mais reconhecido e citado da América Latina. Se estiver indo para a Colômbia, aproveite para conhecer o [Museu Botero em Bogotá](#), com obras incríveis do artista.

Cinema em Miami

Eu adoro ir ao cinema quando estou viajando. Em 2017, fui conhecer o [CMX Cinema](#), que fica no terceiro andar do Brickell City Centre. Uma experiência de conforto e luxo em uma sala de cinema. Como eles mesmo usam no slogan deles, é uma verdadeira experiência VIP de cinema. Antes de mais nada, é importante ressaltar que o filme não tem legenda. Ou seja, é preciso que você tenha domínio do inglês para entender bem o filme.

O hall do cinema é bem amplo, com bar servindo desde comidinhas a drinks, o que torna mais agradável aguardar pelo seu filme ou aproveitar com os amigos após a sessão. As salas de projeção são enormes, com decks em diversos níveis onde ficam as poltronas super confortáveis, que reclinam quase que na horizontal. Dessa forma, evita que uma pessoa possa ficar na frente da tela. Além disso, as poltronas têm entrada USB para carregar o celular e luminária.



Experiência no CMX

Antes de começar a sessão, basta apertar o botão ao lado para chamar o atendente e pedir algo para comer e beber. Esse serviço também ser feito durante o filme, contudo acho desnecessário, mesmo que não atrapalhe a sessão, por conta da logística da sala. Incluído no ingresso está um saquinho pequeno de pipoca salgada, mas vale pedir por fora a pipoca doce que é deliciosa! Mesmo que você não curta cinema em viagem, vale dedicar algumas horinhas do seu roteiro para conhecer essas salas. Afinal, quem não gosta de relaxar um pouco, aproveitando um bom filme. Eu quero uma dessas aqui no Rio, já!

Esportes em Miami

Outras opções de entretenimento em Miami vão agradar os amantes dos esportes. Os fãs de basquete podem assistir a um jogo profissional na cidade, onde o [Miami HEAT](#) reina supremo. Os jogos acontecem na [American Airlines Arena](#), também conhecida como AAA, na Baía de Biscayne. O local ainda abriga dois grandes [museus em Miami](#): o Frost Science e o Pérez Art Museum.

Se a intenção for testar suas habilidades, os parques de Miami são os locais ideais para uns arremessos. Entre eles, por exemplo, o Jose Martí Park, entre Brickell e Little Havana; o Flamingo Park no coração de South Beach; e o Alice C. Wainwright Park à beira-mar em Coconut Grove.

Se você gosta de beisebol, o [Marlins Park](#) é o estádio do Miami Marlins, localizado no coração de Little Havana. Já os amantes de tênis, não podem perder a oportunidade de assistir uma partida no [Miami Open](#). Realizado sempre na primavera americana, este ano o torneio será realizado de 23 de março a 05 de abril no [Hard Rock Stadium](#).

Brazilian Times February 16

Publicado em 16/02/2020 às 6:00pm

Conheça três bairros em Miami para moradia e investimento

Aventura tem sido o destino de muitos brasileiros que buscam conforto para suas famílias, tanto para trabalhar quanto para se divertir

PESQUISAS PATROCINADAS

imoveis em miami para brasileiros

miami realty

sunny isles miami

casas e moradias



Aventura.

PESQUISAS PATROCINADAS

imoveis em miami para brasileiros

compra imoveis

casas em condominio fechado

imovel investimento

A cidade de Miami é conhecida por oferecer segurança, comodidade, qualidade de vida, clima agradável, vida noturna, opções de compras, além de museus e construções históricas. Mas não é só de lazer que Miami é feita. De alguns anos para cá, esse incrível lugar tem trazido investidores e criado oportunidades para grandes negócios.

O mercado imobiliário cresceu e os imóveis da região estão atraindo quem quer investir para moradia, com muitos diferenciais que agradam ao público.

O consultor Daniel Iekowicz, diretor da Elite International Realty, empresa especializada em compra, venda e aluguel de imóveis em Miami, conta que “com investimentos em imóveis no local o investidor não terá apenas uma propriedade, mas sim um outro padrão de vida”.

Confira três bairros para moradia e investimento:



Aventura.

Aventura

Uma das mais novas comunidades de Miami-Dade, foi constituída em 1995. Com uma base demográfica diversificada é reconhecido internacionalmente como um local privilegiado para morar, fazer compras e se divertir.

Localização

Aventura fica a 5,2 quilômetros da linda praia de Sunny Isles Beach, localizada na Intracoastal Waterway, no nordeste do Condado de Miami-Dade, entre os dois principais aeroportos do sul da Flórida e dois dos maiores e mais populares portos marítimos de cruzeiros do mundo.



Weston.

Weston

Um dos lugares mais procurados do sul da Flórida, tanto no âmbito residencial como corporativo, possui uma excelente qualidade de vida. As casas estão dentro de condomínios fechados, muito bem cuidados e com custo de condomínio relativamente baixo, aproximadamente \$200/mês.

Localização

Localizado na região do Shopping 'Sawgrass', a cidade no oeste do condado de Broward, está aproximadamente 40 minutos de Miami e cerca de 30 minutos de distância do centro de Fort Lauderdale.



Doral.

Doral

Se você está procurando um bom apartamento ou condomínio, uma casa mais nova ou uma casa em um condomínio fechado, bem-vindo ao bairro repleto de moradias acessíveis que atendem a todos os estilos de vida. O local é ideal para morar, trabalhar e investir.

Localização

Doral está localizada a oeste do Aeroporto Internacional de Miami. O bairro oferece fácil acesso às diferentes opções de entretenimento que o sul da Flórida tem a oferecer.

O Tempo
February 19

Animação mineira em 3D participa de encontro em Miami

Produção mostra um garoto de 11 anos que viaja numa cápsula luminosa

Por PATRÍCIA CASSESE
19/02/20 - 03h00



Cena do filme. Apresentação no maior evento internacional da indústria de entretenimento infantil
Foto: Infinita Comunicação/divulgação

Lançada no YouTube no fim de 2018, a animação 3D “Divino e a Esfera do Tempo” acaba de concluir com sucesso um capítulo importante de sua trajetória: a produção participou da feira Kidscreen Miami, que se encerrou no último dia 13, na cidade situada na Flórida. Considerado o maior evento internacional da indústria de entretenimento infantil do mundo, o encontro reuniu mais de 2.000 profissionais de diversos países.

As aventuras de Divino, um menino sonhador de 11 anos que viaja no tempo com uma cápsula luminosa e ultramoderna, a Esfera do Tempo, foi o representante mineiro nesta história que, aliás, não termina com o apagar das luzes do evento propriamente dito.

“A avaliação da nossa participação foi muito positiva. Encontramos as portas abertas junto a várias produtoras internacionais não só para apresentar o projeto, quanto para ver a viabilidade de firmarmos uma co-produção”, diz Cristiano Seixas, diretor criativo e co-fundador da Casa dos Quadrinhos, um dos braços que tornaram possível ao Estado de Minas ter a representação no evento.

Ao falar em co-produção, Cristiano se refere ao fato de o episódio apresentado por lá representar apenas o piloto do que pode ter um desdobramento em formato de uma série de animação 3D, “Divino Presente”. “‘Divino e a Esfera do Tempo’ é uma das primeiras iniciativas mineiras de animação pensadas para ser uma série de TV ou de streaming (seriam 13 episódios de 22 minutos cada). Neste momento, inclusive, já está sendo iniciada a produção do primeiro episódio (pós-piloto). Em Minas, são poucas as produtoras que já fizeram um piloto em animação 3D. Então, esse foi um dos diferenciais que a gente apresentou no evento”, prossegue ele.

Feira

A empreitada na verdade, é fruto da junção criativa da Casa dos Quadrinhos e da produtora Content Blue, viabilizada por meio da produtora Ghost Jack. “Em Miami, o episódio piloto chegou a ser apresentado a produtoras da Índia, Malásia, Coreia do Sul, Canadá e, claro, do próprio EUA, o que abriu a possibilidade de o projeto se tornar ainda mais internacional, mesmo sendo uma produção 100% de BH”, enfatiza Cristiano, lembrando que a Kidscreen é um evento fechado ao público em geral, “restrito a distribuidoras, produtoras e canais focados em conteúdo infantil, que vai desde a pré-alfabetização até a adolescência”, informa Cristiano.

“É uma vitrine de produtos audiovisuais nesse segmento, o que pode ir de aplicativos a desenhos animados pensados para a televisão. Antigamente, acontecia em Nova York, mas foi crescendo em tamanho e número de players e palestrantes importantes. Veja, mesmo tendo um foco tão específico, pensar que são milhares de pessoas que vão até ele dá a dimensão de sua importância”, prossegue Cristiano. “Apresentamos ‘Divino’ para um bom número de pessoas e a receptividade foi muito boa – tanto que já foram agendadas algumas reuniões online para darmos continuidade às conversas”, descreve.

