

SAVE THE BEACH
Hotel



MA 4'10

BENVENUTI AL CORONA 'SAVE THE BEACH' HOTEL

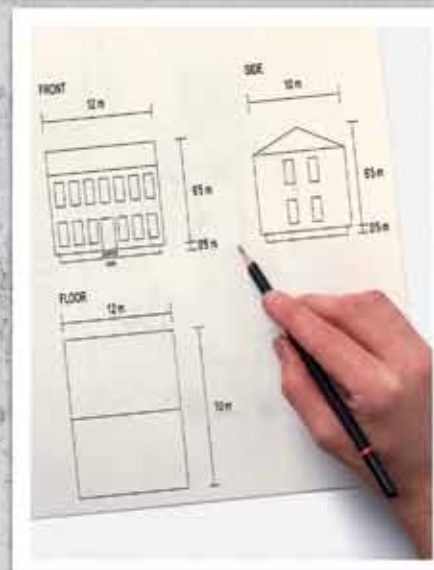
Il 'Corona Save the Beach' Hotel, il primo hotel al mondo costruito con i rifiuti trovati sulle spiagge, apre le sue porte a Roma.

L'hotel è stato costruito con 12 tonnellate di spazzatura inorganica parte della quale proviene da molte spiagge d'Europa: per immaginarsi la mole, basti pensare che corrispondono a 4 elefanti indiani o a 400 pneumatici da Formula 1...

Il 'Corona Save the Beach' Hotel è un vero e proprio grido d'allarme lanciato da Corona, che con questa iniziativa inaugura la campagna internazionale 'Corona Save the Beach', nata per destare l'attenzione sulla necessità di salvaguardare maggiormente le spiagge europee. Questo progetto ha l'obiettivo di mostrare in modo emblematico qual è il destino delle nostre spiagge se non ci prendiamo cura del pianeta. Il 'Corona Save the Beach' Hotel resterà 'aperto' dal 3 al 6 giugno 2010. Non si tratta di un normale hotel, non è dotato delle comodità tipiche di qualsiasi struttura alberghiera. Gli ospiti che vi pernottano sono letteralmente circondati dalla spazzatura. Lo scopo dell'Hotel, e di coloro che vi alloggeranno, è dimostrare un impegno concreto nella salvaguardia delle spiagge. Il primo ospite dell'Hotel sarà un personaggio molto noto, ma grazie ad una serie di concorsi - realizzati a maggio attraverso il sito www.coronasavethebeach.org e la fan page di Facebook legata alla campagna - diverse persone di ogni parte d'Europa hanno avuto la possibilità di vincere e dormire in una delle cinque camere dell'Hotel.

L'Hotel è stato progettato dall'artista tedesco HA Schult, famoso per le sue installazioni realizzate con rifiuti. Gran parte dei rifiuti utilizzati per realizzare l'Hotel è stata raccolta in varie spiagge d'Europa, grazie ai volontari della campagna 'Corona Save the Beach'. Il lavoro di questi volontari, e soprattutto il processo creativo dell'artista, può essere visto su www.coronasavethebeach.org. Per trasportare da Colonia a Roma la struttura ed i materiali che saranno necessari a Schult per completare l'installazione, verranno utilizzati 6 tir.

Trent'anni fa, un gruppo di scienziati e politici internazionali si incontrò a Roma per discutere dei cambiamenti che erano avvenuti nel nostro pianeta a causa delle azioni dell'uomo. In questa occasione venne creato il Club di Roma, la prima associazione ufficiale a portare all'attenzione dei mass media le problematiche ambientali. Non a caso il 'Corona Save the Beach' Hotel viene inaugurato proprio a giugno, durante la settimana in cui si festeggia la Giornata Mondiale dell'Ambiente (5 giugno).



L'ARTISTA: HA SCHULT

L'artista concettuale HA Schult è stato scelto dalla campagna 'Corona Save the Beach' per progettare l'Hotel. Schult è stato un vero pioniere nel convertire i rifiuti in arte e, per oltre 40 anni, ha cercato di diffondere un messaggio ecologico al mondo, attraverso l'installazione delle sue creazioni artistiche nelle piazze.

