



FOR A BETTER WORLD

Insulation Matters
Edizione 2020

challenge.
create.
care.

KNAUFINSULATION

INDICE

04 PRIMA LE COSE IMPORTANTI

In tutto il mondo nel 2020 ci siamo impegnati a sostenere le nostre comunità e supportare i nostri clienti

08 FOR A BETTER WORLD

Festeggiamo il lancio della nostra nuova strategia di sostenibilità e fissiamo obiettivi ambiziosi per il 2025

12 EROI DELLA SOSTENIBILITÀ

L'impegno dei nostri colleghi in tutto il mondo per la sostenibilità

14 I NOSTRI RISULTATI DEL 2019

Continuiamo a ridurre il nostro impatto ambientale per metro cubo di prodotto a fronte di un incremento della produzione

16 SICURI COME A CASA

La pandemia ha tirato fuori il meglio di noi per garantire la sicurezza dei nostri colleghi in tutto il mondo

20 LEZIONI DA UNA CRISI

La nostra strategia di sostenibilità ci spinge ad affinare ulteriormente le nostre capacità di leadership. Il 2020 ci ha insegnato molto

22 OBIETTIVO EMISSIONI ZERO

Abbiamo ridotto le nostre emissioni di CO₂ del 23% in un decennio con l'ambizione di azzerarle

Un altro successo di ristrutturazione, questa volta in Germania, vedi pagina 34



26 FARE DI PIÙ CON MENO

I nuovi progetti in programma per raggiungere l'obiettivo di zero rifiuti smaltiti in discarica entro il 2025

30 RENOVATION WAVE

Il nostro contributo per raddoppiare i tassi di ristrutturazione annuali in Europa

32 STELLA DEL NORD

Le nostre ristrutturazioni nel nord del Regno Unito hanno modificato gli stili di vita e prodotto risultati concreti

36 SEMPRE PIÙ AMBIZIOSI

L'Europa chiede più tetti verdi e spazi verdi nelle aree urbane. Siamo pronti a contribuire

38 FOCUS FUTURO

Il nostro impegno per l'innovazione continua a ispirarci nonostante le difficoltà del 2020

44 NUOVO IMPIANTO IN MALESIA

Johor Bahru apre nel 2021. Oltre a grandi soluzioni, esportiamo anche i nostri valori

46 NOTIZIE DAL MONDO

Il nostro personale, i nostri prodotti e i nostri successi dalla nostra rete globale

2020, I NOSTRI VALORI AL CENTRO DELLA SCENA

Questo rapporto celebra la forza delle nostre persone e della nostra cultura di **challenge.create.care.**

Il COVID-19 continua a porci sfide difficili, ma sono orgoglioso di dire che la nostra azienda è diventata più forte. Fin dall'inizio della crisi ci siamo concentrati sulle cose veramente importanti: prenderci cura di noi stessi, dei colleghi, delle comunità in cui operiamo e dei nostri clienti (pagina 4).

Abbiamo garantito la sicurezza di tutti come se fossimo rimasti a casa (vedi pagina 16). Abbiamo continuato a soddisfare le esigenze dei nostri clienti (pagina 6) e abbiamo preso decisioni difficili affinché l'azienda uscisse da questa crisi il più forte possibile (pagina 20).

E ci siamo riusciti perché ci siamo fatti guidare dai nostri valori di riferimento: **challenge.create.care.**

Grazie.

Nell'ottobre 2020 abbiamo anche lanciato la nostra nuova strategia di sostenibilità For A Better World. Sotto molti aspetti, la tempistica non potrebbe essere più adeguata.

Fin dall'inizio della crisi ci siamo concentrati sulle cose veramente importanti: prenderci cura di noi stessi, dei colleghi, della comunità e dei nostri clienti.

Il COVID-19 ci ha ricordato la fragilità del mondo, ma è anche uno stimolo a fare meglio. Per tornare migliori.

Knauf Insulation ha sempre considerato la sostenibilità un fattore indispensabile per una crescita di lungo termine. Siamo orgogliosi di quanto abbiamo fatto ma siamo anche determinati a migliorarci ulteriormente.

Grazie ai valori e ai successi dell'ultimo decennio, la nostra nuova visione delinea un percorso chiaro per il futuro in cui



bisognerà mettere le persone al primo posto, raggiungere l'obiettivo di zero emissioni, realizzare un'economia circolare e costruire edifici più efficienti. Potete leggere i nostri nuovi impegni a pagina 12, ma l'aspetto veramente importante di questa strategia è che ci siamo posti obiettivi concreti già per il 2025.

Obiettivi come la diminuzione del 55% del tasso di incidenti, zero rifiuti conferiti in discarica e la riduzione del 15% dell'embodied carbon dei nostri prodotti, sono traguardi concreti che guideranno e responsabilizzeranno tutti a lavorare per non lasciare i problemi alla prossima generazione. Sono sicuro che

farete del vostro meglio per un mondo migliore. E non vedo l'ora di riportare i nostri progressi nel prossimo report.

Spero che questa edizione del rapporto vi piaccia. Abbiamo voluto celebrare ciò che rende la nostra azienda unica: voi.

Jean-Claude Carlin
Member of the Knauf Group
Management Committee
Insulation Europe/Middle East/Asia

challenge.

create.

care.



KNAUF INSULATION
AS SAFE AS HOME

OCCUPARSI DI CIÒ CHE È IMPORTANTE... L'UNO PER L'ALTRO

La crisi da COVID-19 ha tirato fuori il meglio di noi e ha messo in evidenza la forza della nostra comunità. Ecco solo alcuni esempi dai nostri siti.

24 ore di corsa a staffetta per il solstizio d'estate

75 colleghi di Knauf Insulation in tre continenti e 12 paesi hanno partecipato alla prima "Staffetta 24h del Solstizio d'Estate", iniziata il 20 giugno e terminata il giorno successivo. Con turni di 30 minuti e per 24 ore, almeno una persona correva da qualche parte nel mondo, in Australia, in Europa o negli Stati Uniti. Complessivamente la squadra ha corso circa 550 km.

L'evento è stato organizzato da Stephen Wise e Asif Dar del Regno Unito.



AIUTI

Knauf Insulation ha fatto donazioni regolari di indumenti e attrezzature protettive all'Ospedale Universitario di Liegi in Belgio, tra cui 3.000 copriscarpe, centinaia di camici in Tyvek e occhiali protettivi.



MINERAL PLUS INSTALLATO IN DUE OSPEDALI TURCHI

Circa 500.000 m² di pannelli per pareti divisorie della serie Mineral Plus IPB sono stati installati in due ospedali di emergenza in Turchia.

I due ospedali con una capacità totale di mille posti letto sono stati costruiti in cinque settimane per rispondere alla crisi da COVID-19.

Un ospedale è stato costruito sul sito del vecchio aeroporto di Ataturk, l'altro sul lato asiatico della città.

Entrambi sono stati finanziati dal governo e il lavoro è stato appaltato alla Rönesans Holding.

PASTI GRATIS PER LA PRIMA LINEA

Un totale di 1.822 pasti sono stati acquistati da aziende locali e donati agli operatori sanitari di prima linea e ai primi soccorritori, come la polizia e i vigili del fuoco, dai nostri colleghi in tutti gli **Stati Uniti** per un periodo di quattro settimane. I pasti sono stati forniti a 20 strutture in tutti e cinque gli stabilimenti locali negli Stati Uniti. Inoltre, sono stati forniti 1.250 pasti gratuiti a tutti i colleghi dello stabilimento.

L'AIUTO BELGA

Nel nostro stabilimento di **Visé** in Belgio sono stati distribuiti pasti giornalieri ai colleghi e alle loro famiglie. Per tutti i lavoratori che sono tornati nei nostri uffici di Visé dopo due mesi di confinamento, sono state preparate dei kit di "Bentornato" con linee guida, mascherine, disinfettanti e anche cioccolatini.

FOCUS RITORNO SICURO

Il nostro ufficio statunitense ha lavorato molto per assicurarsi che tutti fossero al sicuro e ben informati al momento del loro ritorno al lavoro. Sono stati creati una segnaletica e un manuale per evidenziare l'importanza della sicurezza e la task force 'Ritorno in ufficio' ha fornito un supporto continuo e ha organizzato corsi di formazione specifici per tutti.

Durante i primi mesi della pandemia, sono stati distribuiti kit di maschere protettive ed uno speciale libro di ricette per le famiglie in quarantena.

Gli eventi online comprendevano happy hour virtuali, wellness challenges, condivisione di liste di canzoni ed eventi virtuali di team-building. I nostri colleghi statunitensi hanno anche sostenuto le loro comunità cucendo mascherine e facendo donazioni del sangue.

VOLONTARI UK

Molti dei nostri colleghi nel **Regno Unito** si sono offerti volontari per aiutare il Servizio Sanitario Nazionale.

Bradley Hirst, Technical Advisor, ha lavorato all'assemblaggio di visiere DPI, **Andy Evans**, Senior Graphic Designer, ha contribuito distribuendo prescrizioni mediche. Nel frattempo, **Jo Callow**, Head of Communications, ha intrattenuto i colleghi con quiz virtuali per tenere alto il morale.

MASCHERINE COMODE

La passione per la stampa 3D ha ispirato un collega negli **Stati Uniti** a creare una soluzione innovativa di maschere per i lavoratori in prima linea. **Jason Bates**, Product Analyst di Shelbyville, ha trovato una soluzione originale per eliminare il fastidio sulle orecchie delle mascherine. Grazie alle sue competenze di stampa 3D, ha creato una fibbia per il collo che tiene la maschera comodamente in posizione e in modo sicuro.

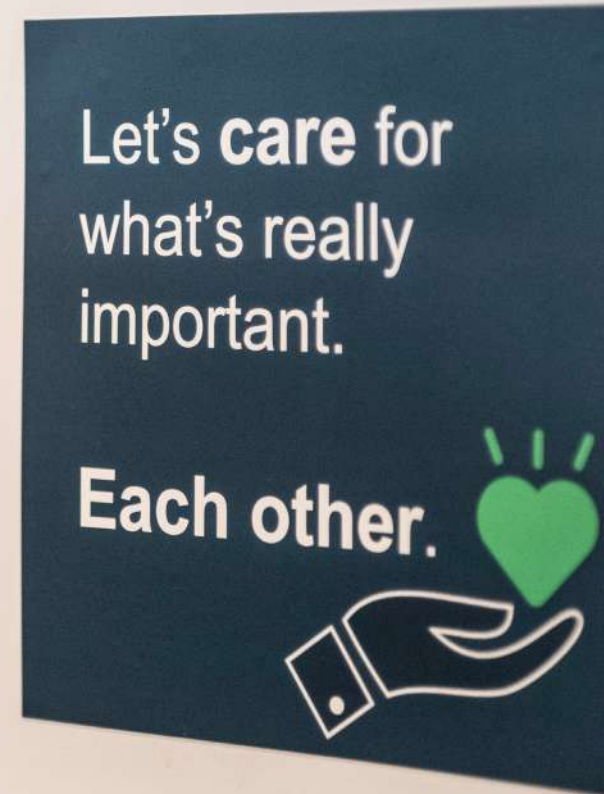
Più di 300 fibbie sono state inviate ai lavoratori in prima linea.

LAPTOP PER TUTTI

Durante la quarantena, i colleghi **sloveni** hanno donato dei computer portatili ai bambini che dovevano seguire le lezioni online a casa. È stata creata una speciale "Borsa dei computer portatili" per consentire ai dipendenti di donare i loro computer privati ai genitori che ne avevano bisogno per i compiti scolastici dei loro figli.

ASSISTENZA AI CLIENTI

Al culmine della pandemia le nostre interazioni sono state definite dalla distanza sociale, dalle video chiamate, dalle mascherine e dai webinar, ma alla fine la crisi ci ha avvicinato più che mai ai nostri clienti.



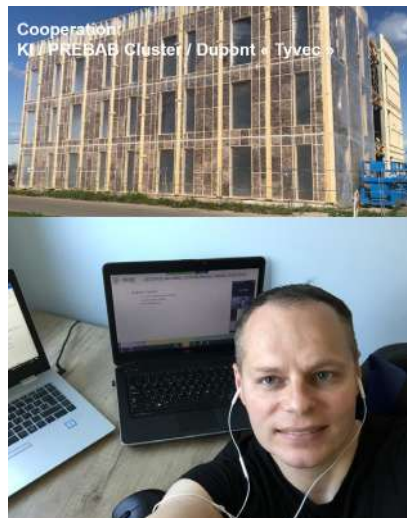
Condivisione delle esperienze

Per la nostra guida alla sicurezza "As Safe As Home" ci siamo concentrati sul distanziamento, sulla aerazione degli ambienti, sulla pulizia delle superfici e sull'igiene personale (DASH). Abbiamo sostenuto la Confederazione degli Installatori e dei Piccoli Imprenditori in Francia mettendo questa guida a disposizione di tutti i 350.000 membri.



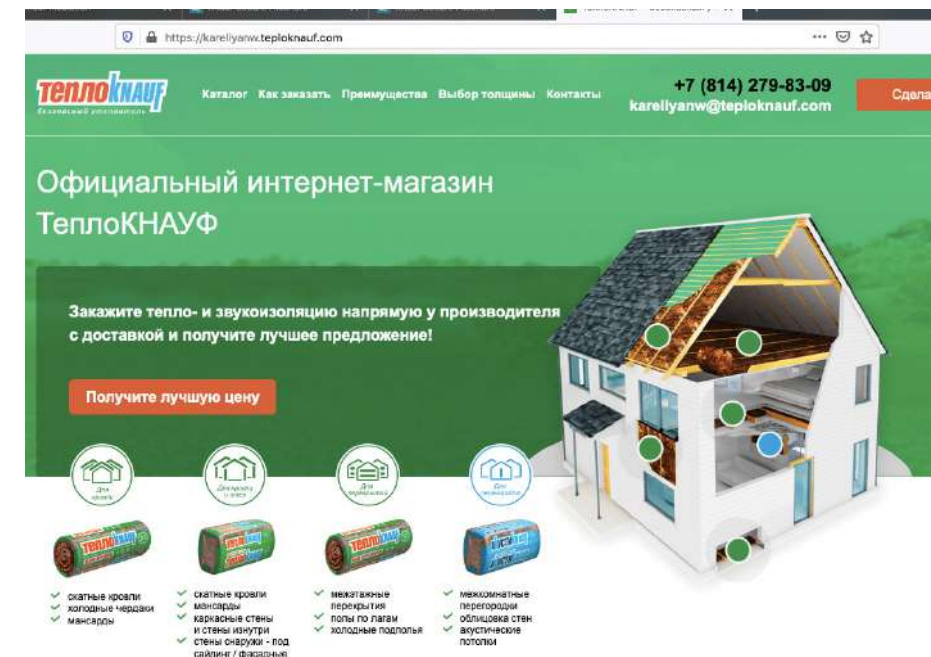
Massimizzare le nostre risorse

Quando gli incontri fisici sono stati sostituiti da quelli online, abbiamo utilizzato risorse digitali per supportare i clienti. Ad esempio, in **Austria**, in **Svizzera** e **Lituania**, tra gli altri paesi, abbiamo tenuto webinar per i posatori di sistemi a secco, per i clienti e per gli architetti. Utilizzando i canali social, Knauf Insulation France ha ricordato ai clienti le eccezionali caratteristiche di ECOSE Technology per la qualità dell'aria interna e i nostri colleghi dell'**Asia-Pacifico** hanno lanciato una campagna digitale per promuovere le vendite DIY.



Fornitura di mascherine

All'inizio della pandemia, quando le mascherine scarseggiavano per molti clienti, abbiamo dato una mano dove potevamo. In **Lituania**, ad esempio, abbiamo consegnato centinaia di mascherine ai membri del nostro programma per installatori Captain K, mentre la System Division di Škofja Loka in **Slovenia** ha inviato pacchi di mascherine ai membri del nostro Premium Club Installatori.



Successo online in Russia e Slovacchia

Con i negozi chiusi in molti paesi per effetto della crisi sanitaria, era fondamentale che i clienti potessero ancora accedere ai nostri prodotti online. Abbiamo quindi rivitalizzato i nostri canali esistenti e ne abbiamo creato di nuovi. In **Russia e nella CSI**, ad esempio, abbiamo lanciato un nuovo negozio online che ha attirato 14.000 visitatori nelle prime due settimane. La risposta è stata incredibile con un cliente che ha ordinato 190 confezioni di TeploKNAUF NORD premium per isolare tutta la sua casa. In **Slovacchia** abbiamo lanciato un nuovo canale e-commerce per raggiungere i proprietari di case unifamiliari offrendo ai clienti alcune delle nostre applicazioni più importanti, tra cui l'isolamento per pareti esterne in lana minerale di roccia (ETICS) e per tetti a falde in lana minerale di vetro, mentre presso la nostra Divisione Sistemi in **Slovenia** abbiamo effettuato un sondaggio per capire le sfide dei clienti e individuare nuovi modi per supportarli.



Formazione digitale in Italia

Parlare con i clienti è sempre stato il modo migliore per fornire un supporto esperto e specializzato. I nostri colleghi in **Italia**, ad esempio, offrono ai clienti - in particolare architetti, ingegneri e designer - un'ampia gamma di webinar digitali su temi come la sostenibilità, gli edifici verdi, la sicurezza antincendio, l'acustica e l'isolamento igrotermico. Il 2020 avrà anche cambiato le nostre abitudini, ma la centralità del cliente è rimasto il fulcro di tutto ciò che facciamo.