Pacheco

Diretor de criação da Content Blue, Isaias Andrade diz que a ideia de Divino brotou em 2003, e começou a ser concretizada em 2006, na época, como uma HQ. “Mas a gente percebeu que o que mais funciona hoje é a questão das multítelas, daí a ideia de uma animação em 3D, em parceria com o estúdio Ghost Jack”, diz.

Em tempo: a cápsula na qual Divino viaja foi criada, na história, pelo professor Pacheco, descrito como um cientista “bem-humorado e trapalhão”. Acertou quem pensou no professor homônimo, famoso na capital mineira. “Ele talvez tenha sido o primeiro professor-show que a gente teve aqui, no Brasil, e continua sendo um sujeito brilhante e palestrante internacional hoje. E gentilmente cedeu seu nome e características para fazer parte desse episódio da série”, conta Andrade.

Duas mulheres morrem depois de carro em que estavam cair de ferry boat em Miami Beach

Elas estavam dentro de embarcação que transporta carros até a ilha de Fisher Island, onde uma delas morava

Por **ACHEIUSA** - 19 de fevereiro de 2020

631



Carro caiu de ferry boat e as duas ocupantes morreram (Foto Reprodução Local10News)

A polícia divulgou, na manhã desta quarta-feira (19), as identidades de duas mulheres que morreram depois que o carro em que estavam caiu de um ferry boat, que liga ilha de Fisher Island a Miami Beach. Segundo a polícia, a motorista foi identificada como Emma Afra, de 63 anos, que morava na ilha, e Viviane Brahms, de 75, moradora de New York.

Elas morreram depois que – ainda não se sabe de que maneira – a Mercedes-Benz 2019 caiu da embarcação e afundou. O capitão da embarcação acionou a polícia e mergulhadores da Guarda Costeira fizeram buscas na área durante horas e encontraram os dois corpos dentro do carro.

Investigadores estão tentando determinar o que fez com o que o carro caísse do ferry, que é usada para transportar residentes e visitantes da ilha privada – em que uma propriedade não custa menos de alguns milhões de dólares – até Miami Beach. A ilha tem 200 casas e aproximadamente 500 moradores.

O CEO da comunidade de Fisher Island, Roberto Sosa, divulgou um comunicado lamentando a morte: "Pouco antes das 5 da tarde de hoje (terça-feira 18), um carro que estava dentro do ferry da Fisher Island acabou caindo na água por razões que desconhecemos. Estamos trabalhando juntamente com os investigadores para dar uma resposta às famílias. Nossos pensamentos e orações estão com todos afetados por essa tragédia". (Com informações do Local10News)

Terra
February 20

F1MANIA

GP de Miami mais próximo de ser realizado

 F1Mania.com.br / Kadu Gouvêa

 20 FEV 2020  15h47

     0 COMENTÁRIOS

É do conhecimento geral no mundo da Fórmula 1, que a Liberty Media deseja adicionar uma segunda corrida nos EUA e levar a categoria para Miami. Parece que a possibilidade de o evento se concretizar está um passo mais perto, depois que uma votação importante nesta semana, foi a favor.



Foto: Reprodução/ F1
Foto: F1Mania

SAIBA MAIS

[Rio Motorsports compra direitos de transmissão da MotoGP](#)

[Sette Câmara encerra vínculo com a McLaren e deixa de ser piloto de testes da F-1](#)

[Sette Câmara é anunciado como piloto reserva da Red Bull e da AlphaTauri na F-1](#)

[GP Bahrein de Fórmula 1 será disputado sem público por precaução ao coronavírus](#)

Havia conversas sobre uma corrida em torno do Hard Rock Stadium, casa do Miami Dolphins, mas os moradores expressaram sua preocupação com o ruído, a poluição do ar e as perturbações. No entanto, no início de janeiro, a Fórmula 1 confirmou que havia consultado as partes relevantes e que havia um novo traçado de pista proposto.

Os comissários de Miami votaram para que os planos fossem aprovados pela cidade de Miami Gardens e pelo condado.

“Estamos felizes que os comissários reafirmaram novamente que o complexo de entretenimento do Hard Rock Stadium é uma instalação regional que beneficia todo o Condado de Miami-Dade”, disse Tom Garfinkle, CEO do Miami Dolphins, citado pela Motorsport-Week.

Pequenas Empresas & Grandes Negócios

February 21

STARTUPS

Aceleradora de Miami procura startups brasileiras

The Venture City é uma aceleradora e fundo de investimento e tem foco em internacionalizar empresas da América Latina. Já são quatro iniciativas brasileiras aceleradas

4 min de leitura

MARIANA FONSECA

21 FEV 2020 - 06H02 | ATUALIZADO EM 21 FEV 2020 - 06H02

LEIA TODAS AS REVISTAS DA EDITORA GLOBO

EXPERIMENTE 30 DIAS GRÁTIS

globo+



Escritório da The Venture City, em Miami (Estados Unidos), das 37 startups aceleradas, quatro são brasileiras (Foto: The Venture City/Divulgação)

Miami (Flórida) é a cidade americana que faz a ponte entre Estados Unidos e América Latina não apenas para cidadãos, mas também para **startups**. A **aceleradora** The Venture City sabe bem do potencial da cidade – e também das startups brasileiras.

Algumas startups nacionais já participaram do programa de aceleração – mas a The Venture City está caçando mais empreendimentos brasileiros que desejem entrar no mercado americano.

“O Brasil é grande e conseguiu unicórnios que atendem apenas o mercado nacional. Mas vemos esses casos como exceção e temos como objetivo impulsionar startups de impacto global”, diz Ricardo Sangion, vice-presidente do programa de aceleração da The Venture City para o continente americano.

SAIBA MAIS



10 startups estão perto de virar unicórnios. Saiba quais são

Aceleração, fundo e grandes empresas

A TVC atua com um programa de aceleração para negócios em estágio inicial; um fundo de investimento para startups mais avançadas; e treinamento em inovação para grandes empresas.

A aceleração é voltada para startups em estágio inicial, que ainda não captaram um investimento série A. As inscrições podem ser realizadas a qualquer momento, sem “turmas” de aceleração. O investimento é de US\$ 100 mil em troca de 6% de participação no negócio.

Não há setores de preferência, mas é preciso estar no estágio e com o objetivo corretos. A startup deve ter um mínimo produto viável; dois dígitos de crescimento mensal em um KPI relevante; três ou mais pessoas na equipe; e uma busca por internacionalizar.

“A startup não precisa estar preparada para ir a outro país, mas deve ter a ambição de não se limitar a apenas um mercado”, diz Sangion. O próprio vice-presidente da aceleração tem experiência em negócios de alta expansão, como Facebook, Instagram e Pinterest.

PUBLICIDADE

Cores sensacionais.

Impressora Colorida Xerox® Phaser® 6510

Compre aqui

xerox

Contabilizei.

SAIBA MAIS

Mercado & Eventos

February 21

CURIOSIDADES / DESTINOS / FEIARJ E EVENTOS

Miami é o destino internacional mais buscado no Carnaval, aponta ViajaNet



Por Igor Regis em 21/02/2020 - 19:02



De acordo com levantamento do ViajaNet, Miami é a cidade com maior volume de compra de passagens aéreas para o exterior.

A cidade de Miami, na Flórida, é o destino internacional mais buscado por brasileiros para época de carnaval. Os Estados Unidos também figuram em primeiro lugar entre os países mais procurados no período. Os resultados têm como base um levantamento realizado pela ViajaNet.

Já entre os destinos nacionais, o Rio de Janeiro aparece como a cidade mais buscada, seguida por São Paulo, Salvador, Recife, Brasília e Fortaleza. Completam a lista Porto Alegre, Florianópolis, Belo Horizonte e Curitiba. Já entre os estados, São Paulo aparece na primeira posição, seguido por Rio de Janeiro, Bahia, Pernambuco e Paraná. Completam o Top 10 Santa Catarina, Distrito Federal, Ceará, Rio Grande do Sul e Pará.

Segundo Gustavo Mariotto, Head of Marketing do ViajaNet, fala sobre a procura por viagens para Miami e principalmente para os Estados Unidos. "Se você analisar, esse número é impressionante, porque os Estados Unidos contam com quatro cidades entre as dez mais procuradas, o local é incrível e possui com uma procura intensa de brasileiros. Além disso, a cidade também abriga muitas famílias brasileiras", comenta.

O ViajaNet também realizou pesquisa para ver quais eram os países mais visitados nessa época de Carnaval, e novamente os Estados Unidos estão em primeiro lugar, na frente da Itália, Portugal e Argentina, por exemplo.