Sin dagli anni '60, da Pechino a New York, la sua opera ha cercato di risvegliare una consapevolezza su come vengono smaltiti i nostri rifiuti, accendendo i riflettori sullo stato di degrado del nostro pianeta. I suoi famosi "Trash Men" rappresentano il più significativo esempio del suo messaggio. Un esercito di centinaia di sculture a sembianze umane che ha attraversato i cinque continenti. Nel 2007, i "Trash Men" sono stati esposti a Piazza del Popolo a Roma, dopo essere stati in luoghi emblematici come le Piramidi di Giza, il Grande-Place a Bruxelles, la Piazza Rossa a Mosca, la Grande Muraglia in Cina, l'Arche de La Défense a Parigi, il cimitero delle scorie nucleari a Gorleben, in Germania e Plaza Real a Barcelona.

L'opera di questo artista, incorporata nel progetto 'Corona Save the Beach', è spesso esposta in alcune delle più importanti gallerie d'arte del mondo e fa parte anche di notevoli collezioni private. HA Schult, nel suo studio a Colonia, in Germania, ha lavorato per settimane con il materiale recuperato in diverse spiagge d'Europa, inclusa l'Italia, per realizzare il 'Corona Save the Beach' Hotel.

"L'importanza di questo progetto è racchiusa in ciò che l'hotel simboleggia: i danni che produciamo ai nostri mari e alle nostre coste; internamente e esternamente l'hotel non avrà un 'look' particolarmente glamour, non avrà né acqua né elettricità, e nessun confort; questo hotel rispecchierà esattamente quello che potrà succedere se non prestiamo attenzione al nostro pianeta. Viviamo in un'epoca di enorme produzione di rifiuti, produciamo tonnellate di spazzatura e questo è ciò in cui rischiamo di trasformarci. E' veramente questo quel che vogliamo per la nostra Terra?", afferma lo stesso Schult.

Il 3 giugno Schult ritorna dunque nella Capitale, dove il suo ultimo capolavoro – "Trash men" – è stato visto da oltre un milione di visitatori.





SAVE THE BEACH

IL PROGETTO

'CORONA SAVE THE BEACH'



L'iniziativa pionieristica 'Corona Save the Beach' è stata lanciata due anni fa, nel 2008; un programma a lungo termine sulla Responsabilità Sociale di Corona. Gli obiettivi principali di questo progetto consistono nel catalizzare l'attenzione pubblica verso la salvaguardia delle spiagge e salvarne almeno una ogni anno.

Perché proprio le spiagge? Perché Corona ha un ottimo rapporto con le spiagge. Il brand è fortemente legato a quei momenti di divertimento e relax che si possono condividere in questi luoghi.

'Corona Save the Beach' salva una spiaggia a rischio ogni anno. Per rendere possibile questo progetto, è necessario essere incisivi, colpire l'attenzione della popolazione europea con un'iniziativa sorprendente.

Dal 4 giugno, gli utenti di www.coronasavethebeach.org possono segnalare la spiaggia che desiderano salvare nel 2010. Tutto ciò che è necessario fare, è scattare una foto o girare un video della spiaggia che si desidera segnalare o caricare i materiali direttamente sul sito. Dal 23 al 29 agosto prossimi sarà possibile votare per il luogo di cui la birra Corona dovrà occuparsi nel 2010.

Nel 2009, migliaia di europei hanno visitato il sito e segnalato casi di spiagge a rischio con foto e video, partecipando attivamente alla votazione per eleggere la spiaggia da recuperare. La scelta è ricaduta su Capocotta, sul litorale laziale.

Il progetto è stato presentato nel 2008. Gli eventi di lancio di questa campagna internazionale si sono svolti a dicembre a Milano, Londra, Berlino e Dublino. In questa occasione, è stata ricreata una vera e propria spiaggia in pieno inverno, con tanto di chioschi, sabbia bianca e palme. La top model Bar Refaeli ha sfilato per la collezione primavera/estate disegnata da Custo Barcelona. La colonna sonora dell'evento è stata curata dal cantante e ambientalista australiano Xavier Rudd.

