





FRONTIERE PROGETTI **ESPERIENZE** ROUND TABLE **EVENTI** SOCIAL INNOVATION DOSSIER BLOG GRANT Il padiglione va a canestro Il padiglione della Coca Cola a Expo 2015 è all'insegna della sostenibilità. E alla fine si trasformerà in un campo da basket Coca Cola di Alberto Magnani 3 Dicembre, 2014 Coca Cola (Oca

strano? Nulla, se non fosse che si sta parlando di un edificio lungo 32 metri, largo 20 e alto quanto un condominio di quattro piani. Coca Cola sarà presente a Expo 2015 con un padiglione smontabile e riutilizzabile, doppio omaggio alla "filosofia sostenibile" del gigante del beverage e al filo conduttore dell'Esposizione Universale ("Nutrire il pianeta"). L'impianto, progettato dall'architetto Giampiero Peia e dall'agenzia Ps Live, si estenderà su una superficie di 1000 metri quadri e vede i suoi capisaldi in materiali "eco" come legno, vetro e acqua.

Coca Cola

L'intero progetto è stato calibrato secondo i «più restrittivi parametri di ecosostenibilità»: sistema di ventilazione naturale che cattura correnti fresche ed espelle il calore, superficie verde con consumi d'acqua ridottissimi e isolamento termico, sensori e illuminazioni a Led che garantiscono un (ulteriore) risparmio energetico. «Anche gli elementi di design sono pensati in funzione di risparmio energetico – sottolinea Kim Alexander, general manager di Coca Cola per Expo 2015 -. Il lato nord è quello meno illuminato e quindi le ampie vetrate sono qui per

questo, per consumare meno luce elettrica. Il lato sud è il più illuminato e durante l'estate fa caldo e per questo le vele mobili – che sono sì un elemento di design ed estetico, ma non solo – sono posizionate qui, con la loro funzione di ombra».

Il fiore all'occhiello resta la destinazione a fine evento. Il padiglione sarà smontato e ricostruito nella forma di uno spazio coperto per l'attività fisica e sportiva. Dalle pareti in legno e vetro marchiate "Coke" a un'area pubblica grande quanto un campo da basket e «trasportabile con appena cinque camion».

Secondo Alexander, la sostenibilità resta «un elemento imprescindibile nel modo di fare impresa» del gigante americano. Questione di brand? Anche, visti i ritorni garantiti a qualsiasi marchio da un'etichetta sostenibile che dice con chiarezza quanto, cosa e perché si consuma nel processo di produzione. Ma nel caso di Coca Cola, il disegno è più ampio: se il padiglione cerca di rappresentare «massima integrazione tra architettura e natura», l'intera strategia del colosso americano ha sposato un'impostazione green sempre più netta. Dai 100 milioni investiti nella salvaguardia ambientale con l'acquisto di 250mila impianti privi di hfc ai finanziamenti per l'energia verde nei campi agricoli che forniranno la materia prima per i succhi di frutta targati Coca Cola.

Qualche esempio? Alexander indica i cinque macrofiloni seguiti dalla società: protezione ambientale ed efficienza energetica, agricoltura sostenibile, progetti per l'aumento della produzione di frutta (come "Nurture", per un incremento globale entro il 2020), packaging a impatto ridotto e, naturalmente, gestione responsabile dell'acqua. I traguardi sono ambiziosi, come testimoniano i target indicati dalla società: riduzione delle emissioni di CO2 del 25% entro il 2020 e del 5% prima del 2015, recupero del 75% delle bottiglie immesse sul mercato, aumento dell'efficienza nell'uso dell'acqua del 25%. Il dubbio è scontato: Coca Cola ha reso "riciclabile" un Padiglione che sorgerà per sei mesi all'Expo. Sarà possibile fare lo stesso con un obiettivo più comune, bottiglie e packaging? Secondo Alexander, sì: «Vorremmo che il nostro packaging non fosse considerato uno scarto, bensì una risorsa preziosa in vista di un suo futuro riutilizzo. Ciò implica l'introduzione di imballaggi che uniscano design, forma e funzione e ricorrano ai materiali oggi ecologicamente più sostenibili».



Alberto Magnani

Laurea in filosofia, giornalista, scrive sul Sole 24 Ore di università, economia per le nuove generazioni ed esteri