As 10 cidades internacionais mais procuradas

1. Miami (EUA)
2. Lisboa (POR)
3. Orlando (EUA)
4. Nova York (EUA)
5. Buenos Aires (ARG)
6. Paris (FRA)
7. Fort Lauderdale/Hollywood (EUA)
8. Roma (ITA)
9. Porto (POR)
10. Londres (ING)

Os 6 países mais procurados

1. Estados Unidos
2. Portugal
3. Argentina
4. Itália
5. Reino Unido
6. Espanha

As 10 cidades nacionais mais procuradas

1. Rio de Janeiro
2. São Paulo
3. Salvador
4. Recife
5. Brasília
6. Fortaleza
7. Porto Alegre
8. Florianópolis
9. Belo Horizonte
10. Curitiba

Os 10 estados brasileiros mais procurados

1. São Paulo
2. Rio de Janeiro
3. Bahia
4. Pernambuco
5. Paraná
6. Santa Catarina
7. Distrito Federal
8. Ceará
9. Rio Grande do Sul
10. Pará

O Estado de S.Paulo

February 25

As cores de Miami: museus e mostras para quem quer mais do que compras

Cidade ganha o primeiro museu dedicado ao grafite no mundo e e mostra temporária com instalações interativas em grandes contêineres

Taila Marchao, Especial para o Estado
25 de fevereiro de 2020 | 11h00



Museu do Grafite em Miami. Flórida Foto: Museu do Grafite

Conhecida por compras e praias, Miami vem apresentando um cenário efervescente também no campo cultural. Recentemente, duas novas atrações movimentaram a cena artística da cidade. Inaugurado em dezembro, o **Museum of Graffiti** é o primeiro do mundo dedicado exclusivamente à evolução do grafite como expressão artística. Outra atração de peso, aberta no fim de janeiro, é o **Euphoric Emporium** (Empório da Euforia), um conjunto de 20 instalações em grandes contêineres que formam cenários perfeitos para fotos.

LEIA TAMBÉM > **Imagens: a história da pichação e do grafite em São Paulo**

A exposição é temporária (vai até 29 de março). No Euphoric Emporium, os visitantes percorrem as salas com as obras interativas que simulam topos de arranha céu e salas de ponta-cabeça, por exemplo. Para quem quer curtir com os amigos, há espaço com bar e mesas de piquenique. A entrada custa US\$ 28.



Robert Caproni em Miami. Flórida

E não é só isso. A cidade conta com a conhecida **Art Basel**, que reúne as principais galerias de arte do mundo em dezembro, e museus de peso como o Pérez Art Museum Miami e o Wolfsonian Museum. Conheça mais sobre eles:

Museum of Graffiti

Atração permanente em meio aos murais coloridos do badalado bairro de Wynwood, conhecida galeria de arte urbana a céu aberto, o **Museum of Graffiti** foi criado pelo **artista americano Alan Ket** e sua sócia, **Allison Freidl**, ex-promotora e advogada que **defendia grafiteiros**. O espaço, inaugurado em dezembro, tem 11 murais externos e exposições em salas cobertas. Uma coleção permanente faz uma jornada cronológica com obras desde a década de 1970 até os dias atuais, passando por ícones da arte de rua, como o grafite clássico dos anos 1980 de **Sonic Bad**, artista do Queens, em Nova York.



A exposição inaugural no Museu do Grafite é focada em como as letras evoluíram como blocos artísticos. Foto: Melanie Metz para The New York Times

O museu também tem loja com material produzido pelos artistas – alguns itens são exclusivos. Os ingressos custam US\$ 16; crianças com menos de 13 anos não pagam.

A visita ao museu fica ainda mais colorida com uma volta pela vizinhança instagramável. Artistas do mundo todo transformaram as ruas do bairro com os murais gigantes criados nas paredes nos antigos galpões. Brasileiros como **Eduardo Kobra** e **Os Gêmeos** deixaram suas marcas por lá. A cada segundo sábado do mês, o Wynwood Art Walk tem festa na rua, com música ao vivo e food trucks.

DESTAQUES EM VIAGEM

10 motivos para viajar para o Caribe na baixa temporada

Em vez de despachar bagagem, que tal alugar as roupas na viagem?

Como viajar em dólar em família grande?



Pérez Art Museum Miami (PAMM)



Mural do artista brasileiro Kobra Foto: Felipe Mortara/Estadão

O **Pérez Art Museum Miami (PAMM)**, antes conhecido como Museu de Arte de Miami, é um dos mais famosos da cidade. Seu edifício foi projetado pelo mesmo escritório de arquitetura que criou o Estádio Nacional de Pequim, que ficou conhecido como “Ninho de Pássaro” – Herzog & de Meuron.

Reinaugurado em 2013, foi rebatizado em homenagem ao empresário e colecionador argentino Jorge M. Pérez, dono de mais de 100 obras expostas no local, como do mexicano Diego Rivera (antes da fase dos famosos murais), do uruguaio Joaquín Torres García e do cubano Wilfredo Lam.



Pérez Art Museum Miami (PAMM) em Miami, na Flórida Foto: Juan Cabrera

Foi lá também que um artista, **Maximo Caminero**, **quebrou parte da obra do chinês Ai Weiwei em um protesto** – o museu é focado principalmente em arte contemporânea e em artistas estrangeiros. Ele fica localizado no Museum Park, no centro, e tem uma vista incrível de Biscayne Bay. O local abre todos os dias exceto às quartas-feiras, e a entrada custa US\$ 16.

Villa Vizcaya Museum and Gardens Miami

Outro museu de encher os olhos é o **Villa Vizcaya Museum and Gardens Miami**. Fica em Coconut Grove, e ocupa o que um dia foi a mansão construída em 1916 pelo empresário milionário James Deering. Com mais de 30 quartos e ares de vilas renascentistas italianas, o local que um dia foi a casa de inverno de Deering expõe os móveis, a tapeçaria e obras de arte – mas a grande atração são os jardins à beira-mar, incluindo um jardim secreto. Ele abre todos os dias exceto às terças-feiras. Os ingressos custam US\$ 22.



Villa Vizcaya Museum and Gardens Miami Foto: Bill Sumner

Wolfsonian Museum

O **Wolfsonian Museum** define-se como um museu que explora como o passado influencia o presente e molda o futuro. É ligada à Universidade Internacional da Flórida, e expõe uma coleção de 120 mil itens, que datam de 1885 a 1945. A proposta do Wolfsonian é demonstrar o poder persuasivo da arte e do design e mostrar a história de mudanças sociais, políticas e tecnológicas que transformaram o mundo. Para isso, usa como base a coleção do empresário americano Mitchell Wolfson Jr., com peças relacionadas ao design industrial, à comunicação e até cartazes de propaganda (incluindo política) –entre as obras mais polêmicas está um exemplar do livro de Adolf Hitler, *Mein Kampf* (Minha Luta) em braile. Aberto todos os dias, exceto às quartas-feiras. Os ingressos custam US\$ 12.

Bass Museum of Art

Para quem prefere arte clássica, o **Bass Museum of Art** tem uma coleção de obras renascentistas e barrocas. A condição para a doação das obras foi a de que elas permanecessem expostas ao público. O Bass Museum tem ainda uma ala especial chamada Lindemann Family Creativity Center, onde fica o projeto IDEA@thebass, com oficinas e aulas.

Miami Film Festival vai contar com filme brasileiro na programação

'Eduardo e Monica' será exibido no SilverSpot Cinema em Downtown Miami; Banda P.R.A.T.O vai se apresentar antes da exibição do filme com músicas da Legião Urbana

Por **ACHEIUSA** - 28 de fevereiro de 2020

👁 353



Eduardo e Monica, de René Sampaio (Foto: Divulgação)

DA REDAÇÃO – O filme brasileiro “Eduardo e Monica”, de René Sampaio, está na programação do 37º Miami Film Festival, que acontece entre os dias 6 e 15 de março em Downtown Miami, com dezenas de filmes de diversas partes do mundo. O evento é promovido pelo Miami Dade College.

No longa, os atores Alice Braga e Gabriel Leone encarnam o famoso casal idealizado por Renato Russo, baseado na canção homônima que fez grande sucesso nos anos 80.

Colombia



El festival de comida y vino espera más de 65 mil invitados en la edición de este año

technocio 18 febrero, 2020

comida Cooking Channel South Beach cultura destinos festival Food Network gastronomía Miami turismo vacaciones viajeros vino

Twitter

Del 19 al 23 de febrero se llevará a cabo en Miami el *Food Network & Cooking Channel South Beach*, un evento nacional de cinco días que tiene experiencias en muestras y degustaciones de vinos, licores, comida y cultura de países de todo el mundo. El festival contará con más de 450 estrellas reconocidas en el sector gastronómico y espera reunir a más de 65 mil asistentes en su decimonovena edición que se lleva a cabo este año.

Este festival es organizado por Southern Glazer's Wine & Spirits y Florida International University (FIU). En sus cinco días de agenda cuenta con más de 100 eventos en emblemáticos lugares del sur de Florida. Hasta la fecha, el festival ha recaudado más de \$30 millones de dólares y todas estas ganancias son destinadas a la Universidad Internacional de Florida y el Centro de Gestión de Bebidas Southern Wine & Spirits.