E nei giorni precedenti COVID-19

Quando il distanziamento sociale era un illustre sconosciuto e le mascherine solo un gadget per Halloween, più di 4.000 panini gratuiti sono stati distribuiti ai costruttori e al personale delle filiali in tutto il **Regno Unito** in occasione del decimo anniversario di ECOSE Technology®. Il roadshow "Feel Good Factor" ha visitato 36 siti di commercianti e distributori di materiali edili, distribuendo panini, bevande calde e, naturalmente, campioni di prodotti con ECOSE Technology®.



Academy si adatta a supportare i clienti

Con l'avvento di COVID-19 e le disposizioni di lockdown, la nostra Knauf Academy negli **Stati Uniti** è stata in grado di adeguarsi alla situazione praticamente da un giorno all'altro. Il team che di solito incontra i clienti in spazi che consentono di realizzare applicazioni pratiche ha creato decine di video divertenti, webinar e presentazioni per coinvolgere i nostri clienti e il team di vendita con contenuti arricchenti. Come molte altre storie del gruppo Knauf in tutto il mondo, anche questa esperienza è una dimostrazione della capacità di innovazione e della rapidità d'azione di Knauf Insulation.

Sfide di frontiera

Continuare a fornire i clienti con le frontiere chiuse ha ispirato innovazioni semplici, ma efficaci. Ad esempio, per evitare la quarantena di 14 giorni ai trasportatori dalla Grecia alla Turchia, le nostre aziende dell'Europa orientale hanno sviluppato un sistema di cambio di autista al confine.



LA NOSTRA NUOVA VISIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

Abbiamo presentato la nostra nuova strategia di sostenibilità - ispirata da impegni a lungo termine e definita da obiettivi chiari per il 2025.

Il desiderio di proporre una nuova visione positiva, per superare le difficoltà del 2020, ha ispirato la nuova strategia di sostenibilità a lungo termine per Knauf Insulation, For A Better World.

La strategia rivela le nostre ambizioni future e si concentra su quattro obiettivi chiave di sostenibilità: mettere le persone al primo posto, zero emissioni di carbonio, realizzare un'economia circolare e costruire edifici migliori.

Abbiamo preso una serie di impegni a lungo termine per mostrare come ogni obiettivo sarà raggiunto e - soprattutto - abbiamo anche fissato obiettivi concreti a breve termine per il 2025 da centrare fin da subito.

Fissare obiettivi a lungo termine è importante per motivare ed ispirare, ma è al tempo stesso necessario assumersi responsabilità di breve periodo per evitare di lasciare il problema interamente alle prossime generazioni.

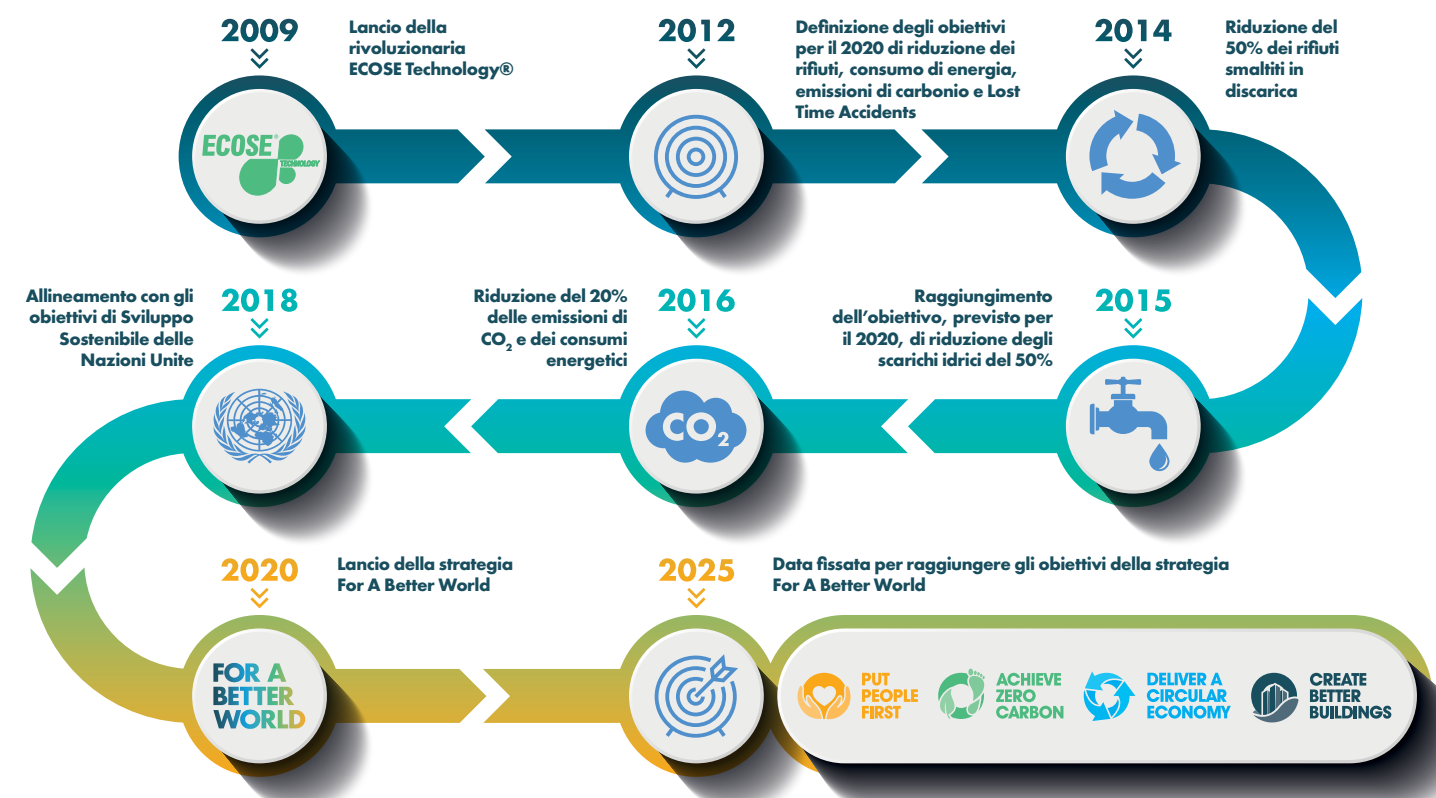
La nostra azienda è plasmata dal concetto di sostenibilità. I nostri prodotti contribuiscono al risparmio energetico, alla riduzione delle emissioni e sono progettati per garantire che gli edifici siano rispettosi dell'ambiente e sicuri e confortevoli per chi li utilizza.

Cosa c'è in un nome?

Abbiamo chiamato la nostra nuova strategia di sostenibilità "For A Better World" perché si basa sul successo della nostra visione: "Guidiamo il cambiamento verso soluzioni di isolamento più intelligenti in grado di contribuire a un mondo migliore".

Soluzioni come l'innovativa ECOSE Technology®, il nostro rivoluzionario legante senza formaldeide aggiunta, e la soluzione per tetti verdi Urbanscape® hanno entrambi trasformato i rispettivi mercati in virtù delle loro credenziali ecologiche.

Vogliamo aiutare i nostri clienti, supportandoli nelle loro scelte in un contesto generale molto variabile, caratterizzato da requisiti di bio-edilizia sempre più rigorosi e da una regolamentazione ambientale sempre più stringente. Abbiamo l'esperienza e la competenza per aiutare i nostri clienti a vincere le sfide della sostenibilità.



IL NOSTRO VIAGGIO NELLA SOSTENIBILITÀ

Un percorso di successo mirato alla sostenibilità è il risultato di un processo di miglioramento continuo. Fin dall'inizio, abbiamo lavorato sodo per ridurre il nostro impatto ambientale, registrando risultati significativi (vedi sotto). La nostra nuova strategia di sostenibilità si basa sui risultati ottenuti nell'ultimo decennio.

I RISULTATI 2010 - 2020



REALIZZARE LA NOSTRA VISIONE

Non basta fissare obiettivi a lungo termine. È essenziale mostrare come saranno raggiunti. E quando. Ecco i nostri obiettivi, impegni e traguardi.



Le persone sono la nostra azienda: la Family Day a Tyumen, Russia

OBIETTIVO 1 LE PERSONE AL PRIMO POSTO

Facciamo crescere le nostre comunità e le nostre persone. In modo sicuro.

- Ci impegniamo a garantire ambienti senza rischi e a costruire una cultura della salute, della sicurezza e del benessere.
- Vogliamo i dipendenti più coinvolti e i leader più motivati e attenti del settore.
- Puntiamo sulla diversità che ha fatto il successo della nostra azienda.
- Saremo una forza positiva nelle comunità in cui lavoriamo.

OBIETTIVO 2 ZERO EMISSIONI DI CARBONIO

Ridurre al minimo l'impatto dei nostri prodotti e dei nostri impianti.

- Avremo prodotti e soluzioni a zero emissioni di carbonio.
- Ci impegniamo a ridurre l'impronta ambientale dell'intera organizzazione al di là dell'embodied carbon.

OBIETTIVO 3 ALIMENTARE UN'ECONOMIA CIRCOLARE

Fare di più con meno.

- Troveremo il modo di utilizzare le risorse che hanno un impatto ambientale minimo.
- Azzereremo lo smaltimento di rifiuti in discarica.
- Ridurremo l'impatto ambientale dei nostri imballaggi.

OBIETTIVO 4 COSTRUIRE EDIFICI MIGLIORI

Adeguare gli edifici al futuro.

- Continueremo a innovare e a creare nuove soluzioni ecocompatibili.
- Continueremo a promuovere edifici efficienti, sicuri e sostenibili, adatti al futuro, anche per il nostro.

Perché essere sostenibili?

- **Persone:** ora più che mai, ci rendiamo conto dell'importanza di mantenere le persone in salute e in sicurezza. Vogliamo essere un'azienda dove tutti possono crescere ed esprimere il meglio di sé indipendentemente dalle differenze, un'azienda che aiuta i nostri clienti a realizzare i loro obiettivi di sostenibilità e che è fondata sulla comunità. Quando abbiamo a cuore i nostri colleghi, i clienti e le comunità, il successo è per tutti.
- **Pianeta:** le risorse mondiali sono limitate, produciamo più rifiuti che mai e c'è un'urgente necessità di decarbonizzare le nostre economie. Possiamo tutti fare di più con meno e trovare nuovi modi per ridurre il nostro impatto ambientale.
- **Profitto:** vendere più materiali isolanti per rendere gli edifici efficienti dal punto di vista energetico e ridurre il loro impatto ambientale aiuta tutti a stare meglio. Risparmiare energia per risparmiare denaro. Ridurre gli sprechi per ridurre i costi di smaltimento. Ridurre il carbonio, per diminuire il prezzo che paghiamo per le emissioni. È essenziale che la ripresa economica post-pandemica sia guidata dalla decarbonizzazione e dalla riduzione del nostro impatto ambientale. Ricostruire meglio è un nostro dovere.



PUT PEOPLE FIRST

Ridurre il nostro tasso di incidenti del

55%



100%
dei nostri colleghi diventerà una comunità globale di volontari



ACHIEVE ZERO CARBON

Ridurre la CO₂ di prodotto del

15%



Ridurre l'impronta di carbonio dei nostri uffici e dei viaggi di lavoro del

25%



DELIVER A CIRCULAR ECONOMY

Ridurre gli imballaggi in plastica vergine di più del

25%

Smaltire **zero** rifiuti in discarica



CREATE BETTER BUILDINGS

1 grande team globale

Orientato ad innovare e a creare nuove soluzioni ecocompatibili

100%

dei nostri edifici a prova di futuro

I PUNTI SALIENTI DEI NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2025

Abbiamo fissato degli obiettivi di sostenibilità per il 2025. In questo anno storico, abbiamo tenuto la rotta e ci siamo presi la responsabilità del raggiungimento degli obiettivi, piuttosto che lasciarli alla prossima generazione. Per ulteriori dettagli, visitate il sito www.knaufinsulation.it/sostenibilita/for-a-better-world

“ Un importante obiettivo per il 2025 è quello di mettere a disposizione dei nostri colleghi una formazione di base sulla diversità e l'inclusione (D&I). La gestione della diversità richiede un'attenzione particolare e l'attuazione di strategie consapevoli e deliberate per ottenere dei risultati concreti. Ci siamo impegnati a lavorare con un gruppo di colleghi di tutta l'azienda per progettare insieme un Programma D&I basato su esperienze individuali e collettive. Il nostro obiettivo è incoraggiare tutti a liberarsi dalle proprie convinzioni, imparando a guardare da un'altra prospettiva per favorire una maggiore inclusione e identificare i punti su cui concentrarci per migliorare.

Siân Hughes, Group HR & Corporate Affairs Director



IL NOSTRO IMPEGNO PER GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'ONU



La nostra strategia di sostenibilità è in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) adottati dalle Nazioni Unite. Questi obiettivi stabiliscono traguardi specifici per il 2030 e sono descritti dall'ONU come il "miglior piano del mondo per costruire un mondo migliore per le persone e il nostro pianeta entro il 2030". Knauf Insulation è anche firmataria del Global Compact delle Nazioni Unite, che è un impegno pubblico ad operare in linea con gli SDG delle Nazioni Unite, a garantire che la sostenibilità sia il nostro DNA e a riferire ogni anno all'ONU sui progressi dell'azienda.



Uno sguardo al futuro delle nuove sfide sostenibili: il nostro team di Knauf Insulation



I colleghi di tutto il mondo si sono riuniti online e di persona, dove possibile, per contribuire al lancio della nuova strategia di sostenibilità For A Better World. In linea con i nostri valori di **challenge.create.care**. L'atmosfera era di ottimismo, piena di energia e molto impegnata.



Vincent Briard e Siân Hughes, alla guida di un workshop, riempiono un muro di entusiasmanti idee sulla sostenibilità



Il nostro team polacco di Climowool insieme per un mondo migliore



Un nuovo guardaroba per i nostri colleghi



Pronti a cambiare il mondo: membri del team dell'Europa occidentale presso la nostra sede di Illange in Francia



Fisicamente distanti ma uniti nella nostra missione di sostenibilità: i colleghi della nostra sede centrale di Visé in Belgio

“Sostenibilità, come molte cose della vita, non è una destinazione. È un impegno continuo a lasciare il mondo meglio di come l'abbiamo trovato. Abbiamo bisogno di piani, obiettivi e metriche per aiutare a concentrare i nostri sforzi collettivi, ma alla fine abbiamo bisogno dell'impegno di ognuno per migliorare ogni giorno. Questo approccio mentale ci aiuta a essere soddisfatti del nostro lavoro e di attingere al nostro valore fondamentale di umanità.

“Sono orgoglioso di lavorare per un'azienda che si impegna per una visione di lungo termine. Pensare agli obiettivi che vorremmo raggiungere in 30 anni da oggi richiede leadership e coraggio. I leader che ci provano faranno forse sacrifici a breve termine ma stanno gettando le basi per il successo futuro dell'organizzazione. Fortunatamente, in Knauf Insulation, abbiamo generazioni di successo a cui ispirarci.

Brett Welch, Director of Sustainability and Academy, North America



CELEBRIAMO

La nostra produzione è aumentata notevolmente dal 2010, ma noi continuiamo a ridurre significativamente il nostro impatto ambientale per metro cubo di prodotto.

Anche se la nostra produzione è aumentata a livelli record nell'ultimo decennio, abbiamo continuato a registrare dei grandi successi in termini di riduzione del nostro impatto ambientale per metro cubo di prodotto. Prendendo come riferimento il 2010, abbiamo ridotto il consumo di energia del 22,7%, le emissioni di CO₂ legate all'energia del 23,2% e i rifiuti smaltiti in discarica del 67,3%. Nello stesso periodo il nostro consumo d'acqua è stato ridotto del 39,8% e gli scarichi idrici sono diminuiti dell'80,7%. Ancora più importante, il Lost Time Accident (LTA) è diminuito del 56,5%. Obiettivi chiave per il 2020, come la riduzione delle emissioni e del consumo

Grazie al continuo miglioramento abbiamo ottenuto riduzioni significative. Il successo della sostenibilità va di pari passo con il successo della produzione.

Philippe Coune, Group HSE Lead EMEA



di energia del 20%, e la riduzione del tasso di incidenti del 50%, sono stati tutti raggiunti con almeno tre anni di anticipo rispetto alla scadenza. Nel 2019 le nostre emissioni di SOx sono aumentate del 4,6% rispetto al 2010. Ciò è dovuto ai maggiori volumi di materiale riciclato che abbiamo utilizzato man mano che la produzione è aumentata. L'SOx viene emesso dalla lavorazione di materiale riciclato come la lana minerale di roccia

bricchettata o il vetro riciclato. È improbabile che riusciremo a raggiungere l'obiettivo di zero rifiuti da smaltire in discarica che ci siamo prefissati nel 2010. Tuttavia, stiamo migliorando continuamente, sperimentando una nuova e promettente gamma di iniziative di riciclaggio per tutte le nostre soluzioni (pagina 26) e aiutando i nostri clienti a vincere le loro sfide in materia di smaltimento dei rifiuti.

SICUREZZA

Gli incidenti sul lavoro sono stati ridotti del 56,5% rispetto al 2010. E gli incidenti nel 2019 sono diminuiti del 4,5% rispetto al 2018.

