

Jättiläismäinen instrumentti toivottaa kisavieraat tervetulleiksi Lontoon Olympiapuistoon COCA-COLA BEATBOX -PAVILJONKI YHDISTÄÄ KOKEELLISESTI MUSIIKIN JA ARKKITEHTUURIN

Coca-Colan Beatbox-paviljonki on avannut ovensa Lontoon Olympiapuistossa. Paviljonki koostuu yli 200 yhteenliitetystä, valo- ja ääniefektejä tuottavasta ilmatyynystä. Rakennuksen arkkitehtisuunnittelusta ovat vastanneet kaksi lupaavaa nuorta arkkitehtia: ruotsalainen Pernilla Ohrstedt ja brittiläinen Asif Khan. Nuorten suunnittelijoiden näkemyksessä yhdistyvät arkkitehtuuri, musiikki, urheilu ja nykyteknologia, joista muodostuu jännittävä aistielämys. Kristallinomaiseen rakennukseen odotetaan Olympiakisojen aikana 200 000 vierailijaa.



Viime viikolla paljastettu Lontoon Olympiapuistossa sijaitseva **Coca-Cola Beatbox** -paviljonki on valmis vastaanottamaan kisojen vieraat. Paviljonki on rakennettu Coca-Colan **Move to the Beat** -kampanjan henkeen ja sen ovat suunnitelleet nuoret arkkitehdit **Asif Khan** ja **Pernilla Ohrstedt**.

Valtavaa kristallia muistuttava Beatbox-paviljonki koostuu yli 200 yhteenliitetystä läpikuultavasta ilmatyynystä. Suurikokoisten tyynejen sisään on integroitu ennennäkemätöntä valo-, ääni- ja sensoritekniikkaa, joka aktivoituu paviljongin näköalatasanteelle matkaavien vierailijoiden eleistä ja liikkeistä. Rakennus toistaa urheilusuorituksiin liittyviä ääniä, kuten pulssia, kenkien vingahduksia ja nuolien osumista maalitauluun luoden uusia miksauksia Coca-Colan Olympiakisakappaleesta **Anywhere in the Worldistä**. Kappaleen ovat tehneet tuottaja **Mark Ronson** ja laulaja-lauluntekijä **Katy B**. Paviljongin katolla sijaitsevalta näköalatasanteelta aukeaa vaikuttava näkymä Olympiapuistoon.

Paviljongin sisällä vierailijat voivat ihastella brittiläisen **Jason Bruges Studio**n luomaa interaktiivista **Aerial Dynamics** -valoinstallaatiota. Teos kuvaa yhdessäoloa ja Coca-Cola-pullon avaamisesta vapautuvaa energiaa.

Coca-Cola on kisojen virallinen virvoittaja

Kisojen aikana Coca-Cola tarjoaa 14 000 urheilijan, 7 000 toimitsijan, 20 000 työntekijän ja vapaaehtoisen sekä yli 6 miljoonan Olympiapuistoon kerääntyvän kisavieraan janoon ennätysmäärän juomabrändejä. Coca-Cola -yhtiön juomavalikoima on kasvanut yhdestä juomasta yli 500 juomaan sitten vuoden 1948 Lontoon Olympiakisojen. Niinpä yhtiön Lontoon 2012 kisojen juoma- ja pakkauskokovalikoima on laajempi kuin missään aiemmissa Olympiakisoissa tai Paralympialaisissa.

Coca-Cola on sitoutunut Lontoon kisojen järjestelyistä vastaavan komitean (LOCOG) tavoitteeseen tehdä Lontoon 2012 Olympiakisoista aiempaa ympäristöystävällisimmät kisat. Kisojen tapahtumapaikoissa Coca-Cola -yhtiön juomat tarjotaan 100 % kierrätettävissä pakkauksissa ja kerätyt pullot kierrätetään uusiksi juomapakkauksiksi.

Lisätiedot:

Coca-Cola Suomi, viestintäpäällikkö Théa Natri, puh. 040 5289 777, tnatri@coca-cola.com
Medialle on varattu mahdollisuus ohjattuun esittelykierrokseen kisojen ajan päivittäin kello 9.00–9.30. Esittelykierroksen paikkavaraukset: Global Communications Team, Kate Hartman, kahartman@coca-cola.com.

Viestintä ja kuvamateriaali:

PR- ja viestintätoimisto Promode, Karri Harju, karri.harju@promode.fi, (09) 170 070

Coca-Cola on The Coca-Cola Companyn rekisteröimä tavaramerkki. The Coca-Cola Company on maailman suurin juomayhtiö, jonka yli 500 erilaista juomaa virkistävät kuluttajia ympäri maailman. Coca-Colan lisäksi yhtiön juomavalikoimaan kuuluu 12 muuta brändiä, joiden myynti on yli miljardi dollaria. Näitä ovat mm. Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, Glacéau Vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply ja Georgia. Kansainvälisesti The Coca-Cola Company on johtava yhtiö hiilihapollisten juomien, mehujen ja mehujuomien sekävalmiiden tee- ja kahvi juomien kategoriassa. Suomessa Coca-Cola-yhtiön juomien valmistuksesta, myynnistä ja jakelusta vastaa keravalainen Sinebrychoff ja brändeistä, kuluttajamarkkinoinnista ja -tutkimuksesta Sinebrychoffin tiloissa toimiva Coca-Cola Finland Oy.