El *Food Network & Cooking Channel South Beach* sirve como una plataforma educativa interactiva para los futuros líderes de la industria hotelera y gastronómica. Cada año más de 1,200 estudiantes y voluntarios trabajan activamente en este evento y obtienen una valiosa experiencia interactuando con importantes actores de la industria culinaria de diferentes países de todo el mundo.

Las entradas del festival están en un promedio entre \$ 20 a \$ 550 dólares por persona, dependiendo del evento al que quiera asistir. Este evento nació como una iniciativa por parte de estudiantes en el año 1997, allí se exhibieron variedades de vinos de bodegas nacionales e internacionales, junto con comida de restaurantes y chefs locales que trabajan en la Escuela de Hotelería y Gestión Turística de FIU.

De Viaje
February 18th:



El festival de comida y vino espera más de 65 mil invitados en la edición de este año

Del 19 al 23 de febrero se llevará a cabo en Miami el *Food Network & Cooking Channel South Beach*, un evento nacional de cinco días que tiene experiencias en muestras y degustaciones de vinos, licores, comida y cultura de países de todo el mundo. El festival contará con más de 450 estrellas reconocidas en el sector gastronómico y espera reunir a más de 65 mil asistentes en su decimonovena edición que se lleva a cabo este año.

Este festival es organizado por Southern Glazer's Wine & Spirits y Florida International University (FIU). En sus cinco días de agenda cuenta con más de 100 eventos en emblemáticos lugares del sur de Florida. Hasta la fecha, el festival ha recaudado más de \$30 millones de dólares y todas estas ganancias son destinadas a la Universidad Internacional de Florida y el Centro de Gestión de Bebidas Southern Wine & Spirits.

El *Food Network & Cooking Channel South Beach* sirve como una plataforma educativa interactiva para los futuros líderes de la industria hotelera y gastronómica. Cada año más de 1,200 estudiantes y voluntarios trabajan activamente en este evento y obtienen una valiosa experiencia interactuando con importantes actores de la industria culinaria de diferentes países de todo el mundo.

Las entradas del festival están en un promedio entre \$ 20 a \$ 550 dólares por persona, dependiendo del evento al que quiera asistir. Este evento nació como una iniciativa por parte de estudiantes en el año 1997, allí se exhibieron variedades de vinos de bodegas nacionales e internacionales, junto con comida de restaurantes y chefs locales que trabajan en la Escuela de Hotelería y Gestión Turística de FIU.

En la agenda de este evento se destaca la presencia del reconocido chef Zak the Baker, uno de los panaderos más reconocidos de Florida; el popular músico y magnate DJ IRIE, reconocido por su continuo apoyo a una variedad de organizaciones sin fines de lucro locales y nacionales. Además, la ganadora de la temporada 17 de American Idol de ABC, Laine Hardy, estará en escena en el exclusivo BBQ de Coca-Cola Beachside del Festival, organizado por Guy Fieri.



Se espera que el evento logre ventas superiores a los US\$30 millones de pesos con los eventos que se realizarán durante el mismo

Margarita Coneo Rincón - mconeo@larepublica.com.co

Del 19 al 23 de febrero se llevará a cabo en Miami el Food Network & **Cooking Channel South Beach**, un evento nacional de cinco días que tiene muestras y degustaciones de vinos, licores y comida; además de muestras culturales de países de todo el mundo. El festival contará con más de 450 estrellas reconocidas en el sector gastronómico y espera reunir a más de 65.000 asistentes en su decimonovena edición.

En los cinco días de agenda habrá más de 100 eventos en emblemáticos lugares del sur de Florida y hasta la fecha ha recaudado más de US\$30 millones, por lo que este año se espera superar la cifra que es destinada a la Universidad Internacional de Florida y el Centro de Gestión de Bebidas Southern Wine & Spirits; los dos organizadores. Las entradas del festival están entre US\$20 a **US\$550** por persona, dependiendo del evento al que quiera asistir.



ARTÍCULO
RELACIONADO



McClatchy, empresa editorial del Miami Herald, pide protección por bancarota

ARTÍCULO
RELACIONADO



GASTRONOMÍA. VENDERÁN US\$30 MILLONES

El Festival de Miami se enfocará en la venta de vinos

BOGOTÁ Del 19 al 23 de febrero se llevará a cabo en Miami el Food Network & Cooking Channel South Beach, un evento nacional de cinco días que tiene muestras y degustaciones de vinos, licores y comida; además de muestras culturales de países de todo el mundo. El festival contará con más de 450 estrellas reconocidas en el sector gastronómico y espera reunir a más de 65.000 asistentes en su decimonovena edición.

En los cinco días de agenda habrá más de 100 eventos en emblemáticos lugares del sur de Florida y hasta la fecha ha recaudado más de US\$30 millones, por lo que este año se espera superar la cifra que es destinada a la *Universidad Inter-*

nacional de Florida y el *Centro de Gestión de Bebidas Southern Wine & Spirits*; los dos organizadores. Las entradas del festival están entre US\$20 a US\$550 por persona, dependiendo del evento al que quiera asistir.

Entre los destacados está la presencia del reconocido chef **Zak the Baker**, uno de los panaderos más reconocidos de Florida; el popular músico y mag-nate dj Irie, reconocido por su continuo apoyo a una variedad de organizaciones sin fines de lucro locales y nacionales. Además de la ganadora de la temporada 17 de *American Idol* de ABC, **Laine Hardy**, quien estará en escena en un exclusivo BBQ.

Cada año más de 1.200 estudiantes y voluntarios trabajan activamente en este evento y obtienen una experiencia interactuando con importantes actores de la industria culinaria de diferentes países y disciplinas con reconocimiento internacional.

US\$550

PUEDEN COSTAR LAS ENTRADAS AL FESTIVAL, DEPENDIENDO EL EVENTO AL QUE SE QUIERA

ASISTIR

Scanned with
CamScanner



MARGARITA CONEJO RINCÓN
@marrosa06

W Radio
February 19th:



[Link](#)

A un viaje de distancia
February 19th

«A un viaje de distancia...»

EL FESTIVAL DE COMIDA Y VINO ESPERA MÁS DE 65 MIL INVITADOS EN LA EDICIÓN DE ESTE AÑO



Del 19 al 23 de febrero se llevará a cabo en Miami el *Food Network & Cooking Channel South Beach*, un evento nacional de cinco días que tiene experiencias en muestras y degustaciones de vinos, licores, comida y cultura de países de todo el mundo. El festival contará con más de 450 estrellas reconocidas en el sector gastronómico y espera reunir a más de 65 mil asistentes en su decimonovena edición que se lleva a cabo este año.

Este festival es organizado por Southern Glazer's Wine & Spirits y Florida International University (FIU). En sus cinco días de agenda cuenta con más de 100 eventos en emblemáticos lugares del sur de Florida. Hasta la fecha, el festival ha recaudado más de \$30 millones de dólares y todas estas ganancias son destinadas a la Universidad Internacional de Florida y el Centro de Gestión de Bebidas Southern Wine & Spirits.

El *Food Network & Cooking Channel South Beach* sirve como una plataforma educativa interactiva para los futuros líderes de la industria hotelera y gastronómica. Cada año más de 1,200 estudiantes y voluntarios trabajan activamente en este evento y obtienen una valiosa experiencia interactuando con importantes actores de la industria culinaria de diferentes países de todo el mundo.

Las entradas del festival están en un promedio entre \$ 20 a \$ 550 dólares por persona, dependiendo del evento al que quiera asistir. Este evento nació como una iniciativa por parte de estudiantes en el año 1997, allí se exhibieron variedades de vinos de bodegas nacionales e internacionales, junto con comida de restaurantes y chefs locales que trabajan en la Escuela de Hotelería y Gestión Turística de FIU.

**De viaje
February 20th:**

El festival de comida y vino espera más de 65 mil invitados en la edición de este año

BY: NAGANICOL - IN: TEINTERESA - 0 COMENTARIOS

Del 19 al 23 de febrero se llevará a cabo en Miami el *Food Network & Cooking Channel South Beach*, un evento nacional de cinco días que tiene experiencias en muestras y degustaciones de vinos, licores, comida y cultura de países de todo el mundo. El festival contará con más de 450 estrellas reconocidas en el sector gastronómico y espera reunir a más de 65 mil asistentes en su decimonovena edición que se lleva a cabo este año.



Este festival es organizado por Southern Glazer's Wine & Spirits y Florida International University (FIU). En sus cinco días de agenda cuenta con más de 100 eventos en emblemáticos lugares del sur de Florida. Hasta la fecha, el festival ha recaudado más de \$30 millones de dólares y todas estas ganancias son destinadas a la Universidad Internacional de Florida y el Centro de Gestión de Bebidas Southern Wine & Spirits.



#Anato2020

MIAMI ES EL DESTINO TURÍSTICO INTERNACIONAL DESTACADO EN ANATO 2020



.Desde hoy y hasta el viernes 28 de febrero se llevará a cabo en Bogotá la vitrina turística ANATO. Este evento reúne a más de 28 mil profesionales de la industria de 36 países para dar a conocer los avances y las tendencias que predominan en el sector. En la edición de este año, que espera contar con la asistencia de más de 39 mil personas, se destaca la participación de la ciudad de Miami, pues es el primer destino internacional escogido por los colombianos para viajar en sus vacaciones.