Abbiamo raggiunto il nostro obiettivo del 2020 di ridurre del 50% i Lost Time Accidents (LTA), rispetto ai valori del 2010, con tre anni di anticipo nel 2017.

Un esempio: nel giugno 2020 abbiamo ottenuto cento giorni senza incidenti in tutta l'azienda. Questo è il risultato di iniziative che sono state sviluppate per migliorare il nostro approccio alla sicurezza sul lavoro, l'aumento dei dialoghi sulla sicurezza, il quadro di riferimento dei comportamentali Salute, Sicurezza e Ambiente, i tour di analisi dei rischi, le chiamate mensili LTA, gli audit di sicurezza, gli audit ISO, le Root Cause Analysis e molte altre.

IL SUCCESSO

Prendendo come riferimento il 2010, il consumo energetico e le emissioni di CO₂ sono diminuite del 23% nel 2019

ENERGIA E RELATIVE EMISSIONI

Consumo di energia ridotto del 22,7% e relative emissioni del 23,2% dal 2010. Riduzione del consumo energetico dell'1,4% e delle relative emissioni dell'1,5% nel 2019 rispetto a 2018.

Abbiamo ottenuto un successo significativo in termini di efficienza energetica e di emissioni. La prossima fase richiederà nuove tecnologie e cambiamenti di processo. **Un esempio:** I nostri siti di **St Helens** e **Cwmbran** nel **Regno Unito** hanno risparmiato 5.000 tonnellate di carbonio all'anno a seguito di un programma di miglioramento energetico con il partner Siemens.

UTILIZZO ACQUA

L'utilizzo di acqua è diminuito del 39,8% e gli scarichi idrici dell'80,7% dal 2010. Il consumo d'acqua è diminuito del 15,3% e gli scarichi idrici del 5,3% nel 2019 rispetto al 2018.

La diminuzione del consumo idrico, registrata nel corso dell'ultimo anno, è il risultato del riutilizzo di una maggiore quantità di acqua in process a ciclo chiuso. Con gli scarichi idrici, abbiamo raggiunto il nostro obiettivo di riduzione del 50% nel 2012, con otto anni di anticipo rispetto alla scadenza. **Un esempio:** Il nostro nuovo stabilimento in Malesia avrà un sistema per utilizzare l'acqua piovana tropicale.

RIFIUTI

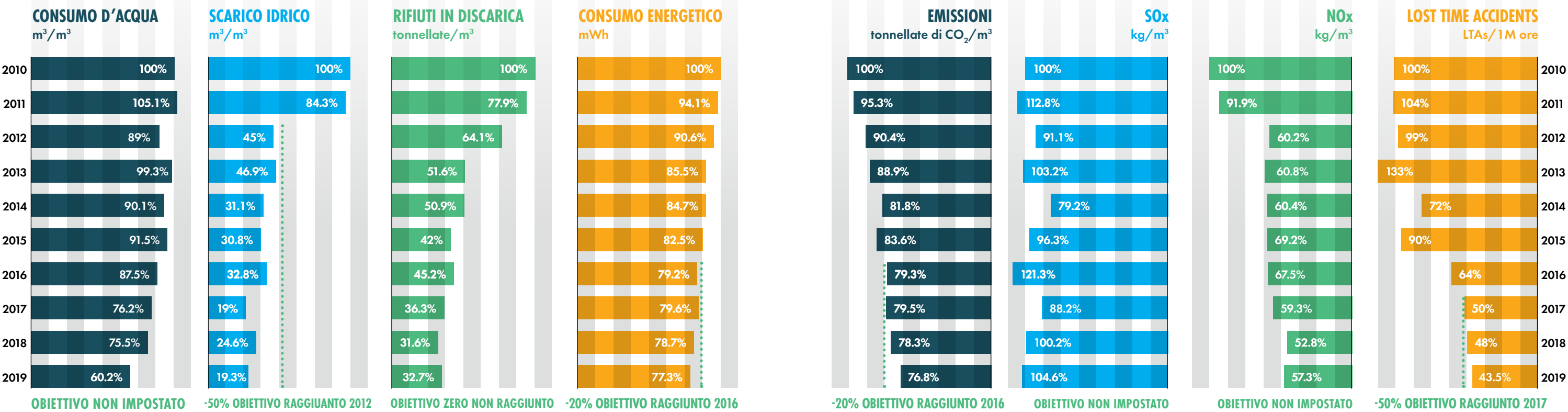
I rifiuti conferiti in discarica sono stati ridotti del 67,3% dal 2010. Tuttavia, i rifiuti sono aumentati dell'1,1% nel 2019 rispetto a 2018.

Stiamo lavorando per fare un salto di qualità in termini di smaltimento dei rifiuti sviluppando nuovi progetti di riciclaggio. **Un esempio:** oltre ai progetti interni abbiamo aiutato anche i nostri clienti nelle operazioni di smaltimento dei rifiuti. In Germania, ad esempio, abbiamo lanciato un programma di ritiro e riciclaggio degli scarti di lana minerale dai cantieri edili. Per la lana minerale di roccia, gli scarti ritirati sono trasformati in "mattoni di riciclaggio" che possono essere riutilizzati nella nostra produzione, mentre gli scarti di lana minerale di vetro vengono trasformati in pannelli per controsoffitto.

SOx e NOx

Rispetto al 2010, l'SOx è in aumento del 4,6% e il NOx è in diminuzione del 42,7%. Prendendo in riferimento solamente l'ultimo anno, nel 2019 l'SOx è aumentato del 4,4% e il NOx del 4,5% rispetto al 2018.

L'SOx viene prodotto dalla trasformazione degli scarti di lavorazione della lana minerale di roccia in "mattoni di riciclaggio" riutilizzati come materie prime e dal riciclaggio dei residui di acciaio dell'industria siderurgica e dalla lavorazione del rottame di vetro riciclato per produrre la lana minerale di vetro. L'impegno è di raggiungere l'obiettivo di zero rifiuti ma allo stesso tempo ridurre l'emissione di SOx, grazie a miglioramenti nel processo di raccolta delle materie prime riciclate e nell'efficienza della nostra tecnologia. **Un esempio:** Le emissioni di NOx e SOx sono ben al di sotto dei livelli di regolazione richiesti.



OBBIETTIVO NON IMPOSTATO -50% OBBIETTIVO RAGGIUNTO 2012 OBBIETTIVO ZERO NON RAGGIUNTO -20% OBBIETTIVO RAGGIUNTO 2016

-20% OBBIETTIVO RAGGIUNTO 2016 OBBIETTIVO NON IMPOSTATO OBBIETTIVO NON IMPOSTATO -50% OBBIETTIVO RAGGIUNTO 2017

Il presente rapporto si riferisce a Knauf Insulation, parte del Gruppo Knauf, e utilizza i dati del 2019 e le attività del 2019 e del 2020. Per motivi di precisione possiamo modificare i dati precedenti.

SICUREZZA NELLA CRISI GLOBALE

Jean-Claude Carlin, Membro del Knauf Group Management Committee Insulation in Europa/Medio Oriente/Asia, discute su come continuare a rimanere "sicuri come a casa".

Cosa l'ha colpita della risposta dell'azienda a COVID-19?

Il nostro personale sapeva cosa fare e lo ha fatto. Velocemente. La nostra struttura decentratata, il lavoro di squadra e la solidarietà sono stati una combinazione vincente. In tutto il mondo, i nostri impianti hanno risposto ancora prima che venisse discusso a livello centrale. Sicurezza e salute erano naturalmente in cima alle nostre priorità e la risposta è stata veloce. Ci siamo riusciti in gran parte grazie a tutto il lavoro che abbiamo fatto in questi anni per costruire una cultura della sicurezza.

Il lavoro di squadra è stato fondamentale?

Nei momenti di crisi - quando la barca deve affrontare una tempesta e la gente deve decidere cosa fare per salvarla in un quarto di secondo - si vede la forza della cultura di un'azienda. Il nostro personale ha risposto in modo rapido e naturale. E questo è un tributo al lavoro di squadra, alla formazione e all'agilità della nostra azienda.

Ci sono stati periodi di tempo record senza Lost Time Accidents.

Sì. L'11 giugno 2020, abbiamo registrato cento giorni senza Lost Time Accidents e continuiamo a battere i record di sicurezza negli stabilimenti. Ci sono ancora degli incidenti, ma siamo sulla strada giusta e abbiamo ottenuto cambiamenti significativi della nostra cultura della sicurezza.



Ad aprile è stata lanciata anche la campagna "As Safe As Home", perché è stata così importante?

Il messaggio era chiaro. A casa o al lavoro, dovevamo adottare un approccio alla salute e alla sicurezza 24 ore su 24, 7 giorni su 7. E dobbiamo ancora mantenere questo approccio. Non c'è spazio per i compromessi quando si tratta della cura dei nostri colleghi e delle nostre comunità.

"As Safe As Home" è ancora in corso.

Naturalmente, dobbiamo continuare a vigilare il rispetto degli standard DASH - distanziamento, circolazione dell'aria, pulizia delle superfici e igiene - perché salvano vite umane. Abbiamo costantemente informato il nostro personale con poster informativi, video e messaggi. Ad esempio, abbiamo lanciato una campagna per ricordare a tutti di non dimenticarsi di queste buone pratiche in vacanza.

Gli impianti hanno dovuto chiudere?

Ne abbiamo fermato alcuni a causa di un calo della domanda per un breve periodo di tempo. L'azienda ha continuato ad operare con successo, le persone sono venute al

lavoro, abbiamo continuato a fare buoni affari, ma soprattutto le persone si sono prese cura della loro salute e della loro sicurezza. E continuano a farlo.

La sicurezza è sempre stata un pilastro importante per voi.

La sicurezza al primo posto è stata la mia priorità da quando sono entrato in azienda nel 2017. Negli ultimi quattro anni abbiamo diffuso ogni giorno la nostra politica di sicurezza e ci siamo costantemente messi alla prova per migliorare. E sono assolutamente scrupoloso su questo. Nel momento di crisi, nella tempesta, tutti questi sforzi hanno dato i loro frutti. Dovremmo essere orgogliosi di ciò che è stato fatto.

Quali sono i prossimi passi?

I nostri risultati in materia di sicurezza dimostrano l'incredibile forza del lavoro di squadra. Non un solo team, ma molti, che lavorano tutti insieme nei vari reparti, spesso sotto un'enorme pressione. Un lavoro di squadra come questo produce risultati eccezionali. Ciò che abbiamo imparato sarà fondamentale quando entreremo nella fase di ripresa della crisi.

I NOSTRI IMPIANTI DA RECORD

Al 6 novembre 2020, il nostro team nordamericano di **Albion** ha trascorso 1.850 giorni senza LTA e il nostro team di **Inwood** ha segnato 1.528 giorni senza LTA. Il nostro sito di **Krupka** in **Repubblica Ceca** ha ottenuto 909 giorni senza LTA entro il 1° ottobre 2020 e il nostro stabilimento di **Stupino** in **Russia** non ha avuto un LTA dal 2014.

I nostri siti in tutto il mondo hanno adattato rigorose misure di sicurezza



Migliorare l'analisi

Nel 2019 siamo passati dalla registrazione degli incidenti come Lost Time Accidents (LTA) all'utilizzo del Total Recordable Incident Rate o (TRIR).

Il numero di persone che hanno subito infortuni rilevanti è sceso da 78 nel 2018 a 65 nel 2019. In altre parole, nel 2019 abbiamo avuto 13 infortunati in meno rispetto all'anno precedente.

Abbiamo deciso di cambiare metodo di misurazione perché il TRIR registra tutti gli incidenti minori o gravi.

Il TRIR è calcolato dividendo il numero di infortuni per il numero totale di ore lavorate da tutti i dipendenti e poi moltiplicato per un milione. Sembra complicato, ma viene utilizzato in tutti i settori industriali per confrontare l'efficacia dei programmi di sicurezza.

Nel 2013 il nostro TRIR ha raggiunto un massimo di 21,12. Nel 2019 si è ridotto a 9,1, dal 10,6 del 2018, e vogliamo portarlo a 5 nel 2025.

LOST TIME ACCIDENTS IN DIMINUZIONE DEL 56,5%

Nel 2019 il Lost time accident (LTA) è passato al 43,5% dal 48% del 2018, segnando un calo del 56,5% prendendo come riferimento il 2010. Questo ci ha permesso di raggiungere già nel 2020 il nostro obiettivo di ridurre il LTA del 50%, rispetto al 2010, con tre anni di anticipo rispetto agli impegni presi nel 2017.

Un'immagine positiva: i colleghi del nostro stabilimento di Illange nel Febbraio 2020



ATTENTO ALLA SALUTE

Knauf Insulation ha sempre messo al primo posto la cura del proprio personale - è un concetto radicato nella nostra promessa di **challenge.create.care**. Per fronteggiare il COVID-19, i nostri team hanno avviato iniziative a sostegno della salute psicologica e del benessere, tra cui workshop, sessioni di coaching, assistenza online per le persone in difficoltà, sviluppo delle capacità di leadership e corsi online.

CASE HISTORY 1

"Il benessere dei nostri colleghi è la nostra priorità"

"Vogliamo implementare un approccio olistico al benessere dei nostri colleghi della Systems Division Sistemi", afferma **Katja Pruša**, HR Director.

"Questo significa prestare attenzione alla loro salute fisica, psicologica, sociale e finanziaria e realizzare programmi e attività che offrano opportunità per aumentare la consapevolezza e per acquisire competenze capaci di migliorare il loro stile di vita".

Anche se le iniziative sono in una fase iniziale, dice Katja, l'obiettivo è di ispirare un percorso di sviluppo culturale. "Questo viaggio deve essere apprezzato dai nostri colleghi. Il nostro

Il benessere psico-fisico sarà una priorità per il 2025. Abbiamo imparato molto su come essere positivi nel 2020.



"Quando proviamo emozioni positive siamo più bravi a risolvere i problemi", dice Katja Pruša, HR Director Systems Division.

obiettivo è costruire una prospettiva incentrata sulla persona, in grado di assicurare il loro benessere lungo tutto il ciclo di vita lavorativa". Il nostro punto di partenza sono i principi di innovative teorie del cambiamento organizzativo, come la psicologia positiva, l'approccio

basato sui punti di forza e l'indagine elogiativa, "Quando proviamo emozioni positive, otteniamo ottimi risultati nei test di creatività e siamo più bravi a risolvere i problemi", dice Katja. "E questo è molto importante per la produttività e l'innovazione".

CASE HISTORY 2

Un supporto individualizzato per i dipendenti

Nel 2020 **Julie McKean**, Human Resources Manager di Knauf Insulation Northern Europe (KINE), ha ricevuto il Knauf Insulation Leadership Award e il Knauf Group Award per aver promosso iniziative a sostegno del benessere mentale e della consapevolezza dei problemi di salute mentale.

Quali sono state le sfide principali per i colleghi KINE?

Sostenere i dipendenti che lavorano da casa e che si sentono isolati dagli altri, soprattutto chi vive da solo. Abbiamo avuto molte persone che hanno manifestato ansia per il ritorno al lavoro e l'impatto che questo poteva avere sui membri delle famiglie ad alto rischio.



Julie McKean: premiata

Cosa ha fatto KINE per sostenere il benessere mentale?

I nostri colleghi possono beneficiare di un programma di assistenza. Si tratta di una linea di assistenza telefonica e di un sito web disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7, 365 giorni all'anno, che offre un supporto riservato e gratuito su questioni personali, finanziarie e legali. I colleghi possono anche avere una consulenza

CASE HISTORY 3

Per il 70% dei partecipanti, i corsi hanno aiutato a farli sentire più calmi

Più di cento colleghi hanno partecipato a webinar di supporto in Russia e nella CSI organizzati da Glafira Kaliuzhnaya, Training & Development Manager della regione.

Tra gli argomenti trattati vi erano la gestione dei pensieri, il comfort emotivo, l'equilibrio tra emozioni e ragione, il sostegno alla famiglia e ai parenti più anziani, la trasmissione di positività, la cura di sé, un efficace lavoro da casa e come pianificare giornate libere dallo stress.

Glafira ha detto: "All'inizio della quarantena per molte persone era difficile trovare il tempo per la famiglia, il lavoro e la scuola online. Così,

"Siamo riusciti a concentrare l'intera organizzazione su ciò che conta di più - il benessere e la salute dei nostri dipendenti, l'ottimo lavoro di squadra, l'attenzione al cliente e i risultati eccezionali. Personalmente è stato un momento toccante rendersi conto di quanto ci teniamo e sosteniamo l'un l'altro."

Pavel Vishnyakov, Managing Director, Russia & CIS

abbiamo condiviso storie su come affrontare la situazione, su cosa ha aiutato a restare positivi e su quali vantaggi la crisi ha creato". In un sondaggio che ha seguito i webinar, il 70% dei partecipanti ha dichiarato

individualizzata in presenza e sessioni online di Terapia del Comportamento Cognitivo.

Cosa abbiamo imparato sullo stare bene dalla crisi?

Abbiamo condotto un sondaggio sul ritorno al lavoro per capire quale supporto extra potremmo offrire. Per i nostri colleghi, il maggiore beneficio del ritorno al normale luogo di lavoro è stata la maggiore interazione sociale con i colleghi. Ma anche il ritorno alla routine sembra essere importante.

Come vede il futuro di KINE?

