

Avião Turn the Tide on Plastic “transporta” mensagem de sustentabilidade da Hi Fly a todo o mundo

30 de Maio, 2019

O Airbus A330 da Hi Fly, que protagoniza a campanha “Turn the Tide on Plastic”, continua a dar a volta ao mundo na sua missão de promoção dos valores de sustentabilidade da Fundação Mirpuri, responsável pela campanha, tendo com principal bandeira a luta contra os plásticos nos oceanos, desencadeando um movimento global contra a poluição do plástico, de forma a restaurar a saúde oceânica.

Orgulhosamente decorado, há cerca de 20 meses, em toda a fuselagem com a imagem “Turn the Tide on Plastic”, a aeronave já viajou pelos cinco continentes, fez mais de 600 voos e aterrou em mais de 60 destinos em todo o mundo.

Na Europa, o agora famoso avião de passageiros já visitou o Reino Unido, França, Bélgica, Portugal, Espanha, Alemanha, Itália, Bulgária e Turquia; enquanto em África – Tunísia, Marrocos, Nigéria, Ruanda, Madagáscar, Guiné, Congo, Senegal, Quênia e Maurícia – já receberam o Airbus A330 da Hi Fly, assim como alguns dos mais fantásticos destinos como a Ilha da Reunião, a República Dominicana, a Polinésia Francesa, Cuba e Jamaica.

No continente americano: EUA, Canadá, Brasil, Argentina, Panamá, Venezuela e Guiana também receberam a aeronave, enquanto na Ásia, os passageiros da Índia, China, Tailândia, Tajiquistão, Afeganistão e Rússia, podem ter visto o avião pintado que tem levado a mensagem de sustentabilidade aos quatro cantos do mundo. As nações do Médio Oriente – Jordânia, Arábia Saudita e Iraque – também foram visitadas, mas a região que recebeu mais viagens do avião foi a Australásia, onde este voo entre a Austrália e a Nova Zelândia.

O Airbus da Hi Fly foi decorado com a campanha “Turn the Tide on Plastic” após a Fundação Mirpuri, sua principal parceira em sustentabilidade, se tornar também a principal parceira de sustentabilidade da Volvo *Ocean Race* assim como parceira fundadora da Equipa Turn The Tide on Plastic, na edição 2017-18 da regata.

O Airbus A330-200 é pintado em ambos os lados, combinando com o barco da regata “Turn the Tide on Plastic” patrocinado pela Fundação Mirpuri – um lado em azul escuro, com o significado de ‘poluição’, e o outro em azul claro, uma imagem que representa os ‘mares limpos’.

A principal ideia desta iniciativa era a Hi Fly e a Fundação Mirpuri conseguiram ampliar a mensagem da campanha, aumentando a consciencialização global para a necessidade de libertar os oceanos do flagelo do lixo marinho e

da poluição do plástico. A equipa apoiou a campanha “Clean Seas” das Nações Unidas e destaca o facto extraordinário de que, a menos que sejam tomadas medidas, haverá mais plástico do que peixes no oceano até 2050.

Este avião é apenas uma das muitas iniciativas realizadas pela Hi Fly e pela Fundação Mirpuri para aumentar a consciencialização para as questões da sustentabilidade. A Hi Fly anunciou o seu plano de ser a primeira companhia aérea totalmente “livre do uso de plástico” até o final deste ano.

Além do A330, a empresa pintou o seu Airbus A380 com o tema de coral para destacar o estado crítico dos recifes de corais em todo o mundo. Desta forma, a Hi Fly pretende envolver e inspirar a indústria a tornar-se mais ambientalmente consciente, protegendo a saúde dos oceanos e do planeta como um todo.