Miami se ha convertido en un destino turístico muy relevante en la región, con más de 35,3 millones de visitantes por actividades culturales. Este destino cuenta con un sin fin de opciones culturales, gastronómicas, lúdicas y recreativas. Ya que junto a El Greater Miami Convention & Visitors Bureau reconfiguró el Miami Temptation plan para que cumpliera las expectativas de todos los que disfrutan de la ciudad. Este plan trata en ofrecerle a residentes y visitantes a lo largo del año ofertas y descuentos bajo una temática. La duración de cada temática es de dos meses.

Diciembre y enero son los meses del arte y la herencia cultural pone un foco en comunidades culturalmente diversas incluyendo el Histórico Overtown, Little Haiti, Little Havana y Coconut Grove / Village West. Este programa también apoya el arte público y galerías de arte en estas áreas únicas. El design District, los tours mensuales por Wynwood y el imperdible y reconocido Art Basel proporcionan formas agradables de experimentar y sumergirse en la cultura del destino.

A un viaje de distancia
February 26th

«A un viaje de distancia...»

MIAMI ES EL DESTINO TURÍSTICO INTERNACIONAL DESTACADO EN ANATO 2020



.Desde hoy y hasta el viernes 28 de febrero se llevará a cabo en Bogotá la vitrina turística ANATO. Este evento reúne a más de 28 mil profesionales de la industria de 36 países para dar a conocer los avances y las tendencias que predominan en el sector. En la edición de este año, que espera contar con la asistencia de más de 39 mil personas, se destaca la participación de la ciudad de Miami, pues es el primer destino internacional escogido por los colombianos para viajar en sus vacaciones.

Miami se ha convertido en un destino turístico muy relevante en la región, con más de 35,3 millones de visitantes por actividades culturales. Este destino cuenta con un sin fin de opciones culturales, gastronómicas, lúdicas y recreativas. Ya que junto a El Greater Miami Convention & Visitors Bureau reconfiguró el Miami Temptation plan para que cumpliera las expectativas de todos los que disfrutan de la ciudad. Este plan trata en ofrecerle a residentes y visitantes a lo largo del año ofertas y descuentos bajo una temática. La duración de cada temática es de dos meses.

Diciembre y enero son los meses del arte y la herencia cultural pone un foco en comunidades culturalmente diversas incluyendo el Histórico Overtown, Little Haiti, Little Havana y Coconut Grove / Village West. Este programa también apoya el arte público y galerías de arte en estas áreas únicas. El design District, los tours mensuales por Wynwood y el imperdible y reconocido Art Basel proporcionan formas agradables de experimentar y sumergirse en la cultura del destino.



Miami es el destino turístico internacional destacado en ANATO 2020

technocio 28 febrero, 2020 Anato cultura destinos feria gastronomía Miami turismo vacaciones viajeros Vitrina turística



Desde el miércoles 26 y hasta el viernes 28 de febrero se lleva a cabo en Bogotá la vitrina turística ANATO. Este evento reúne a más de 28 mil profesionales de la industria de 36 países para dar a conocer los avances y las tendencias que predominan en el sector. En la edición de este año, que espera contar con la asistencia de más de 39 mil personas, se destaca la participación de la ciudad de Miami, pues es el primer destino internacional escogido por los colombianos para viajar en sus vacaciones.



Joe Docal, Director of Travel Industry Sales USA, Canada & Latin América, Greater Miami Convention & Visitors Bureau

Miami se ha convertido en un destino turístico muy relevante en la región, con más de 35,3 millones de visitantes por actividades culturales. Este destino cuenta con un sin fin de opciones culturales, gastronómicas, lúdicas y recreativas. Ya que junto a El Greater Miami Convention & Visitors Bureau reconfiguró el Miami Temptation plan para que cumpliera las expectativas de todos los que disfrutan de la ciudad. Este plan trata en ofrecerle a residentes y visitantes a lo largo del año ofertas y descuentos bajo una temática. La duración de cada temática es de dos meses.

**De Viaje
February 28th:**



Miami es el destino turístico internacional destacado en ANATO 2020

Desde el miércoles 26 y hasta el viernes 28 de febrero se lleva a cabo en Bogotá la vitrina turística ANATO. Este evento reúne a más de 28 mil profesionales de la industria de 36 países para dar a conocer los avances y las tendencias que predominan en el sector. En la edición de este año, que espera contar con la asistencia de más de 39 mil personas, se destaca la participación de la ciudad de Miami, pues es el primer destino internacional escogido por los colombianos para viajar en sus vacaciones.



Joe Docal, Director of Travel Industry Sales USA, Canada & Latin América, Greater Miami Convention & Visitors Bureau

Miami se ha convertido en un destino turístico muy relevante en la región, con más de 35,3 millones de visitantes por actividades culturales. Este destino cuenta con un sin fin de opciones culturales, gastronómicas, lúdicas y recreativas. Ya que junto a El Greater Miami Convention & Visitors Bureau reconfiguró el Miami Temptation plan para que cumpliera las expectativas de todos los que disfrutan de la ciudad. Este plan trata en ofrecerle a residentes y visitantes a lo largo del año ofertas y descuentos bajo una temática. La duración de cada temática es de dos meses.

Mexico

#FOUNDINMIAMI

Elle

LO MÁS INS- TAGRAMEABLE DE MIAMI

POR FERNANDA SELA

A DONDE
VOLTEES
HABRÁ
UNA OPOR-
TUNIDAD
PARA FOTOS
BUENÍSIMAS.



The City es una plaza que
cuenta por artistas del
arte. Hay un lugar
en el mundo donde
con luz de colores.

@MIAMIANDBEACHES

#ARTMIAMI



INFO

COCINA VERDE
Después de recorrer las salas del PAMM te va a dar hambre. Si no quieres desaprovechar la arquitectura espectacular de este edificio, quédate a comer en Verdad, es el mejor plan. Las pizzas y las ensaladas son deli.

ME GUSTA MIAMI. PIENSO EN LAS PALMERAS AGITADAS, LOS COLORES NEÓN, LOS PASEOS POR OCEAN DRIVE CON LAS FACHADAS DE EDIFICIOS ART DÉCO EN TONOS PASTEL, LA MANSIÓN DE VER-SACE Y LITTLE HAVANA, EL AMBIENTE DE LOS OCHENTA QUE INSPIRÓ SCARFACE Y LA SERIE MIAMI VICE, PERO AHORA ESA CARA ESTÁ COMPLETAMENTE CAMBIADA Y LA CIUDAD TIENE UNA NUEVA ESCENA ARTSY QUE ADEMÁS ES DE LO MÁS INSTAGRAMABLE. ESTOS SON ALGUNOS DE LOS MEJORES SPOTS.

EN EL MUSEO

Puede ser que íbas caminando en la famosa Collins Avenue buscando alguna tienda cuando inesperadamente te topaste con ARTECHOUSE (@artechouse). Decidiste entrar y te diste cuenta de que nunca habías estado en un lugar como este: una galería de arte digital en la que la experiencia inmersiva, además de volarte la cabeza, te dejará muy buenos stories y fondos de pantalla, como los visuales del artista digital Refik Anadol proyectados dentro de un cubo en el que te cuesta distinguir si lo que se mueve en la pantalla es agua, cristales o algodón. Después de este trip, si quieres despejarte un poco pero seguir en el mood, para eso están los museos de arte contemporáneo más importantes, como el Pérez Art Museum Miami (PAMM) (@pamm), un edificio de los arquitectos Herzog & de Meuron en downtown Miami que solamente en el jardín de esculturas tiene piezas tan impresionantes –por no decir, *instagramables*– como la cortina azul penetrable del artista venezolano Jesús Rafael Soto (arriba) y los columpios de Konstantin Grcic en los que puedes pasarte horas meciéndote, viendo los jardines colgantes con cascadas de enredaderas y tomando el sol con una gran vista a Biscayne Bay. Desde ahí también puedes ver el One Thousand Miami, un edificio residencial de 62 pisos y el primero en América de la *starchitect* Zaha Hadid. Seguro lo reconoces por su forma irregu-

lar. Antes de irte del museo, no dejes de entrar a la tienda. En las mesas verás objetos de decoración, papelería, joyería, libros de arte y accesorios. Cómprate la t-shirt que dice: "Por favor, don't touch the art". ¿Es de las más cool que hemos visto!

Y para terminar el día, Miami tiene muchísimos lugares, pero nosotros te recomendamos BASEMENT en el hotel Edition, donde después de cruzar el lobby y pasar por un pasillo largo con una composición de plantas y lámparas, llegarás al sótano donde está toda la acción: un bar, una pista de hielo y un bolche donde, por supuesto, hay una oportunidad más para tu Instagram: el neón de Olivia Steele con la frase, *What if this is all Real?*



El juego de luces fue creado por Patrick Woodroffe, quien lo trabajó con Lucy Gagny Bejanc.