'Corona Save the Beach' è stata promotrice anche di altre iniziative di sensibilizzazione. A metà agosto 2009, si è tenuto un grandioso concerto sulla spiaggia di Salou, a Tarragona, in Spagna, cui hanno assistito oltre 30.000 persone.





IL SONDAGGIO 'CORONA SAVE THE BEACH' E ALCUNE INFORMAZIONI SULLO STATO DI SALUTE DELLE SPIAGGE EUROPEE

Nel 2009, è stato lanciato un sondaggio a livello europeo che è diventato il più seguito in assoluto sull'aggiornamento dello stato di conservazione delle spiagge europee, registrando le abitudini e le attitudini dei cittadini. Oltre 5.000 europei sono stati intervistati nel Regno Unito, in Italia, Spagna, Francia e Germania. La testimonial Alexandra Cousteau, nipote del leggendario oceanografo Jacques Cousteau, ha presentato i risultati del suo studio ai mass media. Lo scorso anno, invece, l'iniziativa è stata sostenuta dalla stilista e produttrice musicale inglese Jade Jagger.

Il sondaggio 'Corona Save the Beach' ha rivelato che il 52% degli italiani ritiene che lo stato delle spiagge è peggiorato sensibilmente negli ultimi 10 anni, mentre ben il 68% degli europei è convinto che i governi non prestino la dovuta attenzione a questo tema. I fattori che maggiormente contaminano le coste sono, tra gli altri, quelli di cui l'uomo è responsabile, come rifiuti e spazzatura inorganica.

La spazzatura ha un profondo impatto sull'ecosistema marino, sull'economia costiera, sulla flora e sulla fauna. Andrebbe inoltre tenuto in considerazione che l'immondizia gettata in mare ci impiega intere generazioni per scomparire. Ecco alcuni dati provenienti dagli studi mondiali:

- Le spiagge europee ricevono ogni anno fino a 4.000 kg di spazzatura per kmq (all'incirca il peso di tre Fiat 500)
- Nel 2009, migliaia di volontari hanno raccolto oltre 3.000 milioni di tonnellate di spazzatura sulle spiagge su tutto il pianeta, includendo involucri alimentari, lattine e plastica.
- Le coste europee sono erose da 0.5 a 2 metri l'anno.
- Nel Regno Unito, la pulizia delle spiagge nel 2009 ha raccolto 18.000 reti da pesca e i pescatori del luogo hanno comunicato che perdono circa 3,2 milioni di euro l'anno a causa della spazzatura catturata dalle loro reti. Gli studi rivelano che ci sono ben due tipi diversi di spazzatura ogni metro quadrato di spiaggia.
- In Italia, la pulizia delle spiagge l'anno scorso ha portato alla raccolta di oltre 8.000 kg di spazzatura in soli 58 km.
- Le 3.451 spiagge spagnole coprono un totale di 7.880 km. Nel 2009, 1,800 kg di rifiuti sono stati raccolti (plastica, mozziconi di sigarette, fertilizzanti ...) in soli 30 km di coste.

Fonte: Bandiera Blu, Ocean Conservancy, UNO, Commissione Europea, KIMO, Marine Conservation Society.





CORONASAVETHEBEACH.ORG UNA COMUNITA DI GENTE IMPEGNATA NELLE SPIAGGE

Sul sito www.coronasavethebeach.org gli utenti possono inserire e votare la spiaggia che desiderano salvare ogni anno. Si tratta di una vera e propria piattaforma online che mostra contenuti rilevanti per la protezione dell'ambiente costiero.

Il sito web è alimentato dalle proposte mandate dai vari utenti e risponde alla filosofia del 2.0, dove il visitatore può diventare parte attiva e mostrare il suo interessamento. Corona selezionerà dieci spiagge che necessitano di maggior sostegno; fra tutti i casi che verranno inviati durante i prossimi mesi, saranno gli utenti stessi a scegliere quella che verrà recuperata.