Abbiamo in programma di formare più addetti di Pronto Soccorso di Salute Mentale con una conoscenza approfondita della salute mentale e del benessere per aiutare i colleghi. Continueremo a formare il personale per aiutarli a identificare cosa significa una buona salute mentale e quale contributo possono dare.



Pavel Vishnyakov: grande lavoro di squadra

che i corsi li hanno aiutati a sentirsi più calmi, più ispirati e orgogliosi dell'azienda.

"I webinar hanno fornito la conoscenza di sé. Si può dire: 'Non so cosa fare perché non sono mai stato in questa situazione. E va bene. Ho solo bisogno di tempo per costruire un nuovo piano e un nuovo atteggiamento. E anche il mio partner e i miei figli hanno bisogno di tempo'. In altre parole, aiutare le persone a rimettersi in piedi"

CASE HISTORY 4

Avere un sostegno aiuta in tanti modi

All'apice dell'emergenza COVID-19 non era solo l'incertezza dell'ignoto a preoccupare, ma anche il moltiplicarsi degli impegni personali e lavorativi dei colleghi, afferma **Tania Orglerova**, Regional HR Director Eastern Europe & Middle East. "Sono diventati insegnanti per i loro figli, hanno gestito situazioni familiari complesse, continuando a fare il loro lavoro. Naturalmente è stato impegnativo", dice.

In tutti i paesi della sua regione, Tania ha organizzato webinar per migliorare il benessere psico-fisico dei colleghi e per diffondere l'ottimismo. L'iniziativa



Tania Orglerova: new initiatives

è stata seguita da un'indagine per capire cosa l'azienda potrebbe fare per aiutare di più. "Ora è stato lanciato un programma pilota di assistenza ai dipendenti in **Slovacchia** e nella **Repubblica Ceca** che include una hotline gratuita 24 ore su 24, 7 giorni

su 7, consulenza, supporto legale e finanziario. Lo stress può sorgere da diverse fonti", dice Tania.

Ci sono state anche altre iniziative interessanti come nuovi webinar per i colleghi in **Ungheria** e un progetto nei Balcani meridionali incentrato sull'intelligenza emotiva.

Nel frattempo, alcuni colleghi da tutta la regione stanno promuovendo la partecipazione nei loro stabilimenti.

"Questo è un progetto dal basso verso l'alto, dove si incentiva il lavoro di squadra e si promuove l'iniziativa manageriale. Avere un supporto aiuta in tanti modi, come ad esempio a ridurre gli incidenti e a motivare di più", dice Tania.

“Una squadra di persone con le stesse convinzioni può spostare le montagne.”

Leonid Ababilov, il manager del nostro stabilimento a Stupino, Russia

LEZIONI DALLA PANDEMIA

La nostra visione di lungo termine della sostenibilità ha bisogno dei dipendenti e leader più motivati e coinvolti del settore. Il COVID-19 è stata una prova di leadership per tutti e ha ispirato i nostri valori di **challenge.create.care**. Questo è ciò che abbiamo imparato dalla prima linea di produzione.

COMUNICARE CHIARAMENTE

Erkan Üçok, plant manager, Eskişehir, Turchia: “Il nostro team di crisi ha garantito una comunicazione costante, soprattutto quando, durante il lockdown a Eskişehir, il nostro stabilimento ha continuato a lavorare sette giorni alla settimana, 24 ore su 24 con lavoratori preoccupati per la propria salute e per quella delle loro famiglie. Un ambiente sicuro e una comunicazione continua sono stati una valida fonte di motivazione”.

Branislav Popović, plant manager, Surdulica, Serbia: “Durante la pandemia, la comunicazione è stata fondamentale. Ci siamo impegnati molto a far sì che le misure di sicurezza, ricevute dal nostro management, fossero comprese e applicate. Adesso, ogni dipendente è a conoscenza dei potenziali rischi ed è pronto ad adottare le misure di sicurezza”.

PRIORITÀ ALL'EMPATIA

Darren Holt, plant manager, St Helens, Regno Unito: “È assolutamente fondamentale rassicurare, comunicare e essere empatici. Il mio invito è di essere accessibili, visibili ed empatici, sapendo che le persone reagiranno a velocità diverse. In questi momenti difficili, abbiamo bisogno di sostenerci a vicenda e di avere più tempo per parlare del benessere degli amici e della famiglia”.

Stjepan Mršić, plant manager, Novi Marof, Croazia: “Dimostriamo più empatia e attenzione l'uno per l'altro di quanto abbiamo mai fatto prima. Voglio mantenere questa positività perché garantisce la sostenibilità a lungo termine per il nostro personale e per il nostro business”.

MANTENERE LA SQUADRA UNITA

Olivier Douchamps, plant manager, Visé, Belgio: “La chiave per un impianto come Visé - con un alto livello di complessità - è quella di essere agile conservando un'elevata coesione di squadra. Questo è fondamentale: stimolare la collaborazione significa risolvere le sfide: insieme”.

Uwe Kaufmann, plant manager, St Egidien, Germania: “Ogni dipendente ha ora un alto grado di responsabilità per la propria salute e per quella del proprio team. Questo è il principale cambiamento prodotto da questa pandemia”.

GARANTIRE FIDUCIA ED INDIRIZZO
Franck Vincens, plant manager, Lannemezan, Francia: “Il confronto, l'ascolto e costruire la fiducia sono le chiavi per superare le sfide”.



Da sinistra a destra, per ogni fila, a partire dall'alto: Matevž Fazarinc, Erkan Üçok, Stjepan Mršić, Marián Tkáč, Mark Jolliffe, Mohamed Elkhamlihi, Oleg Gorun, Olivier Douchamps, Branislav Popović, Róbert Smalekker, Darren Holt e Uwe Kauf

Leonid Ababilov, plant manager a Stupino, Russia: “Una squadra di persone con le stesse convinzioni può spostare le montagne; semplificare i processi porta valore alle persone e migliora le prestazioni;

GUARDARE IL LATO POSITIVO

Jan Brázda, plant manager, Krupka, Repubblica Ceca: “Le squadre sono più forti e dimostrano il carattere in situazioni difficili e dolorose. Questa è una grande opportunità per rendersi conto della qualità del nostro personale. In questo senso, attraversare momenti difficili è un dono”.

Mohamed Elkhamlihi, plant manager, Illange, Francia: “Abbiamo approfittato del confinamento per formare e programmare la ripartenza”.

MOTIVARE LA SQUADRA

Matevž Fazarinc, plant manager, Škofja Loka, Slovenia: “Molti dei nostri collaboratori erano spaventati dall'ignoto e si aspettavano riscontri da noi. Noi non avevamo le risposte ma condividevamo le stesse preoccupazioni. E, lavorando insieme, abbiamo superato le nostre paure”.

“Le difficoltà e le sofferenze rinforzano lo spirito di squadra.”

Jan Brázda, manager di stabilimento, Krupka, Czech Republic



Marián Tkáč, plant manager, Nová Baňa, Slovacchia: “È fondamentale essere presenti, passare del tempo con la squadra, motivarli. Mi piace vedere le persone realizzare qualcosa che non hanno mai creduto di poter fare”.

AGGIORNARE CON CONTINUITÀ

Mark Jolliffe, plant manager, Queensferry, Regno Unito: “Un'informazione continua, aggiornata ed efficace è necessaria per assicurarsi che tutti siano al corrente di ciò che facciamo e del perché. Aiutarsi l'uno con l'altro è il modo migliore per prendersi cura di noi stessi”.

Oleg Gorun, plant manager, Tyumen, Russia: “Fai in modo che il tuo team sia ben informato, chiedi feedback, fidati di loro e i risultati saranno incredibili”.

FARE UNO SFORZO IN PIU'

Róbert Smalekker, plant manager, Zalaegerszeg, Ungheria: “Abbiamo imparato che se ci concentriamo di più sul nostro lavoro e sulle persone con cui lavoriamo, gestiamo bene le difficoltà e otteniamo risultati migliori. Il nostro record di produzione giornaliera è stato battuto tre volte durante questa crisi”.

Karl-Heinz Pasch, supply chain manager, Simbach, Germania: “Nonostante la crisi di COVID-19, tutte le nostre linee di Simbach hanno funzionato al 100% e l'impianto ha avuto delle performance eccezionali”.

LA NOSTRA AMBIZIONE ZERO EMISSIONI DI CARBONIO

Pannelli fotovoltaici sul nostro
Il sito di Škofja Loka in Slovenia

L'obiettivo a lungo termine è zero emissioni riducendo al minimo l'impatto ambientale dei nostri prodotti e dei nostri processi di produzione.

Knauf Insulation si è sempre occupata di risparmio energetico e di riduzione delle emissioni di carbonio.

Oggi un'unità di energia utilizzata per la produzione di un prodotto in lana minerale di vetro consente di risparmiare 570 unità di energia nella sua fase di utilizzo nel corso di 50 anni.

E questo ha enormi vantaggi ambientali positivi a lungo termine. Nell'Unione Europea, ad esempio, gli edifici sono responsabili del 36% delle emissioni di CO₂. Circa l'85% di queste emissioni sono relative al "funzionamento" dell'edificio - come il riscaldamento o il raffreddamento - e, quindi, è fondamentale che gli edifici siano il più possibile efficienti dal punto di vista energetico attraverso l'isolamento dell'involucro dell'edificio.

Il restante 15% è costituito dall'embodied carbon generato e rilasciato durante il ciclo di vita dei materiali utilizzati per costruire edifici (in un edificio a energia quasi zero questa cifra

è compresa tra il 30% e il 45%).

Mentre facciamo pressione per una legislazione che aumenti drasticamente i tassi annuali di ristrutturazione energetica degli edifici, vogliamo raggiungere l'obiettivo a lungo termine di emissioni zero per i nostri prodotti e la nostra organizzazione, in linea con la sfida lanciata dall'Unione Europea di diventare il primo continente a neutralità carbonica entro il 2050.

RIDUCIAMO L'EMBODIED CARBON

Ci siamo posti l'obiettivo di ridurre l'embodied carbon dei nostri prodotti del 15% entro il 2025 (prendendo come riferimento il 2019). Questo significa analizzare tutta la catena del valore dall'approvvigionamento di materie prime (binder, materiali e catene di fornitura), ai processi di produzione (fusione e sbratura), al confezionamento e alla distribuzione (uso della plastica, localizzazione degli impianti e spedizioni) e la nostra economia circolare

SEI IMPIANTI OTTENGONO FINANZIAMENTI PER PROGETTI SOSTENIBILI

Oltre al continuo miglioramento dei nostri impianti di produzione, abbiamo stanziato il 10% delle spese generali in conto capitale per finanziare più idee di risparmio energetico e di riciclaggio. Il concorso annuale valuta i progetti in grado di dimostrare miglioramenti di sostenibilità con un pay-back che tenga conto dei parametri attuali e futuri, come il costo del carbonio e dello smaltimento. Sono stati presentati ventidue progetti e sono stati scelti sei vincitori. I siti vincitori nel 2020 sono stati **Krupka** nella Repubblica Ceca (progetto di produzione intelligente di aria compressa); **Stupino**, Russia (iniziativa di installazione di illuminazione a LED); **Queensferry** nel Regno Unito (progetto di recupero dei rifiuti); **Škofja Loka**, Slovenia (mulino per il trattamento dei prodotti collaterali); **Novi Marof**, Croazia (nuovo sistema di gestione dell'energia) e **Simbach**, Germania (trattamento delle acque reflue della verniciatura).

Stiamo studiando diversi tipi di combustibili come il bio-gas o l'idrogeno

David Ducarme,
Group Chief Operating Officer

(avanzi di produzione, riciclaggio degli scarti di costruzione e dei rifiuti di demolizione). Da più di 15 anni, utilizzando le tecniche di valutazioni del ciclo di vita (Life Cycle Assessments), abbiamo misurato l'embodied carbon dei nostri prodotti e, negli ultimi 10 anni, abbiamo ridotto le emissioni di carbonio dell'azienda di oltre il 20% grazie al miglioramento delle prestazioni e all'ottimizzazione dei processi produttivi. Per **Vincent Briard**, Director of Sustainability, è giunto il momento di essere più ambiziosi. "Per ottenere una riduzione del 15% dovremo essere davvero innovativi. Non ci sono più partite facili. Stiamo parlando di cambiamenti sostanziali nel modo in cui produciamo il nostro prodotto, e non di

piccoli aggiustamenti. E' una sfida nuova ed entusiasmante che richiede un cambiamento profondo".

LA NOSTRA TRANSIZIONE ENERGETICA

David Ducarme, COO del Gruppo, spiega: "Knauf Insulation punta a raggiungere la neutralità carbonica facendo leva su tecnologie affidabili e disponibili a seconda delle nostre necessità. Si tratta di una transizione energetica ed è importante capire che convertire tutto oggi in elettricità sarebbe un disastro in termini di costi e di impatto ambientale. L'elettricità, nella maggior parte dei luoghi dove operiamo oggi, è ancora ad alta intensità di carbonio e quindi i criteri che

guideranno la nostra transizione saranno i costi delle tecnologie, la disponibilità di energia verde e i costi legati alle quote di emissione di CO₂.

"Tenendo sempre presente lo stato di maturità delle diverse tecnologie disponibili, stiamo verificando le potenzialità di nuove fonti di energia come il biogas e l'idrogeno per capire quando sarà possibile introdurle nei nostri processi produttivi. Attualmente utilizziamo già la tecnologia coke-free in due sedi e nel prossimo decennio ridefiniremo sostanzialmente la nostra impronta ecologica con queste tecnologie".

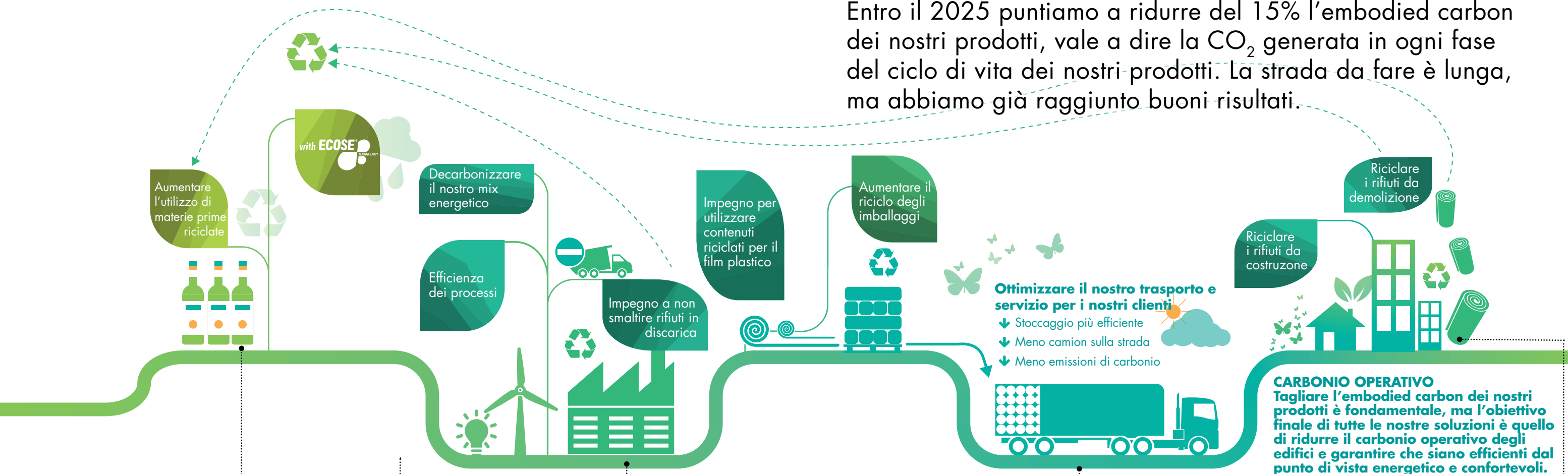
RIDURRE LA NOSTRA IMPRONTA ECOLOGICA

Un impegno importante della nostra visione zero emissioni è quello di ridurre l'impronta ecologica delle nostre attività commerciali, non di produzione, del 25% entro il 2025. Tutti gli aspetti della nostra vita lavorativa quotidiana, compreso il pendolarismo o i viaggi di lavoro, saranno valutati per individuare azioni di miglioramento.

COSA STIAMO FACENDO PER

RIDURRE L'EMBODIED CARBON

Entro il 2025 puntiamo a ridurre del 15% l'embodied carbon dei nostri prodotti, vale a dire la CO₂ generata in ogni fase del ciclo di vita dei nostri prodotti. La strada da fare è lunga, ma abbiamo già raggiunto buoni risultati.



MATERIE PRIME

Estrazione, trasformazione, trasporto, stoccaggio
Stima CO₂ generata in questa fase: 15%

Come stiamo riducendo le nostre emissioni

L'utilizzo di materiali riciclati come il vetro usato richiede meno energia ed emette meno CO₂ rispetto alla lavorazione e all'estrazione di materiali vergini. Riteniamo che, come minimo, il 65% della nostra lana minerale di vetro dovrebbe venire da vetro riciclato, a condizione di poter trovare il giusto rottame di qualità da bottiglie usate e altro vetro. Per la nostra lana minerale di roccia puntiamo a un minimo del 25% di materiale riciclato esterno.