MIAMI MOUNTAIN, DE UGO RONDINONE, ES UN SINÓNIMO DE LA CIUDAD.



+INFO

MÁS SOBRE MÁS COOL

Si eres un viajero de la arquitectura art déco, el Miami Design Preservation League ofrece tours (90 min, aprox.) para recorrer el Miami Beach Architectural Historic District en Ocean Drive. mip.org



EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS

Desde el momento en que estás en el aeropuerto, te darás cuenta de que el arte contemporáneo está por todo Miami. De hecho, no necesitas entrar a un museo para ver algunas joyas, pues las calles y los espacios públicos están llenos de piezas de los artistas más importantes del momento. Un ejemplo es *The Orb*, la pieza en forma de esfera que conecta dos edificios de *The Betsy* (@thebetsyhotel) en South Beach, el hotel que aprovecha todas sus instalaciones para promover el arte por medio de exposiciones de fotografía (los pasillos están llenos de imágenes de The Beatles y los Rolling Stones) o ilustración, como la del artista Ricardo Cavolo (@ricardocavolo), que dibujó a personajes como Bob Dylan o Amy Winehouse. Otra de las piezas al aire libre es la conocida escultura *Miami Mountain* (2016), de Ugo Rondinone, en el jardín del museo de arte contemporáneo

The Bass (@thebassmoa). La obra -que seguramente ya has visto en alguna foto- es una composición abstracta que traduce las formaciones naturales de roca en una pieza de doce metros de altura compuesta por cinco piedras traídas especialmente desde Nevada. En la fachada *art déco* del museo también hay un neón que te recibe con la leyenda "Eternity Now". Originalmente fue encargado a la artista Sylvie Fleur, en 2015 y se pensó como una instalación temporal, pero ahora la pieza que hace referencia a los museos como guardianes del tiempo es de la colección permanente. Aunque de día se ve bien, se ve mucho mejor de noche, sobre todo cuando en esa explanada que da la bienvenida al museo hay actividades al aire libre, como una meditación que hicieron hace unas semanas. Ya que estás ahí, vale la pena entrar y ver las exposiciones, como la actual, *Lara Favaretto: Blind Spot*.



-INFO

WYNNWOOD

No es broma que se llamen Miami's Best Graffiti Guides, Pedro y Ryan ya platicando la historia de cómo este lugar se convirtió en lo que es hoy. miamibestgraffitiguide.com

ARTE URBANO

Si hablamos de ir en la calle tomándole foto a todo lo que ves, entonces tienes que visitar a Wynwood Walls (@wynwoodmiami), la zona donde a lo largo de varias cuadras las paredes están repletas de una combinación de arte urbano, murales y graffiti. Lo que en los ochenta era un barrio hostil con arte de bandas callejeras, se ha convertido en un muestrario de las diferentes técnicas y estilos de arte urbano, con espectaculares murales de artistas reconocidos de todas partes del mundo. La zona adquirió su apariencia actual en 2009 cuando inauguraron una especie de galería al aire libre a la par de la feria Art Basel y hasta la fecha este lugar sigue transformando el paisaje con nuevas adiciones, pues muchas cambian más o menos cada seis meses. Aquí verás piezas de nombres importantes como Shepard Fairey, mejor conocido como Obey, quien se hizo famoso cuando en 2008 diseñó el póster del entonces candidato a la presidencia Barrack Obama, con la leyenda "Hope" y quien tiene uno de los pocos murales permanentes. La mejor manera de recorrer las calles es caminando y sin prisa. Tómate el tiempo de posar junto a los rostros de Andy Warhol y Yayoi Kusama o de encontrar tipografías con tus iniciales y frases cool. Si tienes suerte, tal vez te toque ver a algún artista haciendo su obra en vivo. Si después de pasar el día recorriendo las calles y galerías te da hambre, quédate a comer en 1-800-LUCKY (@1800lucky), un food market de cocina asiática donde puedes probar sushi, buns, woks, dim sum y ramen.

EL LIBRO WALLS OF CHANGE, PUBLICADO POR ASSOULINE, CELEBRA DIEZ AÑOS DE WYNWOOD.



Una vez al mes camina al parque, buscas, subes o te bebes, compras y más.



Travesías

ESPECIAL

Bienes Raíces

Guía básica de inversiones
Nuevas tendencias
Recomendaciones de viaje
Entrevistas con expertos

ABRIL 2022 - EDICIÓN ESPECIAL DEL MERCADO DE BIENES RAÍCES

Panorama inmobiliario
Un diagnóstico general del mercado

Madrid, Miami y Mérida
¿Por qué son potenciales destinos de inversión?

Proyectar el presente
Arquitectos y desarrolladores que trabajan en conjunto

Miami

¿Cuál es el mito más grande sobre la industria inmobiliaria en Miami? Definitivamente, que se trata de una ciudad muy cara. Sin embargo, más allá de la idea preconcebida de las inversiones millonarias, este destino ofrece oportunidades para todos los bolsillos. “En Miami te puedes gastar el presupuesto que quieras hacia arriba, no hay un límite. Pero también hay un segmento de mercado con propiedades de entre 150 000 y 350 000 dólares, lo cual resulta muy atractivo para los inversionistas mexicanos”, detalla José Negrete, fundador y CEO de la empresa inmobiliaria Patrimoney.

Según un informe de Patrimoney, 4% de los inversionistas inmobiliarios en Miami son mexicanos y la cifra va en aumento, impulsada por los rendimientos, la plusvalía y la ventaja del tipo de cambio con el paso del tiempo. “En todos los desarrollos de lujo, como Aston Martin Residences, Acqualina y Armani Tower, de más de dos o tres millones de dólares, México está liderando las compras”, agrega Negrete.

Miami cuenta con propiedades de distintos usos que no necesariamente se limitan al sector vivienda. Según CBRE, el sector de oficinas, los hoteles y los inmuebles industriales en la ciudad se encuentran en etapa de expansión, mientras que el sector de retail está en fase de estabilización.





Jorge Pérez: arte y bienes raíces

Por Selene Mazón

El paisaje inmobiliario de Miami le debe mucho a Jorge Pérez, uno de los empresarios hispanos más influyentes de Estados Unidos y uno de los 500 hombres más ricos del mundo, según *Forbes*. De padres cubanos y origen argentino, Pérez fundó en 1979 The Related Group, desarrolladora de lujo que, hasta el momento, ha construido, rehabilitado y administrado más de

90 000 condominios y residencias de departamentos. En 2009, *The Wall Street Journal* bautizó a Pérez como "el rey de los condominios de Miami" y, en 2019, la revista *TIME* lo nombró el "Trump de los trópicos". A él le pertenecen propiedades tan emblemáticas como Icon Brickell, Murano at Portofino y Beach Club Hallandale.

Además de su talento inmobiliario, Pérez es un apasionado del arte. A los 20 años comenzó una impresionante colección y hoy es uno de los mecenas más importantes de Miami. De hecho, el museo de arte de dicha ciudad lleva su apellido: Pérez Art Museum Miami (PAMM), luego de que donó 40 millones de dólares para su construcción, así como obras de su colección.

Desde hace unos años, Pérez ha puesto la mirada en América Latina, con especial énfasis en México. Este año, junto con el empresario Sam Nazarian, construye los proyectos de uso mixto SLS Reserve en Zihuatanejo y Cancún, una mezcla de habitaciones residenciales y hoteles con varias opciones de recreación al aire libre.

En entrevista, Pérez comparte por qué nuestro país es una potencia en cuanto a inversión y, de paso, cómo el arte siempre será el centro de todas sus construcciones.

¿Cuál es tu visión de México como destino de Inversión?

México tiene un lugar geográficamente estratégico. Por un lado, es vecino de Estados Unidos y, por otro, es la puerta de entrada a Sudamérica. Se ha desarrollado mucho mejor en comparación con los demás países latinoamericanos, en materia financiera, legal y de negocios. Los préstamos tienen niveles mucho más bajos que en cualquier otro país de la región, además de que la economía del turismo ha crecido de forma espectacular. México tiene un gran futuro para los inversionistas mexicanos y extranjeros.

¿Cuáles son los principales desafíos que detectas?

El problema a corto plazo de México es la política. En Cancún, por ejemplo, teníamos un buen ritmo de venta, pero, con el nuevo presidente, las ventas se pararon. Lo que sí me parece un gran problema es la inseguridad. En Vallarta, por ejemplo, cuando nosotros empezamos, cerca de 80% de los compradores eran estadounidenses y canadienses, y 20% mexicanos; ahora la situación es al revés. Aun con eso, veo un futuro en México muy bueno, muy fuerte, pero definitivamente hay que resolver muchas cosas.

¿Cuál fue la primera inversión que hiciste en México?

Fue hace más de 10 años, con Icon Vallarta. También compramos el terreno de Zihuatanejo, donde construimos SLS Reserve.