Nel 2009, il sito web ha ricevuto oltre 120.000 voti in una sola settimana, durante il concorso online per la scelta della spiaggia vincitrice. In una battaglia agguerrita fino all'ultimo minuto, contro la spiaggia di Tenerife a Puertito de Güimar, è stata eletta la spiaggia romana di Capocotta, che ha ottenuto il 35% dei voti. Lo scorso luglio, un gruppo di volontari e di esperti dell'ambiente ha visitato Capocotta, una spiaggia molto rinomata sita lungo la costa laziale, dove hanno raccolto oltre una tonnellata di spazzatura in appena un km quadrato. C'erano vere e proprie montagne di spazzatura che limitavano i punti di accesso della spiaggia alle dune circostanti.

Parte dei fondi per la campagna del 2009 sono stati ottenuti attraverso la vendita di un'edizione limitata di borse da mare fatte di lino organico, disegnate in esclusiva dalla famosa casa di moda Custo Barcelona. E in quella stessa estate, in Francia, oltre 15.000 euro sono stati raccolti per salvare le spiagge a rischio.



SOSTENITORI DI 'CORONA SAVE THE BEACH'

Dal 2008, questa iniziativa è stata supportata da una delle maggiori organizzazioni internazionali nella lotta per la conservazione delle spiagge, il programma Bandiera Blu, della Fondazione per l'Educazione Ambientale (F.E.E.). Questa associazione indipendente è sostenuta dal programma UN dell'Organizzazione dell'Ambiente e del Turismo Mondiale.

La piattaforma inoltre collabora con l'organizzazione no-profit Surfrider Foundation Europe ed è il maggiore sponsor nel suo programma "Custodi della Costa".

SU CORONA

Corona Extra è la birra più venduta in Messico ed è dal 2001 la quinta birra più venduta al mondo. Attualmente, secondo Millward Brown, è la quarta "bionda" più conosciuta a livello internazionale. La prima Corona è stata prodotta nel lontano 1925 a Città del Messico nello stabilimento del Grupo Modelo. Oggi, la birra corona è venduta in più di 150 paesi ed ogni sua singola bottiglia è prodotta in Messico. E' la prima birra straniera importata dagli Usa.

SU GRUPO MODELO

Grupo Modelo è azienda leader nella produzione, distribuzione e vendita di birra in Messico, con una penetrazione totale nel mercato (nazionale ed export) pari al 63%. Il Gruppo ha sette siti produttivi in Messico, con una capacità di produzione di birra di 60 milioni di ettolitri l'anno. La sua lista attualmente include oltre 12 marche, tra cui Corona, la birra messicana più venduta al mondo, la Modelo Especial, la Negra Modelo o la Pacifico, fra le tante. Questi brand sono presenti in oltre 150 Paesi.

Grupo Modelo promuove un programma di conservazione di aree naturali, educazione ambientale e sviluppo di comunità sostenibili in Messico. Inoltre, la compagnia si impegna a mantenere pratiche efficienti nell'uso di risorse naturali, ad ogni livello operativo.

EXPERIENCE THE EXTRAORDINARY

Con la sua nuova campagna, Corona farà vivere alle persone esperienze realmente straordinarie. Dormire in un hotel di spazzatura è, senza ombra di dubbio, una dura esperienza e necessita di una buona dose di adattabilità, tuttavia, sarà sicuramente un momento unico e indimenticabile, come solo Corona può

Per maggiori informazioni:

MN
Tel. 06-853763

Contatti

Media italiani:

Tatum Bartoli tatum.bartoli@mnitalia.com
+39 347 649 55 41

Corrispondenti esteri: Lena Cavadias

lena.cavadias@mnitalia.com +39 348 655 80 99

CORONA TI INVITA AD UN CONSUMO RESPONSABILE. ALC. 4,6% VOL