- Il nostro stabilimento di **Nová Bana, in Slovacchia**, utilizza già il 22% di materiale riciclato esterno.
- Scegliamo fornitori vicini ai siti. Ciò è importante in paesi enormi come la **Russia**, dove tonnellate di carbonio sono generate dal trasporto su grandi distanze. Invece dei camion, abbiamo utilizzato le ferrovie in **Repubblica Ceca** e le consegne via nave ad **Illange, in Francia**.
- Nel nostro sito di **St Helens, nel Regno Unito**, abbiamo costruito, in partnership con la società leader nella gestione dei rifiuti Veolia, un impianto che ogni anno trasforma 60.000 tonnellate di vetro usato nella materia prima di alta qualità di cui abbiamo bisogno per produrre i nostri isolanti.
- A **Stupino, in Russia**, abbiamo messo in piedi una rete di punti di raccolta dell'usato che fornisce ogni anno 350 tonnellate di vetro usato al nostro stabilimento.

PRODUZIONE

Fusione, fibratura, calanatura e confezionamento
Stima CO₂ generata in questa fase: 65%

Come stiamo riducendo le emissioni di produzione

- Dal 2009 abbiamo ridotto il consumo di energia e le emissioni per metro cubo di prodotto del 23%, nonostante i livelli record di produzione.
- I nostri stabilimenti di **St Helens e Cwmbran, nel Regno Unito**, hanno collaborato con Siemens ad un programma di miglioramento in grado di ottenere un risparmio energetico di oltre 10.000 MWh/anno con una riduzione annuale di oltre 5.000 tonnellate di carbonio.
 - A **Visé, in Belgio**, siamo passati ad un sistema di illuminazione a LED, con un risparmio di elettricità del 3,5%. Un totale di 6.000 pannelli fotovoltaici contribuisce ora al 2% dell'energia dell'impianto e prevediamo di aumentare il numero di pannelli di 5.000. Abbiamo inoltre in programma di installare una turbina eolica e uno scambiatore per recuperare l'energia dei fumi per riscaldare i rottami.
 - I nuovi ventilatori, utilizzati nel processo di produzione nello stabilimento di **Queensferry nel Regno Unito**, hanno contribuito a ridurre notevolmente il consumo di energia.
 - A **Škofja Loka, in Slovenia**, l'alimentazione di uno dei forni è già passata da coke a gas naturale, e stiamo progettando di cambiare anche gli altri due.
 - Molti dei nostri impianti, come quello di **St Egidien, in Germania**, sono dotati di sistemi di gestione del carico energetico in grado di limitare i picchi e ridurre il consumo di materie prime.
 - La sostituzione del gasolio da riscaldamento con il gas nello stabilimento di **Surdulica in Serbia** ha ridotto le emissioni di CO₂ di oltre il 20%.

DISTRIBUZIONE

Consegna, installazione
Stima CO₂ generata in questa fase: 17,5%

Come stiamo riducendo le nostre emissioni di distribuzione

- Migliorare la localizzazione e la distribuzione degli impianti è fondamentale. Ad esempio, una riduzione della distanza da 1.000 km a 500 km può diminuire l'embodied carbon totale fino al 3%.
- Riduciamo il volume dei nostri prodotti per ridurre il numero di camion necessario per la distribuzione. Ad esempio, 5.800 m² di Mineral Plus da 50 mm possono essere consegnati in un unico autocarro da 80 m³ invece dei 3,6 camion necessari per la nostra tradizionale lana minerale di roccia.
 - Stiamo cercando il modo di utilizzare meno plastica. Per un pallet di 300 kg di lana minerale di vetro, sono necessari 7 kg di imballaggio di plastica. Riciclare solo il 30% di questa plastica ridurrebbe dell'1% l'embodied carbon dei nostri prodotti.
 - L'80% dei camion appaltatori che lavorano con il nostro stabilimento di **Surdulica in Serbia** hanno motori a basse emissioni Euro 5 o 6.
 - La lana minerale di vetro prodotta a **Krupka, nella Repubblica Ceca**, viene trasportata in **Serbia** in treno, sostituendo 1.500 viaggi in camion all'anno. I treni vengono utilizzati anche per inviare i nostri prodotti da **Krupka in Bulgaria** per rifornire il mercato greco, riducendo fino al 50% i precedenti viaggi in camion.
 - In **Belgio** utilizziamo autocarri ECO-COMBI da 25,25 m per il trasporto verso il mercato olandese. Un ECO-COMBI può consegnare fino a 30 pallet della nostra lana minerale di vetro. Questo ci permette di trasportare la stessa quantità di prodotto utilizzando il 30% in meno di rimorchi standard, riducendo al contempo le emissioni di CO₂ di circa il 20%.

FINE VITA

Rimozione, discarica
Stima CO₂ generata in questa fase: 2,5%

Come stiamo riducendo le emissioni a fine vita

Stiamo esplorando nuovi modi per riciclare gli scarti di isolamento provenienti dalla nostra produzione e dai cantieri di costruzione e demolizione piuttosto che conferirli in discarica.

- I rifiuti da costruzione e demolizione rappresentano il 35% di tutti i rifiuti in Europa. Puntiamo entro il 2025 ad attuare programmi di riciclaggio dei rifiuti da demolizione in cinque paesi.
- Stiamo già ritirando gli scarti dai cantieri dei nostri clienti nei **Paesi Bassi**, in **Germania** e in **Slovenia**. Entro il 2025 ritireremo, ove possibile, il 25% degli scarti prodotti.

RISPARMIARE LE EMISSIONI DI UN INTERO PAESE

Per ogni unità di energia utilizzata per la produzione di uno dei nostri prodotti in lana minerale di vetro, si risparmiano 570 unità di energia nella sua fase di utilizzo per 50 anni. Negli ultimi dieci anni i nostri siti in Europa e in Nord America hanno prodotto quasi 14 milioni di tonnellate di lana minerale di roccia e di vetro - un isolamento sufficiente a risparmiare più delle emissioni annuali di carbonio del Belgio.

UNA NUOVA ERA DI RICICLO

Stiamo esplorando nuovi modi per riciclare la lana minerale di vetro e di roccia con l'obiettivo di recuperare il 25% degli scarti dai cantieri dei nostri clienti entro il 2025 e di disporre di programmi per riciclare l'isolamento da demolizione.

Il settore delle costruzioni è responsabile di oltre il 35% dei rifiuti totali in Europa e utilizza oltre il 50% di tutte le materie prime estratte.

La quantità totale di rifiuti da isolamento generati dai paesi europei è significativa. In **Francia**, ad esempio, il volume dei rifiuti di lana minerale di vetro è di 85.000 tonnellate all'anno - una cifra che dovrebbe triplicare con l'accelerazione delle iniziative di ristrutturazione nell'ambito del Green Recovery europeo.

In **Belgio** e nei **Paesi Bassi** ci sono circa 30.000 tonnellate di rifiuti di lana minerale per isolamento ogni anno, di cui 26.000 tonnellate provenienti dai processi di demolizione.

Le motivazioni etiche per iniziative in grado di riutilizzare, ridurre e riciclare questi rifiuti sono chiare ed evidenti, ma ci sono anche delle forti ragioni economiche a spingere in questo senso.

Attualmente la maggior parte dei rifiuti di isolanti - originati sia dalla fase di costruzione sia da quella di demolizione - è destinata alle discariche con i prezzi, in Europa, fino ai 400 euro a tonnellata.

Inoltre, molti clienti sono preoccupati da nuove regolamentazioni che potrebbero rendere più complicato lo smaltimento in discarica. Per esempio, l'**Austria** sta già valutando la possibilità di vietare lo smaltimento in discarica della lana minerale.

A capo del nostro team di progetto per trovare nuove soluzioni di riciclaggio per la lana minerale di vetro in Europa occidentale è **Marc Bosmans**, il Circular Economy Manager della regione.

"Se tutti i rifiuti di isolanti prodotti in Europa venissero riciclati, avremmo materie prime sufficienti per due dei nostri impianti per un anno", afferma.

"Tuttavia, sebbene la maggior parte dei prodotti in lana minerale di vetro sia riciclabile all'infinito, la loro densità leggera li rende più difficili da lavorare. Inoltre, i rifiuti da demolizione si trovano di solito tra altri strati come mattoni e intonaco, il che significa che devono essere separati.

"Stiamo esplorando nuove soluzioni per risolvere questi problemi, trasformando la lana minerale di vetro usata e recuperata in rottami di vetro che potrebbero essere nuovamente immessi nel nostro processo di produzione".

Ciò significa che dopo anni di risparmio energetico, l'isolamento riciclato sarà pronto per un secondo ciclo di vita a risparmio energetico.

Nuovo sistema sostenibile per riprendere i tagli alle costruzioni dei clienti

Knauf Insulation in **Germania** ha sviluppato un programma per recuperare e riciclare gli scarti di lana minerale dai cantieri.

Il nuovo sistema - '**RESULATION**' - è stato progettato per massimizzare l'uso delle risorse attraverso il riciclaggio e contribuire a ridurre al minimo l'impatto ambientale dei rifiuti edili.

In passato, le imprese non avevano altra scelta se non quella di raccogliere gli scarti di materiali isolanti e conferirli alle aziende di smaltimento dei rifiuti.

Ora grazie a '**RESULATION**' è possibile trasformare i residui di lana minerale di roccia in "mattoni di riciclo" da utilizzare nella produzione di nuovi pannelli isolanti in lana minerale di roccia e trasformare gli scarti di lana minerale di vetro in pannelli per soffitti.

Per i clienti il processo di '**RESULATION**' è semplice. Dopo aver effettuato un ordine, le aziende ricevono dei sacchetti di **RESULATION** vuoti che, una volta riempiti, sono raccolti e inviati al riciclaggio.

Siegfried Huber, Operations Coordinator Germania, afferma: "Il nostro obiettivo è quello di offrire un servizio completo ai clienti, in modo che non debbano mai preoccuparsi dei residui di costruzione o della loro rimozione - Knauf Insulation si occuperà di tutto, dalla consegna dei prodotti allo smaltimento degli scarti".

Il nostro Circular Economy Manager in Europa occidentale Marc Bosmans e il suo team stanno esplorando nuovi modi per riciclare i rifiuti di lana minerale di vetro

RICICLARE PIÙ VETRO RICICLATO

Il nostro impegno è di utilizzare oltre il 65% di materiale riciclato per la produzione della nostra lana minerale di vetro entro il 2025.

La cifra del 65% di materiale riciclato - fatto da bottiglie e di vetro usato di alta qualità

- è un livello ottimale per i nostri processi di fibratura, per i forni e la qualità delle fibre prodotte.

Tuttavia, alzando ancora un po' l'asticella, ad esempio, utilizzando il 75% di materiale da riciclare in tutti i nostri impianti, i vantaggi sarebbero ancora maggiori.

“Un elevato utilizzo di materiale riciclato consente di risparmiare grandi quantità di energia di produzione - rispetto alla lavorazione di materie prime vergini - e ciò significa risparmiare più emissioni e ridurre l'embodied carbon dei nostri prodotti”, afferma **Vincent Briard**, Direttore della Sostenibilità.

“Per la Lana Minerale di Vetro questo risultato positivo dipende dalla possibilità di recuperare importanti volumi di rifiuti di qualità e in molti paesi le risorse semplicemente non sono disponibili per soddisfare le nostre esigenze.

“Questa è la nostra sfida per i prossimi cinque anni e stiamo



Vetro di scarto

“ **Incrementare l'utilizzo di materiali riciclati consente di risparmiare energia, emissioni e ridurre l'embodied carbon dei nostri prodotti.** ”

Vincent Briard, Direttore della Sostenibilità



esaminando tutte le opzioni disponibili”.

Ad esempio, stiamo cercando di aumentare i canali di accesso al vetro usato. A

Stupino, in **Russia**, per esempio, nel 2013 la raccolta di vetro è stata zero. Oggi, dopo aver collaborato con il comune

locale, raccogliamo ogni anno 350 tonnellate di vetro usato come materia prima per il nostro stabilimento di **Stupino**, attraverso 10 punti di raccolta e riciclaggio sostenuti dalle amministrazioni locali.

Nel **Regno Unito** abbiamo collaborato con Veolia per

costruire un impianto di riciclaggio del vetro usato presso il nostro stabilimento di **St Helens** che ogni anno pulisce, seleziona e raffina circa 60.000 tonnellate di bottiglie e barattoli usati in rottami di vetro di alta qualità.

COME RICICLIAMO I RIFIUTI MULTISTRATO

Tra i recenti esempi di successo ottenuti a Heraklith c'è stata una significativa riduzione degli scarti di produzione smaltiti in discarica. Questo è stato ottenuto grazie alla cooperazione tra i nostri impianti di **Simbach** e **St Egidien** in **Germania** ed il nostro dipartimento tecnico centrale.

La polvere di materiale, prodotta durante la produzione dei pannelli multistrato Heraklith Wood Wool, può adesso essere separata e i residui della lavorazione di Expanded Polystyrene (EPS) e di lana minerale

sono raccolti per essere riciclati. La segatura di lana minerale di roccia nel nostro impianto di **Simbach** in **Baviera** è inviata al sito di **St Egidien** in **Sassonia** dove è trasformata attraverso un efficiente processo in nuovi prodotti di lana minerale di roccia. Questo processo permette di risparmiare 1700 tonnellate di rifiuti che erano precedentemente smaltiti in discarica.

Il progetto non è soltanto un lodevole esempio di collaborazione tra due stabilimenti equipaggiati con

differenti tecnologie, ma è soprattutto un tassello significativo per sviluppare il concetto di economia circolare e ridurre la quantità di rifiuti smaltiti in discarica.

“Questo è un grande passo in avanti nella produzione di lana minerale e mostra anche la forza del nostro gruppo di cooperare per trovare nuove soluzioni - in particolar modo tra gli impianti e il dipartimento tecnico centrale durante tutti gli anni di sviluppo” ci riporta Joachim Wietshnig, Technical Director Wood Wool.



Ritiriamo i rifiuti delle imprese edili modulari olandesi

RITIRO DI SCARTI MODULARI DAI CLIENTI

Knauf Insulation ha lanciato un'iniziativa pilota di riciclaggio dei rifiuti per le imprese di costruzione di prefabbricati dei **Paesi Bassi** che utilizzano la nostra lana minerale di vetro. Il servizio prevede una piccola sottoscrizione fissa mensile.

Il nostro sistema misura gli scarti prodotti presso il cliente e comunica automaticamente alla nostra azienda partner quando sono pronti per il ritiro.

Gli scarti vengono poi raccolti e riciclati in mattoni e piastrelle.

Il sistema consente ai clienti di risparmiare sui costi, dà loro la tranquillità di sapere che i rifiuti vengono gestiti in modo responsabile e riduce l'impatto ambientale dei loro prodotti.

ECONOMIA CIRCOLARE IN AZIONE



NOVÁ BAŇA, SLOVAKIA

L'impianto di bricchettatura consente di riutilizzare gli scarti di produzione per raggiungere lo zero rifiuti nel sito.

SURDULICA, SERBIA

Stiamo ritirando una notevole quantità di scarti di lana minerale da un produttore locale di pannelli e pallet di legno. L'impianto di bricchettatura di Surdulica consente di chiudere il ciclo di riciclaggio degli scarti di produzione e del materiale proveniente dai clienti. E i piani per il futuro prevedono di aumentare questi volumi in modo significativo.

KRUPKA, CZECH REPUBLIC

Ricicliamo gli scarichi delle acque di lavaggio - azzerando quelli da smaltire in discarica - riutilizzandoli come materia prima per un produttore di mattoni. Abbiamo anche sostituito la fornitura di acqua del gestore idrico locale con un pozzo scavato nel nostro sito.

ŠKOFJA LOKA, SLOVENIA

Ritiriamo gli scarti di lana minerale di roccia dai produttori locali di pannelli, i nostri clienti OEM.

ESKIŞEHİR, TURKEY

Nel 2020 abbiamo riutilizzato 6.270 pallet che hanno permesso di risparmiare 87 tonnellate di legname.

VISÉ, BELGIUM

Negli ultimi sei anni abbiamo ridotto dell'80% i rifiuti conferiti nella discarica di Visé.

RICICLAGGIO ROCK

Ci siamo posti l'obiettivo indicativo per il 2025 di utilizzare più del 25% di materiale riciclato esterno per la nostra produzione di lana minerale di roccia. Quasi tutti i nostri impianti producono bricchette di scarto e le reintroducono nel processo di produzione, ma il nostro obiettivo è quello di aumentare l'utilizzo degli scarti dei cantieri dei nostri clienti, normalmente progetti su larga scala - come gli edifici commerciali - dove gli scarti sono relativamente semplici da lavorare. Vogliamo anche aumentare l'uso delle “scorie” - rifiuti dell'industria siderurgica - che possono anche essere riciclati.

LE NOSTRE AMBIZIONI PLASTICHE

La tipologia di imballaggio in plastica che stiamo utilizzando ha delle caratteristiche che ci permettono di comprimere i nostri prodotti e di aumentare il carico di pacchi sui camion. Ad esempio, 5.800 m² di Mineral Plus da 50 mm possono essere consegnati in un unico camion con una capacità di 80 m³.

La stessa quantità di lana minerale di roccia avrebbe bisogno di 3,6 viaggi.