En materia de contratación y capacitación de personal, ¿cómo ha sido tu experiencia al respecto?

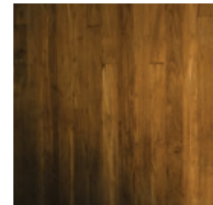
En The Related Group tenemos alrededor de 70 proyectos en todas partes. No quiero un equipo grande sólo por tenerlo; creo que la persona correcta puede hacer el trabajo de tres personas promedio. Por esa razón vamos a las mejores universidades, a buscar a aquellos con deseos de triunfar. Aquí la gente gana el doble que en nuestra competencia y hay jóvenes de 30 años que, por su compromiso y pasión, ya tienen a su cargo proyectos. Por otro lado, si el mercado de condominios bajera en Miami, las personas han sido entrenadas para trabajar en otros sectores, como edificios de renta o *affordable housing*. Tratamos de contratar gente con natural inteligencia y pasión.

Es conocida tu pasión por el arte.

Todo el tiempo me empapo de arte. Desayuno, almuerzo y cena con artistas. Tengo curadores *full time* y en todo momento voy a ferias y distintos eventos. Soy un coleccionista que se deja llevar por el instinto.



Perez Art Museum



Guía de viajes

Miami

DÓNDE DORMIR

The Standard Spa, Miami Beach

Ubicado en Belle Isle, este hotel es más bien un centro de bienestar con habitaciones —todas con terraza y muchas con tina exterior—, ideal para un fin de semana dedicado al *wellness*. Además de los tratamientos de su famoso spa, los huéspedes pueden relajarse en la enorme alberca con vista al mar o el circuito de hidroterapia. También pueden tomar clases de yoga y probar platillos de inspiración japonesa en el restaurante Lido Bayside Grill.

40 Island Ave., Miami Beach
T. +1 (305) 673 1717
standardhotels.com

COMER Y BEBER

Sugar

Situado en el piso 40 del hotel EAST Miami, este *rooftop bar* presume una de las mejores vistas y barras de la ciudad. Sugar es una pequeña jungla llena de plantas y con decoración en madera; una gran opción para pasar la noche disfrutando cocteles y tapas asiáticas. Los fines de semana abre desde mediodía, sin embargo, recomendamos llegar justo antes del atardecer.

788 Brickell Plaza 40
T. +1 (786) 805 4655
east-miami.com

Yardbird Southern Table and Bar

Con sucursales en Los Ángeles, Las Vegas, Singapur y Miami, este restaurante ofrece lo mejor de la gastronomía del sur de Estados Unidos, mejor conocida como *soul food*. Yardbird Southern Table and Bar es para los que no temen combinar lo dulce y lo salado en un mismo plato. Vale la pena visitarlo durante el fin de semana para aprovechar el vasto *brunch* y el refrescante bar de jugos.

1600 Lenox Ave., Miami Beach
T. +1 (305) 538 5220
runchickenrun.com

QUÉ VER

Institute of Contemporary Art, Miami

Los entusiastas del arte contemporáneo deben hacer escala en el ICA Miami, un museo ubicado en el distrito de diseño de la ciudad. Con una increíble fachada platinada y geométrica (que no pasa inadvertida), este espacio cuenta con una atractiva colección permanente, al igual que un variado programa de exposiciones temporales y un jardín escultórico que amerita una visita por sí mismo.

61 NE 41st St.
T. +1 (305) 901 5272
icamiami.org



COMPRAS

BASE

Desde hace 30 años, esta *concept store* ofrece una cuidadosa selección de accesorios, perfumería, decoración y moda para hombres, con marcas como *Comme des Garçons*, *Herschel*, *Miansai* y *Our Legacy*, entre otras. Más allá de los grandes centros comerciales y las boutiques convencionales, BASE fue creado como un eslabón entre las compras, el arte y el diseño.

2215 NW 2nd Ave., Wynwood
T. +1 (305) 531 4982
baseworld.com



Amigos y buenos momentos a todo lo alto.

Miami: cuatro fantásticos bares de azotea

El popular destino del sur del "Estado del Sol" atesora bares imperdibles en la cima de algunos de sus rascacielos. Una invitación al relax después de un intenso día recorriendo sus múltiples atractivos turísticos.

CARLOS HARRISON

Muy alto en Miami Beach hay un lugar todo zen. Un espacio para disfrutar, para refugiarse, para reunirse con amigos. Donde la atención no descuida ningún detalle, hay tragos exquisitos y —como asegura una repetida frase de bienes raíces— prima la "ubicación, ubicación, ubicación". Todo, combinando para brindar una experiencia inolvidable que nunca debe de faltar en una visita al sur de la Florida.

Este lugar es Juvia, ganador del premio al "Restaurante con un diseño excepcional" otorgado por la

fundación James Beard, y que está ubicado en una azotea con vista panorámica adyacente al emblemático edificio Herzog & de Meuron, a la entrada de Lincoln Road.

Es como un oasis en el cielo, diseñado deliberada y diligentemente para reflejar la esencia de la ciudad sobre la que se yergue, con el cielo, el mar y un jardín tropical incorporados muy elegantemente en la decoración.

En el acceso, un jardín vertical de 6,60 m. de alto cubre la pared de la terraza y conecta el interior y el exterior al fluir hacia un sector acristalado. Diseñado por Patrick Blanc, un botánico de fama mundial, el muro cubierto de frondoso follaje local crea una cascada de sutiles tonos verdes y púrpura que cae suavemente junto a una larga mesa de madera petrificada.

En un sereno rectángulo cubierto de piedra y rodeado de bancos con cojines color púrpura hay una caída de agua estilo art deco tan suave que el movimien-

to del agua es apenas perceptible. Las sillas son de mimbre tejido a mano, el techo es de madera de roble encalada y todo está salpicado de tonos púrpura y un gris delicado. Hay también una barra de piedra de amatista en el interior que resplandece de noche.

LAS CLAVES DEL ÉXITO.

"Creo que los restaurantes tienen su propio lenguaje", dijo Jonnas Millan, quien creó y es copropietario de Juvia junto con su esposa Alexandra. "Cuando visitas un restaurante y piensas que el lugar es bello, pero por alguna razón no te convence completamente, es porque no hay un lenguaje sostenido que se extienda a todo: la llegada del comensal, la manera en que sirven el agua, la mesa, las servilletas, los vasos, la iluminación. Todo necesita combinarse para llegar a un mismo fin".

¿Te das cuenta? Hasta el más minucioso detalle. Solo fíjate en las servilletas púrpuras.

"Nos tomó... yo diría que unos cinco meses escoger las servilletas", asegura Millan, quien luego agrega: "Todo el mundo renta las servilletas en Estados Unidos, pero nosotros queríamos que fueran púrpuras y estampadas. De modo que empezamos a encargar muestras a New York, a Italia, a Turquía, a Perú. Y por fin nos decidimos por este modelo que representa, pienso yo, el conjunto completo. Es parte de lo que hemos tratado de lograr".

Aún el nombre, Juvia, demuestra lo cuidadosos que han sido los dueños. Suena como la palabra "lluvia". Y es como les dicen a los coquitos de Brasil en algunos lugares de Venezuela, de donde son oriundos los dueños. Y, más importante aún, es fácil de pronunciar en inglés.

"Si buscas un nombre muy exótico la gente puede no saber pronunciarlo", comenta Millan. "Y lo otro es que en las pequeñas aldeas rurales venezolanas utilizan ese tipo de nuez para hacer el pan de pobre con el que alimentan a sus hijos. De modo que tienes su historia".

El menú es igual de bien planeado, una fusión sofisticada pe-

La Agencia de Viajes
February 2020

ro divertida de la cocina latina y la asiática que sorprende y satisface cualquier paladar. El tamachi es-puma, ceviche de langosta, asado de tira Wagyu, pulpo anticucho.

Igual con las bebidas. Los distintos cócteles se conciben y se preparan con el mismo esmero con el que se planeó el lugar.

El Jalisco Flower, por ejemplo, incluye Suze, Dolin Blanc, biter Peychaud's y tequila reposado Juvia Barrel destilado exclusivamente para su homónimo por el tequila Aviión. Perfect Yuzo, un trago delicado y ácido que le hace honor a su nombre, tiene una base de vodka Grey Goose, sake yuzu, jugo de limas y sirope de vainilla. El Juvia Gin Tonic mezcla ginebra Bombay Sapphire East, umeshu, shiso y agua tónica para crear un cóctel fresco tan atenuante como la brisa del mar.

Y como en vez de paredes hay cristales, se aprecia una vista perfecta que abarca desde el océano Atlántico hasta la bahía de Biscayne, con una panorámica incomparable del cielo, del perfil de la ciudad y del mar desde cualquier parte del restaurante.

Como aseguró el neoyorquino Chad Matthews, "en este lugar puedes ver las mejores vistas de South Beach, ya sea desde adentro o desde afuera".

Juvia está en el 1111 de Lincoln Road, en Miami Beach. Tel.: (305) 763-8272.