I pacchi compressi consentono di risparmiare carburante ed emissioni, ma richiedono comunque molta plastica. Per un pallet di 300 kg di lana minerale di vetro, ad esempio, sarebbero necessari fino a 6 kg di plastica vergine per avvolgere il prodotto. Nella nostra nuova strategia di sostenibilità, ci siamo fissati l'obiettivo per il 2025 di ridurre di oltre il 25% l'utilizzo di imballaggi in film plastico vergine e, ove possibile, di ritirare e di riciclare tra il 25% e il 50% di film di plastica dai nostri clienti. In collaborazione con i nostri fornitori, stiamo esplorando nuovi modi per rendere il nostro imballaggio sempre più sostenibile, come ad esempio continuare a ridurre il peso, mantenendo lo stesso livello di resistenza. Riciclare il 30% della plastica utilizzata ridurrebbe l'anidride carbonica intrinseca dei nostri prodotti dell'1%, a fronte del nostro obiettivo di riduzione del 15% entro il 2025.

RIUTILIZZO DEI PALLET

In Europa ogni anno vengono utilizzati 25 milioni di metri cubi di legname per pallet e imballaggi. Nei **Paesi Bassi** e nel **Regno Unito**, abbiamo un servizio di raccolta e riutilizzo dei pallet dei clienti.

PROMUOVERE LE

La Commissione europea punta a ristrutturare 35 milioni di edifici in tutta Europa entro il 2030. Si tratta di una sfida imponente in sintonia con uno dei nostri obiettivi chiave della strategia di sostenibilità: costruire edifici migliori. Siamo qui per aiutare.

La Commissione Europea ha presentato i suoi piani per raddoppiare, come minimo, il tasso di ristrutturazione annuale in Europa e rinnovare 35 milioni di edifici entro il 2030.

L'obiettivo è incluso nella strategia di Renovation Wave, un pacchetto di misure progettate per guidare la crescita post-pandemica, intraprendere azioni per il clima e migliorare le condizioni di vita di milioni di persone.

Katarzyna Wardal, EU Public Affairs Manager, ha detto: “La Renovation Wave immagina edifici più sostenibili, efficienti dal punto di vista energetico, confortevoli e sani entro il 2030 e oltre”.

“Questo è in sintonia con la visione di Knauf Insulation di un futuro sostenibile e con il nostro obiettivo di costruire edifici migliori. Sono anni che lottiamo per avere una strategia come questa e adesso è il momento di contribuire a realizzarla”.

Poiché gli edifici sono responsabili del 36% delle emissioni di CO₂ in Europa, la Renovation Wave contribuirà in modo significativo all'ambizione dell'UE di raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050. Katarzyna ha aggiunto: “Raddoppiando i tassi annuali di ristrutturazione degli edifici, la strategia creerà centinaia di migliaia di nuovi posti di lavoro di cui c'è un disperato bisogno, affronterà seriamente la povertà energetica che colpisce 34 milioni di europei, concentrandosi nel contempo sul miglioramento degli edifici europei con le peggiori prestazioni, dalle case popolari alle scuole e agli ospedali. “In tempi così difficili, garantire edifici migliori è diventato più importante che mai e questa strategia offre una prospettiva positiva di cui tutti possiamo essere orgogliosi”.

GARANTIRE QUALITÀ E PRESTAZIONI

La strategia propone migliori regolamenti e standard per il rendimento energetico degli edifici, compresi standard minimi obbligatori di rendimento energetico per tutti i tipi di edifici esistenti - attraverso una revisione della direttiva sul rendimento energetico nell'edilizia - e la possibilità di standard di ristrutturazione profonda e di audit energetici per gli edifici non residenziali.

Come possiamo aiutare

Quando si tratta di ristrutturazioni, abbiamo sempre promosso i concetti della qualità e delle prestazioni reali. Le ristrutturazioni devono essere in grado di realizzare le promesse - edifici che forniscono una temperatura confortevole con basse bollette energetiche e basse emissioni. È essenziale stabilire e garantire standard che incentivino elevati standard di ristrutturazione. Noi di Knauf Insulation offriamo una gamma completa di prodotti ad alte prestazioni e abbiamo le conoscenze tecniche per garantire che queste soluzioni offrano il massimo delle prestazioni. Inoltre, il nostro team di Knauf Energy Solutions ha l'esperienza necessaria per garantire che ogni ristrutturazione da loro effettuata offra i risparmi energetici previsti.

“La strategia creerà nuovi posti di lavoro, affronterà la povertà energetica e migliorerà gli edifici con le peggiori prestazioni in Europa.”

Katarzyna Wardal,
Responsabile Public Affairs UE



FINANZIAMENTO EFFICACE

Un'altra importante area evidenziata dalla Renovation Wave è l'accessibilità, la semplificazione e la chiarezza delle regole europee per il finanziamento pubblico delle ristrutturazioni, in particolare per l'edilizia residenziale e sociale.

Altri sviluppi includono l'Iniziativa Europea per la Ristrutturazione degli Edifici della Banca Europea per gli Investimenti (BEI) per strutturare operazioni di finanziamento di portafogli di progetti di ristrutturazione con il Sistema per lo scambio delle quote di emissione dell'UE (EU ETS)

Come possiamo aiutare

Abbiamo lavorato e stiamo lavorando, insieme alle nostre associazioni partner, per avere procedure europee più semplici per i programmi di rinnovamento nazionali. E siamo a disposizione per fornire il nostro contributo a tutti i responsabili politici. Ad esempio, abbiamo esperienza nell'utilizzo dei fondi del Sistema di scambio di quote di emissione dell'UE (EU ETS) per iniziative di rinnovamento in **Germania** e nella **Repubblica Ceca**.

UN'EDILIZIA PIÙ SOSTENIBILE

Ispirata dai principi dell'economia circolare, la Renovation Wave si propone di rivedere gli obiettivi di smaltimento dei rifiuti da costruzione e demolizione, che rappresentano il 35% dei rifiuti totali in Europa, ma anche a migliorare la comprensione di come rendere gli edifici più sostenibili attraverso un nuovo strumento, sviluppato dalla Commissione Europea, conosciuto come Level(s). Inoltre, la strategia promuove l'espansione del mercato dei prodotti e dei servizi per l'edilizia sostenibile.

Come possiamo aiutare

La nostra nuova strategia di sostenibilità si caratterizza per un forte impegno ad utilizzare più materie prime riciclate, ad azzerare lo smaltimento in discarica entro il 2025, e a ritirare più rifiuti dai nostri clienti in tutta Europa, riciclandoli in nuovi materiali di isolamento. A lungo termine, ci siamo anche impegnati ad avere emissioni zero e ridurre del 15% l'embodied carbon dei nostri prodotti entro il 2025. Abbiamo supportato la definizione dello strumento della Commissione Level(s) - dal progetto pilota al lancio - con le ricerche del nostro Experience Center in **Slovenia** e le competenze dei nostri team di bioedilizia.

RISTRUTTURAZIONI



Gli edifici ricaricano la batteria

Una nuova ricerca del gruppo di ricerca eERG (end use Efficiency Research Group) del Politecnico di Milano in Italia, sostenuta da Knauf Insulation Italia, dimostra che la ristrutturazione profonda degli edifici con l'utilizzo di un isolamento di alta qualità per pareti e tetti può generare risparmio energetico fino all'80%. Oltre a ridurre drasticamente le emissioni, questo tipo di ristrutturazione trasforma gli edifici in gigantesche “batterie” che conservano temperature confortevoli per diversi giorni. Questo a sua volta ottimizza la gestione efficiente degli edifici dando loro la flessibilità necessaria per attingere a fonti di energia meno costose al di fuori delle ore di punta o ad energie rinnovabili.

RISTRUTTURAZIONE EMBLEMATICA IN ITALIA

Più di 1.700 m² del nostro SmartWall NC1 da 120 mm sono stati installati in uno dei più grandi progetti di ristrutturazione multifamiliare a Bologna, Italia. Il sistema di isolamento termico a cappotto (ETICS) è stato installato a seguito di un lungo processo di consultazione che ha coinvolto il nostro team italiano. I nostri colleghi hanno supportato il team di ristrutturazione dalla fase iniziale di progettazione energetica e di accesso alle agevolazioni fiscali fino alla sua realizzazione.

DOLCE CASA

Il nostro pionieristico progetto di 28 case nel Regno Unito evidenzia come ottenere - e verificare - un reale risparmio energetico grazie a lavori di ristrutturazione di qualità e migliorare drasticamente le condizioni di vita dei residenti.

La ristrutturazione di alta qualità di 28 case da parte di **Knauf Energy Solutions** e **Knauf Insulation Northern Europe** dovrebbe aprire la strada ad un nuovo approccio per rendere le case del Regno Unito più efficienti dal punto di vista energetico e più confortevoli per milioni di famiglie.

Carol Valentine, una delle residenti che ha beneficiato del progetto innovativo, ha ricordato che, prima della ristrutturazione, aveva l'abitudine di indossare due maglioni per tenersi al caldo nelle giornate fredde. "La differenza è evidente", dice.

La ristrutturazione delle proprietà di edilizia popolare a Trafford, **Manchester**, è stata effettuata secondo i più alti standard possibili, rigorosamente valutata da KES, e personalizzata, per soddisfare le dimensioni e le sfide individuali di ogni singolo edificio.

Prima della ristrutturazione, l'efficienza energetica di un campione di 12 edifici - rappresentativi dell'intera gamma architettonica delle case della proprietà - è stata misurata utilizzando la sofisticata tecnologia KES per un periodo di tre mesi.

A seguito dei profondi lavori di ristrutturazione, tutti e 28 gli edifici sono stati continuamente valutati con sensori ad apprendimento automatico per fornire informazioni sulle prestazioni reali basate su migliaia di dati che vanno dalle condizioni climatiche e dalla temperatura interna alle

Carol Valentine, una delle residenti la cui casa è stata ristrutturata, dice di aver avuto l'abitudine di indossare dei vestiti in più per tenersi al caldo nella sua casa "davvero fredda".



emissioni di carbonio e uso di energia.

I risultati sono stati significativi. L'efficienza energetica dell'abitazione media è risultata migliorata del 31%, con un risparmio energetico di 400 sterline all'anno. Nel complesso, in tutti gli edifici, l'efficienza energetica è migliorata tra il 20% e il 51%, con un risparmio energetico tra le 228 e le 660 sterline.

I risultati arrivano in un momento di svolta nell'edilizia abitativa del Regno Unito. Nell'ambito di un programma di recupero da 2 miliardi di sterline per creare posti di lavoro, ridurre le emissioni di anidride carbonica e ridurre le bollette energetiche, il Regno Unito ha lanciato un programma che offre sovvenzioni tra le 5.000 e le 10.000 sterline per coprire i costi dei miglioramenti dell'efficienza energetica residenziale, compreso l'isolamento.

Steven Heath, il nostro tecnico e Strategy

Director for Northern Europe, afferma: "Vediamo con favore i finanziamenti statali per le misure di efficienza parte del Green Homes Grant, ma la definizione di programmi di efficienza energetica non deve servire semplicemente per sovvenzionare l'isolamento. I nuovi schemi devono essere in grado di dare al governo, agli immobiliari, ai proprietari e ai residenti ciò che viene effettivamente pagato - una casa calda, confortevole e a basso consumo energetico.

"L'approccio KES fornisce questa garanzia. Il progetto di Manchester dimostra l'importanza di lavori documentati di ristrutturazione di alta qualità e l'importanza di misurare in maniera efficace tali miglioramenti con dati quantificabili, basati su situazioni reali".

LA RISTRUTTURAZIONE CHE ISPIRA FIDUCIA

"Knauf Energy Solutions ha portato un livello di controllo qualità che non avevamo mai sperimentato in passato" dice **Sarah McClelland**, **Environmental Manager di Great Places**, l'associazione proprietaria delle case ristrutturate (foto a destra).

Prima della ristrutturazione KES, Sarah racconta che ricevevano molte lamentele dai residenti che non riuscivano a riscaldare adeguatamente le loro abitazioni. E questo in presenza di Certificati di Prestazioni Energetiche che riportavano una buona prestazione sulla

base delle Procedure di Valutazione Standard (Standard Assessment Procedure - SAP) che valutano l'energia consumata usando valori standard di comportamento dei residenti e di abitabilità.

Parlando ad Inside Housing, Sarah ha aggiunto "Ci siamo resi conto che mentre sulla carta avevamo prestazioni da case energeticamente isolate, in realtà le cose non stavano funzionando come dovuto. Con questo servizio di misurazione, per la prima volta, abbiamo la certezza che le prestazioni energetiche delle nostre case sono davvero migliorate"



La ristrutturazione di 28 case è stata effettuata da Knauf Energy Solutions e Knauf Insulation Northern Europe

PERCHÉ QUESTO PROGETTO È IMPORTANTE?

Una casa Knauf Energy Solutions (KES) garantisce ai clienti un reale ritorno dell'investimento.

"Lavorando in collaborazione con Knauf e utilizzando dati in tempo reale, questo progetto ci ha aiutato a dimostrare il risparmio in termini di emissioni e denaro per i nostri clienti", afferma Matt Harrison, CEO di Great Places.

Una casa KES contribuisce agli impegni di zero emissioni di carbonio nel Regno Unito per il 2050.

Le case Trafford sono state costruite tra il 1972 e il 1980. Come queste, circa l'80% degli edifici del Regno Unito saranno ancora in circolazione tra 30 anni. La ristrutturazione KES è in grado di dimostrare una reale riduzione delle emissioni di carbonio in condizioni reali. Le case inefficienti dal punto di vista energetico sono responsabili di circa un quarto delle emissioni di gas serra del Regno Unito.

Knauf Energy Solutions è un ambiente che sta mostrando i confini del possibile. È uno sportello unico che promette e realizza risparmi energetici, dall'installazione di soluzioni energetiche alla misurazione dei risultati. È un modello di business per il futuro.

Frédéric Deslypere, Group Chief Financial Officer



CAMPAGNA PER IL CAMBIAMENTO

Cosa stiamo facendo per mettere la ristrutturazione al centro dei Recovery Plan di tutta l'Unione Europea.

UN SUCCESSO NELLA RISTRUTTURAZIONE DEL TETTO
Il nostro sistema KombiPlan - che incorpora la lana minerale di vetro e di roccia e le nostre barriere al vapore - è stato installato sul tetto di questo edificio angolare di sei piani degli anni '50, con negozi e appartamenti, nella città tedesca di Würzburg. L'isolamento è stato applicato dall'esterno senza disturbare i residenti degli ultimi piani che sono rimasti nelle loro case per tutta la durata dei lavori, raggiungendo infine il livello di efficienza energetica PassivHaus, con un valore U di 0,13 W/m²K.

L'Unione Europea ha concordato un recovery plan per aiutare a ricostruire le economie distrutte dalla pandemia da COVID-19. Gli Stati Membri hanno la possibilità di accedere ai finanziamenti per 1,1 trilioni di euro, a valere sul bilancio pluriennale 2021-7, e a un Recovery Fund di 750 miliardi di euro. I piani nazionali devono dare priorità alla crescita sostenibile, e questo include l'opportunità di contribuire alla "Renovation Wave" degli edifici europei (vedi pagina 30). I Paesi devono preparare piani triennali per illustrare come intendono utilizzare le risorse disponibili. I nostri team di Public Affairs stanno lavorando 24 ore su 24 per assicurarsi che le ristrutturazioni siano al centro di ogni piano di recupero nazionale.

SLOVACCHIA

Peter Robl, Public Affairs Manager Europa dell'Est

"In Slovacchia sono pronti a partire progetti di ristrutturazione di edifici comunali per un valore di oltre 100 milioni di euro. Il nostro compito è continuare a promuovere campagne di comunicazione per garantire che questi progetti abbiano la priorità nel piano di ripresa nazionale slovacco".

BULGARIA

Tsvetelena Mladenova, Technical Specialist

"Per sostenere il ruolo centrale delle ristrutturazioni

nell'agenda pubblica, abbiamo fondato una associazione BAIS che si impegnerà a supportare la preparazione dei programmi di rinnovamento nazionali. La Bulgaria ha raggiunto dei buoni risultati nella ristrutturazione di edifici multi-appartamenti, anche se ora alcuni progetti sono in attesa a causa di problemi di budget. Il nostro obiettivo è quello di rimettere in carreggiata questi programmi con i finanziamenti dell'UE".

POLONIA

Agnieszka Strzeżewska, Marketing Manager per la Polonia e i Paesi Baltici con Katarzyna Wardal, EU Public Affairs Manager

Manager "Insieme ad altre aziende abbiamo creato una coalizione di imprese chiamata Renovation Wave. Un ambizioso programma di rinnovamento polacco creerebbe quasi 300.000 nuovi posti di lavoro e abbiamo prodotto un rapporto per i responsabili politici che evidenzia come sfruttare questo potenziale. Il Recovery Fund dell'UE è un'opportunità storica per aumentare gli investimenti nelle ristrutturazioni in Polonia".

ITALIA

Francesco Cavicchioli, Public Affairs & Technical Marketing Manager

"Lo schema Super EcoBonus in Italia prevede un incentivo fiscale del 110% per coprire i costi di isolamento termico di una casa o di un appartamento - con un tetto di 50.000 euro per una casa monofamiliare e fino a 40.000 euro o 30.000 euro per gli edifici plurifamiliari. L'agevolazione copre anche i sistemi di riscaldamento e raffrescamento di classe A e l'installazione di nuove finestre: questo ultimo intervento è vincolato alla realizzazione di almeno uno

tra gli interventi di coibentazione termica e sostituzione degli impianti. Questo schema può essere facilmente replicato nel resto d'Europa."