Area 31, en la terraza del Hotel Epic.

OTROS BARES SINGULARES.

• **EAST.** ¡Agarra rumbo este, muchacho! Y llegarás a este hotel de lujo que también cuenta con suites residenciales, ubicado al borde de Mary Brickell Village, en el corazón del flamante, floreciente y cada vez más exclusivo y decididamente chic distrito financiero de Miami. Sube hasta el piso 40 y ahí encontrarás Sugar, un bar en la azotea donde sirven cócteles de postín y tapas, y donde podrás disfrutar de una extraordinaria vista del centro de Miami. Exuda un encanto indonesio exótico, con exuberante follaje, cómodos divanes de ratán tallado y un bar de elaborada madera labrada. Los

cócteles están a la par de la decoración: Lychee Blossom, Night in Hong Kong, East of Miami, son algunos.

788 Brickell Plaza, 40th Floor. Tel.: (786) 805-4655.

• **AREA 31.** En el piso 16 del Hotel Epic, en el centro de Miami. Me gusta situarme al lado de la baranda a la puesta del sol y observar un juego de fútbol que tiene lugar en una azotea más abajo, a unas pocas cuerdas de distancia, o simplemente mirar embobado la desembocadura del río Miami sobre la bahía de Biscayne. De día o de noche, Area 31 brinda una vista panorámica

sin igual del punto donde surgió Miami, y del lugar en el que se ha convertido. También es uno de los sitios donde se puede mirar algo del bar con un habano que puedes seleccionar en el menú. Una elección por todo lo alto que cuenta, por caso, con un Padrón Reserva N° 45 y ron Zacapa Xo de Guatemala, si eso es lo tuyo. O si quieres probar algo diferente, atrévete a un Smoke & Mirrors con borbón Wild Turkey, Carpano Antica, whisky Barrel-Aged Bitters, Islay Rinse y Flamed Orange.

270 Biscayne Boulevard Way, Miami. Tel.: (305) 424-5234.



Miami desde las alturas de Sugar.

BAR DEL HOTEL Y SPA MAYFAIR.

En el histórico distrito Coconut Grove de Miami este bar en torno a la piscina es un refugio de azotea con una vista única del perfil de la urbe y de la bahía de Biscayne. Tumbate al atardecer en un "banco en serpentina" que zigzaguea alrededor del parapeto. En caso de que desees un poco más de privacidad, también hay ocho bañetas junto a la piscina con sofás en forma de L. Las noches cálidas se sienten más frescas mientras saboreas un Biscayne Breeze a base de amaretto, Blue Curaçao, piña y Prosecco. 3000 Florida Avenue, Coconut Grove. Tel.: 441-0000.

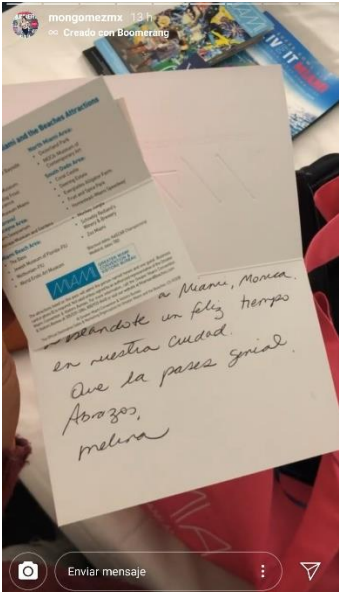
Mon Gómez IG Stories
February 10, 2020



Mong Gómez IG Stories
February 09-10, 2020



Mon Gomez IG Stories
February 08-10, 2020



mongomezmx • Siguiendo

mongomezmx Golfista novata 😂 le pegue medio bien como al 30% jaja esta muy cool este lugar ❤️ TOP GOLF 🏌️ #MIAMI

1 sem

ortizjavier Hermosa!!! Me vas a tener que enseñar a jugar golf, soy bueno para casi todos los deportes y ese no creo que sea la excepción. ❤️❤️❤️❤️ Hermosa, me vas a tener que dar un beso.

5 días Responder

— Ver respuestas (2)

divadsan Saludame porfavor

6.675 Me gusta

11 DE FEBRERO

Style by Shock Visual
Feb 25, 2020



Distintas actividades para cuidar la salud y bienestar tendrán lugar en Miami durante los meses de febrero y marzo.

Miami es conocido como uno de los mejores destinos de wellness gracias a su gran variedad de opciones atractivas para cuidar la salud y mantenerse activo y en forma. Por esta razón, Miami busca celebrar un estilo de vida saludable dedicando febrero y marzo al bienestar. Durante estos meses, los mejores centros fitness, spas, clubes de golf e instalaciones de actividades al aire libre reúnen increíbles ofertas y organizan diversos eventos para todas las edades y niveles de condición física. El Buró de Turismo de Miami GMCVB, promociona concentra todas las ofertas y eventos en su página [Miami Temptations](#).

Una de las actividades más populares y solicitadas en Miami son los servicios que ofrecen los spas, debido a su gran calidad, lujo y a la increíble vista al mar que algunos tienen. Durante marzo, spas de renombre como el Valmont del hotel Setai, AVEDA del hotel The Palms, En.liv.en y SaLus (ambos ubicados dentro de hoteles de la firma Marriott), el spa del lujoso hotel Biltmore, entre otros, ofrecen grandes ofertas para que todas las personas que visitan Miami puedan consentirse con tratamientos y masajes de calidad inigualable.

Para actividades orientadas a cuidar nuestro cuerpo mediante el movimiento, una gran opción es practicar kayak, paddleboard y andar en bici en los distintos circuitos a la orilla del mar, jugar golf e incluso practicar tenis a nivel profesional. Para esto el Crando Park International Tennis Center, Miami Melreese Golf, el centro de juegos Top of Golf y el Virginia Key Outdoor Center lanzan ofertas con hasta el 25% de descuento en todas las actividades al aire libre que ofrecen, que son una gran opción para los amantes de la aventura o parejas que viajan con niños.

En cuanto al cuidado estético, Tristar Wellness y VOX, dos centros de gran renombre en Miami ponen en oferta algunos de sus paquetes más famosos para combatir el sobrepeso, mejorar y dar firmeza a la textura de la piel, erradicar la celulitis, entre otros.

Si tienes pensado visitar Miami durante alguno de los puentes de marzo, sin duda, debes aprovechar y comprobar por qué Miami es conocida como la ciudad más wellness de Estados Unidos.



MESES DE WELLNESS EN MIAMI

February 26, 2020



Distintas actividades para cuidar la salud y bienestar tendrán lugar en Miami durante los meses de febrero y marzo.

Miami es conocido como uno de los mejores destinos de wellness gracias a su gran variedad de opciones atractivas para cuidar la salud y mantenerse activo y en forma. Por esta razón, Miami busca celebrar un estilo de vida saludable dedicando febrero y marzo al bienestar. Durante estos meses, los mejores centros fitness, spas, clubes de golf e instalaciones de actividades al aire libre reúnen increíbles ofertas y organizan diversos eventos para todas las edades y niveles de condición física. El Buró de Turismo de Miami GMCVB, promociona concentra todas las ofertas y eventos en su página Miami Temptations .

Una de las actividades más populares y solicitadas en Miami son los servicios que ofrecen los spas, debido a su gran calidad, lujo y a la increíble vista al mar que algunos tienen. Durante marzo, spas de renombre como el Valmont del hotel Setai, AVEDA del hotel The Palms, En.liv.en y SaLus (ambos ubicados dentro de hoteles de la firma Marriott), el spa del lujoso hotel Biltmore, entre otros, ofrecen grandes ofertas para que todas las personas que visitan Miami puedan consentirse con tratamientos y masajes de calidad inigualable.

Para actividades orientadas a cuidar nuestro cuerpo mediante el movimiento, una gran opción es practicar kayak, paddleboard y andar en bici en los distintos circuitos a la orilla del mar, jugar golf e incluso practicar tenis a nivel profesional. Para esto el Crando Park International Tennis Center, Miami Melreese Golf, el centro de juegos Top of Golf y el Virginia Key Outdoor Center lanzan ofertas con hasta el 25% de descuento en todas las actividades al aire libre que ofrecen, que son una gran opción para los amantes de la aventura o parejas que viajan con niños.

En cuanto al cuidado estético, Tristar Wellness y VOX, dos centros de gran renombre en Miami ponen en oferta algunos de sus paquetes más famosos para combatir el sobrepeso, mejorar y dar firmeza a la textura de la piel, erradicar la celulitis, entre otros.

Si tienes pensado visitar Miami durante alguno de los puentes de marzo, sin duda, debes aprovechar y comprobar por qué Miami es conocida como la ciudad más wellness de Estados Unidos.

Acerca de la oficina de Convenciones y Visitantes de Miami (GMCVB) Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB):

Es una organización acreditada de ventas y marketing sin fines de lucro cuya misión es atraer a los visitantes a Miami y sus Playas para el ocio, los negocios y las convenciones.