ROMANIA

Maria Vicol, specialista tecnica

"Abbiamo fondato ROENEF, un'associazione di supporto per le ristrutturazioni, e abbiamo condotto con successo una campagna per un programma da 90 milioni di euro per ridurre il consumo di energia in quasi 9.000 case unifamiliari. Per ricevere i fondi, gli interventi devono migliorare il consumo energetico di almeno una classe energetica e possono includere l'installazione di isolamento del tetto e delle pareti esterne, caldaie efficienti, pannelli solari, sistemi di ventilazione e apparecchi di illuminazione a LED".

GERMANIA

Christopher Dürr, Head of Public Affairs, sede Knauf di Berlino

"Il team tedesco di Public Affairs del gruppo Knauf ha ottenuto un grande successo nel garantire che le ristrutturazioni siano una priorità per il governo federale. Dal 1° gennaio 2020 è prevista una riduzione fiscale del 20% in tre anni per i proprietari di abitazioni che eseguono ristrutturazioni ad alta efficienza energetica. Questo incentivo dura 10 anni e consente investimenti di ristrutturazione fino a 200.000 euro. Allo stesso tempo, l'istituto finanziario KfW ha stanziato 3,25 miliardi di euro di fondi per il 2020 esclusivamente per la ristrutturazione dell'involucro edilizio".

Nuova strategia per il clima

"La Nuova Zelanda sta lanciando una strategia 'Costruire per il cambiamento climatico' per evidenziare il contributo degli edifici all'ambizione del paese di raggiungere l'obiettivo di zero emissioni nette di carbonio entro il 2050", dice il responsabile tecnico di prodotto **Guy Manthel**. "Ciò comporterà la modifica delle norme e degli standard edilizi per rendere gli edifici più efficienti dal punto di vista energetico, ridurre le emissioni, migliorare l'uso delle risorse e fornire migliori condizioni di vita". Attraverso l'Associazione per l'isolamento della Nuova Zelanda, siamo attivamente coinvolti nella fase di implementazione di questa strategia".

Fiducia nelle ristrutturazioni

"Stiamo lavorando per garantire che l'isolamento in Australia sia installato in modo sicuro e fornisca risultati di qualità", afferma **James Bedford**, il nostro Market and Product Portfolio Manager. "Abbiamo organizzato un gruppo di lavoro sull'isolamento con la responsabilità di contribuire a definire un quadro di linee guida per i responsabili politici. Il gruppo si avvale di un'ampia gamma di competenze governative, industriali e comunitarie e mette in evidenza questioni come la formazione, l'accreditamento e l'attenzione alle prestazioni che sono vitali per garantire la fiducia dei cittadini nei futuri programmi di rinnovamento in Australia".



Uno dei colpi d'occhio del tetto verde creato con Urbanscape per il Kennedy Performing Arts Center di Washington, D.C., USA

ISPIRAZIONE VERDE

I tetti verdi creano edifici migliori per le persone e simboleggiano il nostro amore per l'ambiente. Per questo motivo la nostra divisione Urbanscape Green Solutions spinge affinché i tetti verdi siano posti al centro delle politiche di pianificazione urbana.

Knauf Insulation è membro del World Green Infrastructure Network internazionale non profit e nel 2019 ha lavorato per formare un capitolo europeo dedicato. Abbiamo concentrato l'attenzione su quattro aree chiave:

1 I TETTI VERDI AUMENTANO IL BENESSERE

La Strategia UE per la biodiversità 2030 della Commissione Europea vuole che le città con più di 20.000 abitanti sviluppino entro la fine del 2021 piani per il verde urbano per promuovere "ecosistemi sani e il verde urbano attraverso l'implementazione di soluzioni basate sulla natura - come tetti e muri verdi".

Cosa può fare Urbanscape®?

Il nostro Urbanscape® Green Roll multiuso per la coltivazione è fino a 10 volte più leggero di altri substrati verdi normali. Il nostro sistema Green Roof System è facile e veloce da installare - non sono necessarie attrezzature speciali - e offre buone prestazioni acustiche e termiche. Contribuisce inoltre alla biodiversità e ad assorbire l'inquinamento dell'aria, l'acqua piovana e la CO₂.

2 GLI IMPOLLINATORI HANNO BISOGNO DI TETTI VERDI

"Le infrastrutture verdi, come i muri e i tetti verdi, possono migliorare le condizioni naturali necessarie per sostenere i fiorenti habitat degli impollinatori", afferma la Commissione nell'ambito dell'Iniziativa Europea per gli Impollinatori. Il valore netto dell'impollinazione degli insetti è stimato intorno al 10% del valore

totale della produzione agricola.

Cosa può fare Urbanscape®?

La vegetazione verde è meglio del cemento per gli impollinatori. Per quattro mesi due tetti verdi Urbanscape Green Roofs sono stati monitorati da esperti dell'Istituto nazionale di biologia in **Slovenia**.

Danilo Bevk, PhD, che ha condotto la ricerca, ha detto: "Durante il nostro studio sono stati contattati più di 1.270 impollinatori e in estate la densità ha raggiunto un massimo di 11 per metro quadrato".

3 I TETTI VERDI AIUTANO AD AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

750 miliardi di euro sono stati stanziati per un piano di ripresa economica verde a livello europeo come risposta alla crisi COVID-19. Al centro di questo piano c'è l'impegno di fare dell'Europa il primo continente al mondo a zero emissioni di carbonio. Quale modo migliore di contribuire se non aggiungendo un tetto verde che assorbe CO₂?

Cosa può fare Urbanscape®?

Urbanscape assorbe fino a 15 kg di CO₂ per ogni metro quadrato nel corso della sua vita e ha un impatto positivo sull'effetto isola di calore" raffreddando l'aria calda intorno agli edifici.

4 I TETTI VERDI AIUTANO A CONTROLLARE LE INONDAZIONI

Tra il 1980 e il 2013 ci sono stati 1.500 eventi alluvionali in Europa che hanno causato oltre 4.700 morti e 150 miliardi di euro di

Urbanscape aiuta a "portare il verde ovunque".

Le nostre soluzioni Urbanscape hanno permesso di "realizzare l'impossibile", svolgendo un ruolo essenziale per la realizzazione di un tetto verde di 6.400 m² sul nuovo ampliamento da 250 milioni di dollari del Kennedy Performing Arts Center di **Washington, D.C.**

Gli elementi principali del progetto sono le enormi falde del tetto verde che partendo da superfici verdi piane, poi si trasformano in pareti verdi quasi verticali lungo le strutture curve in cemento armato di titanio della struttura.

Il progetto è stato descritto da **Geoffrey Valentino**,

l'architetto paesaggista di Edmund D Hollander Designs, come "rinverdire l'impossibile". Ed infatti è stata una bella sfida.

Per il Progetto è stato utilizzato un sistema che combina il terreno LiteTop dell'American Hydrotech e Urbanscape Green Roll di Knauf Insulation.

danni. Un modo per ridurre i rischi di inondazioni è la gestione delle precipitazioni. I tetti verdi assorbono grandi volumi d'acqua alleggerendo la pressione di sistemi idrici obsoleti. Città come **Copenhagen** hanno introdotto una regolamentazione per aumentare il numero di tetti verdi. "A causa delle crescenti sfide poste dai nubifragi e dalle inondazioni, i tetti verdi sono una tendenza in crescita in tutto il mondo", afferma **Tina Saaby Madsen**, Chief Architect di Copenhagen.

Cosa può fare Urbanscape®?

Una soluzione semplice è quella di trattenere l'acqua su un tetto verde il più a lungo possibile e rilasciarla gradualmente nel tempo per evitare allagamenti. Il nuovo sistema Urbanscape® Detention Green Roof System offre sicuramente delle soluzioni interessanti. Durante le forti piogge, la falda acquifera del sistema si alza e riempie gli spazi d'aria. In seguito lo strato di detenzione permette lentamente il deflusso dell'acqua in eccesso dal tetto verde completamente saturato di acqua fino alla sua massima capacità di ritenzione.



Soluzione più leggera per l'ufficio di Tokyo

Un totale di 800 m² del nostro Urbanscape Green Roof è stato installato sul prestigioso Roppongi Boatrace Office Building a **Tokyo, Giappone**. I tetti verdi a Tokyo sono installati con fino a 40 cm di spessore di terreno verde. Nel nostro caso, poiché il tetto degli uffici era inclinato con un cuscinetto limitato, abbiamo dovuto trovare un'alternativa più leggera. Abbiamo progettato ed implementato una soluzione personalizzata con 20 cm di spessore, combinando i substrati di coltivazione minerali Urbanscape con il terreno del tetto verde, e almeno il 50% più leggera rispetto ai tradizionali tetti verdi della città, senza alcun compromesso in termini di ritenzione idrica.

LA FORMA DEL FUTURO

Le nostre innovazioni sono definite dai nostri valori di **challenge.create.care**. Nonostante le sfide del 2020 continuiamo a lavorare a nuove entusiasmanti soluzioni per cambiare il mercato e sostenere il nostro impegno per una migliore sostenibilità ambientale.

COSTRUIRE MEGLIO CON LEVEL(S)

I nostri specialisti in bioedilizia hanno contribuito con la loro esperienza alla definizione di un nuovo strumento della Commissione Europea denominato Level(s) che mira a rimodellare il panorama edilizio in Europa, valutando l'impatto ambientale degli edifici in tutto il ciclo di vita e presentando le informazioni in un formato accessibile.

I nostri esperti in materia di sostenibilità dell'Experience Center di Škofja Loka, Slovenia, hanno fornito feedback e informazioni dalla fase pilota iniziale dei Livelli fino al suo lancio con successo nell'ottobre 2020. Il loro contributo ha portato anche all'inclusione di indicatori di acustica.

Un totale di 10.000 m² di pannelli minerali naturali Knauf Insulation TP138 sono stati installati nelle pareti divisorie dei nuovi uffici Orbit ad Atene, Grecia, oltre a 5.000 m² di pannelli minerali naturali Knauf Insulation Ultracoustic P e 5.000 m² di Knauf Insulation NaturRoll Plus



Questo nuovo sorprendente ampliamento dell'HBLA Pitzelstätten College in Austria può ospitare 200 studenti, è costruito con 2.000 m³ di legno lamellare incrociato e nel 2019 ha vinto il Premio della Carinzia per le Costruzione in Legno. Nella nuova ala sono stati installati complessivamente 15.000 m² di soluzioni Knauf Insulation: UNIFIT 037 per le travi, TP-432B per la facciata ventilata, TPE e TPS per i pavimenti, FKD-MAX C2 per la parete esterna ETICS e Tektalan A2 per i corridoi e i vani scala.

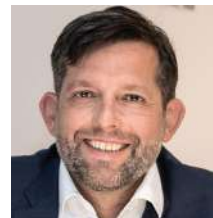
Foto: Ferdinand Neumüller

La crisi da COVID-19 rappresenta una sfida senza precedenti per la nostra azienda, ma non ha cambiato il nostro impegno a sviluppare un ventaglio di innovazioni per i nostri clienti per tutto il 2021.

Managing Director Knauf Insulation Systems Division & Group Marketing Director **Saša Bavec** dice: “Dopo il grande successo di ECOSE Technology® - un legante rivoluzionario senza formaldeide aggiunta - nei prodotti di lana minerale di vetro, ora stiamo studiando come utilizzarlo per il portafoglio prodotti in lana minerale di roccia”.

“I clienti possono aspettarsi molte novità da Knauf Insulation nel 2021.”

Saša Bavec, Managing Director Knauf Insulation Systems Division & Group Marketing Director



Marc De Roeck, Innovation Director, afferma: “Nel 2020 non abbiamo soltanto affrontato la crisi da COVID 19, ma abbiamo anche annunciato alcune innovazioni molto interessanti, come la creazione di un nuovo strumento per aiutare i clienti a comprendere l'impatto ambientale dei nostri prodotti (vedi storia a fianco) e il nostro nuovo Urbanscape® Detention Green

Roof System (vedi pagina 37).

“Abbiamo anche dato priorità alle innovazioni tecnologiche in grado di migliorare le prestazioni termiche, antincendio e acustiche dei nostri prodotti, investendo molte risorse su questi prodotti”.

Saša aggiunge: “I clienti possono aspettarsi molte novità da Knauf Insulation nel 2021”.

Migliorare la comprensione ecologica dei nostri prodotti

Immaginate di acquistare un prodotto e di comprenderne a colpo d'occhio l'impatto ambientale - e poi di poterlo facilmente confrontare con altri prodotti sul mercato.

Questa è l'ambizione del nostro nuovo strumento di Eco-Design che aiuterà a redigere documenti noti come le Dichiarazioni Ambientali di Prodotto (EPD).

Questi documenti danno informazioni sull'impatto ambientale dei nostri prodotti in ogni fase del ciclo di vita - dall'origine delle materie prime, la produzione, l'imballaggio, la distribuzione, l'utilizzo negli edifici e lo smaltimento finale. Attribuiscono inoltre un valore monetario (in euro) ad aspetti che spesso non vengono quantificati

finanziariamente, come, ad esempio, il costo sociale della rimozione di un parco urbano in termini di collettività o di valore per il gioco dei bambini.

Il nostro strumento permette di definire un prezzo figurato sugli indicatori ambientali - come l'impatto sul riscaldamento globale, l'acidificazione e le risorse utilizzate.

Il nuovo complesso Green Hearth a Belgrado, in Serbia, ospita 46.000 m² di uffici in cinque edifici. Le soluzioni Knauf Insulation installate comprendono 5.000 m² di facciata ventilata, 3.200 m² di coperture per garage, 2.400 m² di facciata di contatto e 2.500 m² di pannelli per pavimenti.



DECLARE CERTIFICA IL SUPAFIL

La lana minerale per insufflaggio SUPAFIL è stata certificata esente da ingredienti della Lista Rossa del label DECLARE. L'elenco è una banca dati di sostanze che sono considerate nocive per la salute dalle organizzazioni sanitarie internazionali e centralizzate su una Lista Rossa dell'International Living Future Institute. La certificazione riporta la composizione degli ingredienti fino allo 0,01%. La certificazione DECLARE inoltre aiuta i prescrittori ad ottenere crediti nei sistemi di valutazione dell'edilizia sostenibile (Green Building Rating Systems) focalizzati su materiali salubri.



Questo edificio socio-sanitario è stato progettato dal noto architetto Mario Cucinella per il Comune di San Felice sul Panaro. Costruito con i fondi europei per la ricostruzione dopo il terremoto in Emilia-Romagna, l'edificio presenta le nostre soluzioni NaturBoard nel sistema di facciata ventilata

SVOLTA NELLE APPROVAZIONI

Dodici delle nostre soluzioni per tetti piani sono state certificate dal laboratorio di fama mondiale FM Approvals Fire and Natural Hazard in **Nord America** dopo essere state sottoposte a una serie di impegnativi test antincendio e meteorologici. Avere le approvazioni FM permette ai nostri team di partecipare a gare d'appalto per progetti di tetti piani in tutta **Europa** e nel **Regno Unito**. Inoltre, ancora più significativamente, aiuta ad infondere fiducia nel mercato.

IL DEBUTTO OSPEDALIERO DI SOLUTION

Knauf Insulation Serbia ha sviluppato prodotti specifici in lana di roccia lamellare per far fronte alla crescente richiesta di un efficiente isolamento acustico, termico e antincendio per garage, cantine e locali tecnici. Una divisione locale di Knauf ha contribuito con la malta per il fissaggio delle lamelle e la finitura del colore e nel 2020 è stato lanciato il nuovo sistema CLT. Un totale di 1.900 m² della nostra nuova soluzione è già stato installato nei corridoi della nuova ala dell'ospedale cardiovascolare di **Belgrado**.

SCHEDE INFORMATIVE SUI NUOVI SCHEMI DI VALUTAZIONE DEGLI EDIFICI VERDI

Con l'aggiornamento dei sistemi di valutazione degli edifici verdi, è fondamentale che le nostre schede informative siano costantemente aggiornate in modo che gli addetti ai lavori sappiano come ottenere il massimo dei crediti. Le nostre nuove schede tecniche LEEDv4.1 sono ora disponibili su knaufinsulation.com insieme alle schede tecniche delle ultime versioni di BREEAM International New Construction, DGNB e WELL.



Conto alla rovescia per la produzione: i nostri colleghi si preparano al lancio del nostro nuovo stabilimento in Malesia nel 2021

AMBIZIONE REGIONALE

Il nuovo stabilimento da 120 milioni di euro in Malesia inizierà a produrre all'inizio del 2021. Dopo aver creato 180 nuovi posti di lavoro e con una capacità annua di 75.000 tonnellate, il nuovo stabilimento di Johor Bahru ci avvicinerà, come mai prima, ai clienti dell'Asia-Pacifico. Nonostante le difficoltà causate dalla pandemia, le nostre squadre hanno tenuto la barra dritta.

Due anni fa, abbiamo deciso di aumentare la prossimità con i nostri clienti della regione Asia Pacifico, costruendo un nuovo stabilimento da 120 milioni di euro a Johor Bahru in Malesia.

Nonostante l'incremento della complessità del progetto per effetto della pandemia, stiamo onorando questo impegno.

David Ducarme, Group Chief Operating Officer, afferma: "Naturalmente, per tutto il 2020, siamo stati costantemente messi alla prova dalla crisi da COVID-19, ma siamo riusciti a preservare il piano sviluppato per servire i clienti in Giappone, Corea, Nuova Zelanda e Australia.

"Siamo riusciti a mantenere il nostro impegno e a costruire il nostro nuovo sito perché tutti i team hanno fatto più del possibile, in circostanze straordinarie, per superare le numerose sfide che hanno dovuto affrontare".

Dopo mesi di lavoro online tra Europa e Asia, a ottobre abbiamo mobilitato per la seconda volta i nostri team.

I nostri esperti tecnici sono arrivati in Malesia da tutta Europa lavorando fianco a fianco con i fornitori europei specializzati. Dopo un periodo di quarantena, i team hanno unito le loro forze a quelle dei colleghi locali e dei fornitori regionali per supervisionare la costruzione, installare le attrezzature e mettere in funzione il processo, il tutto rispettando sia il nostro protocollo "Sicuri



come a casa" sia le restrizioni locali.

Più di 50 colleghi della produzione, provenienti dagli stabilimenti Knauf Insulation in Europa e negli Stati Uniti, si sono messi a disposizione per supportare le prime settimane di produzione nel 2021.

Questo duro lavoro ci permetterà ora di ricompensare i nostri clienti, la nostra comunità in Malesia, la nostra azienda e tutti i nostri colleghi.

Johor Bahru è il nostro primo stabilimento in Asia Pacifico e ci permetterà, non soltanto di servire meglio i nostri abituali clienti in Australia e Nuova Zelanda, ma anche di cogliere altre opportunità in nuovi mercati come la Malesia, Singapore e altri paesi del Sud-Est asiatico.

E ci aiuterà anche a posizionare la nostra azienda per il futuro. L'Asia è la regione con la crescita più alta per l'isolamento energetico, con un forte potenziale di sviluppo.

Per questo motivo abbiamo scelto un dimensionamento dell'impianto più grande della domanda attuale, per cogliere tutte le opportunità di crescita fino ad una capacità produttiva annua di 75.000 tonnellate. Da un punto vista economico, l'impianto avrà delle ricadute molto importanti per la regione. Oltre a 180 nuovi posti di lavoro nel sito, nella regione verranno creati circa 20 posti di lavoro in più. Si prevede inoltre che ci sarà un impatto sull'economia locale di 40 milioni di dollari all'anno (circa 34 milioni di euro) in termini di servizi, posti di lavoro e materiali, oltre a 10 milioni di dollari (circa 8,5 milioni di euro) per servizi all'estero. E per i nostri colleghi? David dice: "In Knauf Insulation amiamo le sfide. I successi ottenuti nel 2020 sono un tributo alla forza delle nostre persone e ai nostri valori di **challenge.create.care**."

Esportare i nostri valori in Asia-Pacifico

Il nuovo stabilimento in Malesia non solo offre l'opportunità di rifornire i clienti della regione con prodotti eccezionali, ma ci dà anche la possibilità di esportare i nostri valori di **challenge.create.care** in tutta l'Asia.

Come lo stiamo realizzando? In primo luogo, i nostri ambasciatori del brand – i colleghi a Johor Bahru – sono stati affiancati da un team di specialisti europei guidati da **Cyrille Lerat**, Glass Mineral Wall Technical Director EMEA.

Challenge Per tutti i nostri impianti, l'impegno al miglioramento continuo – vale a dire ricercare continuamente idee innovative per risolvere i problemi – è fondamentale per il successo della nostra azienda.

Il team di specialisti ha lavorato con i nostri nuovi colleghi per stabilire processi di miglioramento continuo in termini di comunicazione, incontri e comportamento; sono stati investiti mesi per definire le istruzioni di lavoro e la formazione dei membri senior dello stabilimento e abbiamo già introdotto un piano per ridurre gli sprechi durante l'avvio del prossimo anno.

Create La centralità del cliente e l'impegno a creare prodotti di qualità superiore sono gli aspetti centrali di ogni impianto Knauf Insulation. Avvicinando le nostre soluzioni di alta qualità basate su ECOSE Technology® ai clienti, saremo in grado di rispondere più rapidamente a tutte le esigenze di sviluppo prodotto e servizio al cliente.

Care La sicurezza del nostro personale viene prima di tutto a Johor Bahru. Niente è così importante da non poter essere fatto in sicurezza. Ecco perché la formazione e l'informazione sulle procedure di sicurezza, come l'individuazione dei pericoli, 'Lock Out Tag Out' e gli incentivi alla sicurezza hanno avuto così tanto visibilità. E continueranno ad averla. Abbiamo previsto un aggiornamento costante - attraverso formazione e video - su tutte le istruzioni di lavoro, sia che si tratti di come iniziare un lavoro o di mostrare come utilizzare i dispositivi di protezione individuale. "La volontà e il desiderio di garantire la sicurezza sono valori fondamentali e accettati dal nostro team - non permetteremo alcuna deroga a questi principi," dice Cyrille.

“ Vogliamo che il nostro stabilimento sia il gold standard regionale per le migliori pratiche sulla sicurezza del lavoro in Asia. ”

Cyrille Lerat, Glass Mineral Wool Technical Director EMEA



NUOVO CENTRO COMMERCIALE

Nella capitale slovena di Lubiana è stato aperto un nuovo centro commerciale di 32.000 m², che ha richiesto per due anni il supporto dei reparti vendite, tecnici, di logistica e servizio al cliente. Oltre 12.000 m² di isolamento di tetto piano sono stati installati nel centro commerciale ALEJA - che comprende anche un centro sociale e sportivo - e 20.000 m² di isolamento del soffitto nelle aree di parcheggio. Inoltre, Knauf Insulation ha fornito tutte le soluzioni per le pareti divisorie del centro.



IL PRIMO COMPLEANNO DI ILLANGE

Il nostro team di **Illange**, in **Francia**, è stato lieto di accogliere i membri della famiglia Knauf nello stabilimento nell'ottobre 2020. Il sito, realizzato con un investimento di 110 milioni di euro, è stato inaugurato nel settembre 2019 e ha portato 120 nuovi posti di lavoro. Illange ha una capacità di produzione di più di 100.000 tonnellate per anno delle nostre soluzioni di lana minerale di roccia: un isolamento sufficiente per circa 25.000 case.



40 ANNI DI SUCCESSO

Il nostro stabilimento di **Novi Marof** in **Croazia** festeggia 40 anni di successi. L'impianto ha iniziato con una modesta produzione di 17.000 tonnellate mentre ora ospita una produzione su larga scala di isolamento tecnico per i paesi di tutta l'Unione Europea e non solo. Lo stabilimento è uno dei maggiori esportatori in Croazia. Novi Marof si distingue anche per essere stato il primo impianto Knauf Insulation di lana minerale di roccia a utilizzare la **ECOSE Technology®** per la maggiore parte dei suoi prodotti.



FORUM DONNA

Knauf Insulation ha partecipato al Forum economico femminile in **Slovenia** nel febbraio 2020. L'evento ha riunito donne di tutto il mondo interessate a cogliere nuove opportunità di business, fare rete e trovare ispirazione. Il forum di quest'anno ha attirato più di 200 per da 30 paesi, tra cui il nostro Group Marketing Director Knauf Insulation Systems Division & Group Marketing Director **Saša Bavec**, che ha detto: "Quando ci lasciamo guidare dalla creatività, non abbiamo concorrenza". Knauf Insulation ha ricevuto un premio speciale come sostenitore dell'evento.



L'IMPORTANZA DELL'ACUSTICA IN AEROPORTO

Nel Terminal dell'aeroporto di Adelaide in **Australia**, sono state installate partizioni acustiche e pareti in lana di roccia Batt, in grado di soddisfare i requisiti di infiammabilità e di fornire grandi prestazioni acustiche. Le partizioni acustiche possono migliorare i valori Rw fino a 10 decibel.



TETTO VERDE PER AUTOBUS

Un vecchio autobus è stato ristrutturato e trasformato in un centro giovanile mobile nella capitale slovena di Lubiana. L'autobus promuoverà progetti culturali, iniziative di mentoring e di vicinato nei quartieri della città. Ad aggiungere un tocco di verde al veicolo ci ha pensato la nostra soluzione **Urbanscape® Green Roof**.

Škofja Loka Masterplan

I nostri colleghi di **Škofja Loka** hanno elaborato un ambizioso "masterplan" sostenibile per il sito, sulla base di criteri economici, ambientali e sociali. **Danilo Kolenc**, Director di Škofja Loka, ha dichiarato: "Il Masterplan è diventato la nostra bussola, articolando la nostra visione di sviluppo e supportando la comunicazione con tutti i nostri clienti, partner e collaboratori esterni e interni". La strategia si concentra su piani futuri come l'ammodernamento tecnologico, l'ottimizzazione delle materie prime, l'automazione ad ampio raggio, la robotizzazione, i nuovi sistemi di traffico, i sistemi di stoccaggio e la creazione di una zona verde tra il vicino villaggio e la fabbrica.



UN TRAGUARDO DA 1 MILIONE

Il nostro stabilimento di **St'Egidien** ha raggiunto, nel maggio 2020, la produzione di un milione di tonnellate di lana minerale di roccia. Il traguardo di tonnellate prodotte è stato ottenuto sulla Linea 2, entrata in funzione nell'ottobre 2009. Questo risultato è frutto dell'eccezionale lavoro di squadra e della straordinaria flessibilità dimostrata per soddisfare le esigenze dei clienti.

Doppio settore

Knauf Insulation ha preso la scena del **Builders Merchants Journal (BMJ) Industry Awards 2020** nel Regno Unito, vincendo sia il Best Insulation Manufacturer sia il Best Heavyside Manufacturer - quest'ultimo per il secondo anno consecutivo. Il direttore commerciale **Steve Duke** ha detto: "Continueremo a migliorare per offrire un servizio eccezionale ed essere il migliore dei partner possibile per i nostri clienti. Grazie a tutti coloro che ci hanno votato, e una menzione speciale a tutto il nostro staff per il loro duro lavoro e il loro impegno".

UNA NUOVA COMUNITÀ PER LA SICUREZZA ANTINCENDIO

Una nuova comunità digitale sta riunendo esperti di incendi e responsabili politici per condividere le competenze e conoscenze, lavorando al contempo per migliorare la sicurezza degli edifici in Europa. L'obiettivo della Comunità europea per la sicurezza antincendio è quello di sviluppare idee e realizzare progetti che possano fornire le basi delle politiche che garantiscono la sicurezza antincendio degli edifici in Europa. La comunità è stata creata come estensione di Fire Safe Europe, un'organizzazione sostenuta da Knauf Insulation.



IL TRAGUARDO DI KRUPKA

Il nostro impianto di produzione di lana minerale di vetro di **Krupka** nella **Repubblica Ceca** ha raggiunto un importante traguardo nel giugno 2020 con 600.000 tonnellate di produzione dall'avvio dell'impianto nel maggio 2006. Il sito produce isolamento di due marchi per più di 20 paesi.

SUPPORARE LA BENEFICENZA IN AUSTRALIA

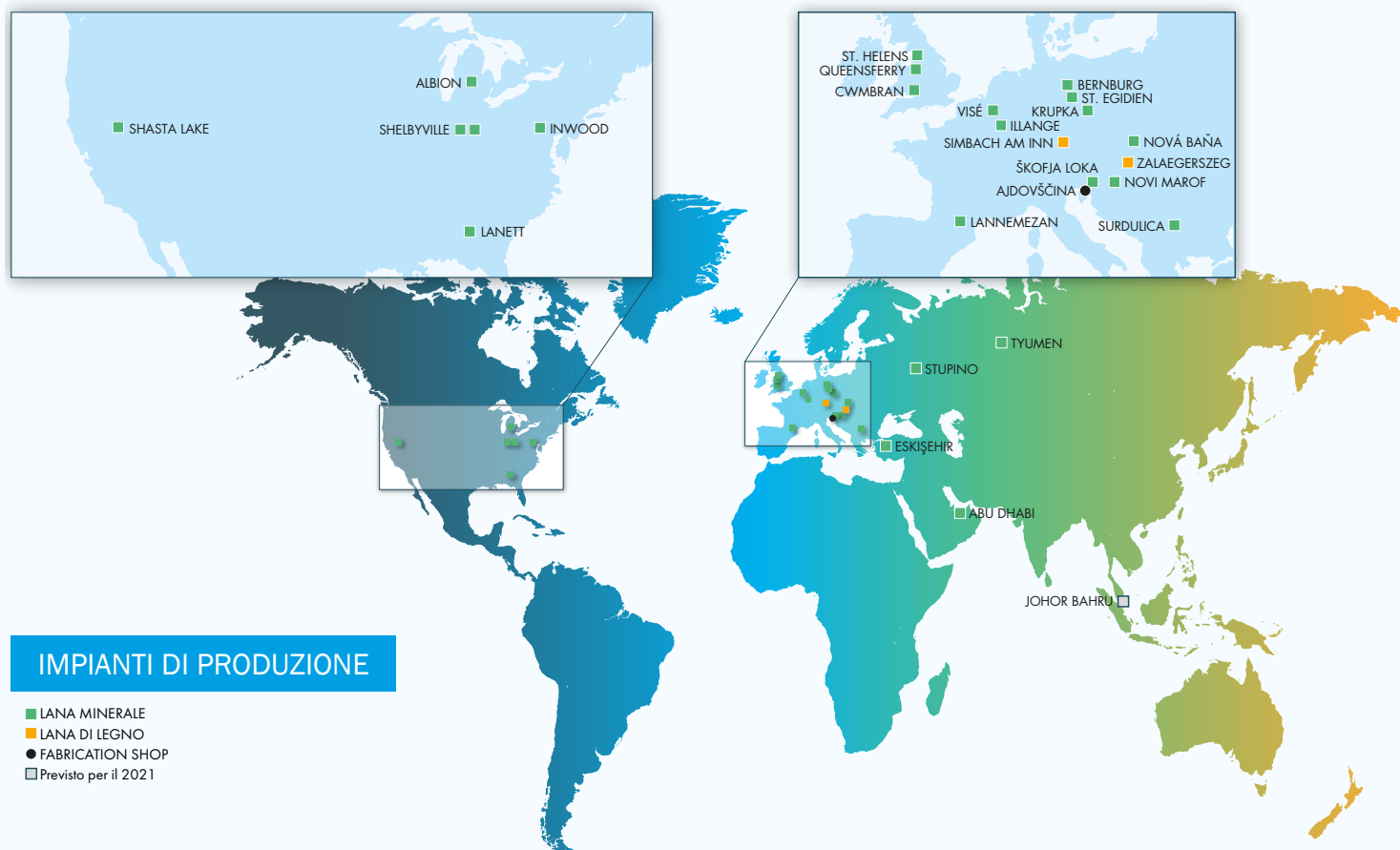
I nostri colleghi ciclisti australiani hanno completato il Tour de Brisbane di 50 km per raccogliere fondi per la Steve Waugh Foundation, impegnata a sostenere i giovani con malattie rare. A novembre, o meglio 'Movember', il 'Mo Bros' del nostro team australiano si è fatto crescere i baffi per raccogliere fondi a favore di enti di beneficenza per il cancro e la salute mentale.

PRIMO CONDOMINIO PASSIVHAUS

Le soluzioni Knauf Insulation sono state installate nel primo condominio **australiano** certificato Passive House (Passivhaus). Il blocco costruito a **Sydney** è composto da 11 appartamenti con una camera da letto ed è stato progettato dall'architetto Olivier Steele che ha detto: "Passivhaus crea spazi abitativi sani che rimangono freschi d'estate e caldi in inverno con un bassissimo consumo di energia. Con un involucro superisolato e una ventilazione per il recupero del calore si hanno temperature confortevoli tutto l'anno".

challenge.
create.
care.

KNAUF INSULATION



IMPIANTI DI PRODUZIONE

- LANA MINERALE
- LANA DI LEGNO
- FABRICATION SHOP
- Previsto per il 2021

CHI SIAMO

Knauf Insulation vanta oltre 40 anni di esperienza nel settore dell'isolamento. Oggi l'azienda ha un organico di oltre 5.500 dipendenti in più di 40 paesi e possiede 27 stabilimenti di produzione distribuiti in 15 Stati. Knauf Insulation fa parte del Gruppo Knauf che conta circa 35.000 dipendenti in tutto il mondo con più di 250 stabilimenti in oltre 80 paesi e un fatturato di 10 miliardi di euro (nel 2019). Il Gruppo Knauf è stato fondato nel 1932 e rimane un'azienda familiare indipendente guidata dai valori di Impegno, Collaborazione, Imprenditorialità e Umanità.

LA NOSTRA MISSIONE

La nostra missione è quella di sfidare il pensiero convenzionale e creare soluzioni isolanti innovative che plasmino il nostro modo di vivere e di costruire nel futuro, prendendosi cura delle persone che realizzano tali soluzioni, delle persone che le utilizzano e del mondo da cui tutti dipendiamo.

LA NOSTRA VISIONE

Guidiamo il cambiamento verso soluzioni di isolamento più intelligenti in grado di contribuire a un mondo migliore.

SEGUICI SU

LINKEDIN SU [LINKEDIN.COM/COMPANY/KNAUF-INSULATION](https://www.linkedin.com/company/knauf-insulation)
TWITTER A [@KNAUFINSULATION](https://twitter.com/KNAUFINSULATION)

RUE DE MAESTRICHT 95, 4600 VISÉ, BELGIO
CONTACT@KNAUFINSULATION.COM
WWW.KNAUFINSULATION.COM

C.SO EUROPA, 603 - 10088 VOLPIANO - TORINO
INFO.ITALIA@KNAUFINSULATION.COM
WWW.KNAUFINSULATION.IT