



DA ITALCEMENTI A HEIDELBERG MATERIALS, INIZIA PER TUTTI UNA NUOVA ERA



Roberto Callieri
 Amministratore
 Delegato Italcementi

Quello che si avvicina sarà un anno di svolta per la nostra Azienda. Dopo quasi 160 anni, infatti, stiamo per consegnare il marchio Italcementi alla storia, per rinascere come Heidelberg Materials Italia.

Sarà un cambiamento storico, fondamentale da molti punti di vista ed è molto importante, innanzitutto, comprenderne le ragioni.

Il mondo del cemento e dei materiali per le costruzioni sta cambiando in modo sempre più rapido, spinto da due processi necessari e

inarrestabili: la decarbonizzazione e la digitalizzazione. L'industria del cemento è chiamata a investimenti enormi per raggiungere l'obiettivo dell'azzeramento della CO₂ dai propri processi. Come sapete, infatti, la produzione stessa del cemento libera anidride carbonica per effetto delle reazioni chimiche che portano alla formazione dei nostri prodotti. Per arrivare all'obiettivo "zero CO₂", è necessario introdurre tecnologie pionieristiche come la

PAG 2 HeidelbergCement diventa Heidelberg Materials

PAG 4 Great Place to Work, inizia dall'ascolto un percorso di miglioramento continuo

PAG 8 Italcementi e Calcestruzzi protagonisti al SAIE di Bologna

PAG 9 L'acqua: un bene prezioso da risparmiare. Gli impegni di Calcestruzzi

PAG 10 Il report sostenibilità Italcementi 2021

PAG 11 Quarry Life Award

PAG 12 Italcementi: innovazione digitale e concretezza produttiva

Going Digital: appuntamento di formazione IT per tutti i colleghi

→ continua a pagina 2

opendoors@italcementi.it



Carbon Capture and Storage (CCS) o Carbon Capture and Utilization (CCU), che spillano la CO₂ dal nostro processo produttivo per stoccarla oppure riutilizzarla mettendola a disposizione di altri processi industriali. Tali soluzioni di cattura richiedono investimenti ingenti: l'appartenenza a un gruppo leader mondiale come Heidelberg Materials che ha annunciato target chiari ed ambiziosi in merito, è certamente garanzia di serietà e determinazione. Il cambiamento, ancora di più, riguarda anche il prodotto stesso. Sempre di più produrremo materiali che vanno oltre il cemento, innovando radicalmente questo materiale rispetto a quanto è stato fatto nell'ultimo secolo e mezzo: si utilizzeranno sempre più materiali provenienti dall'economia circolare e innovazioni di processo per arrivare, appunto a prodotti "carbon free". Di qui la scelta di andare oltre la parola "cemento", a partire dal nome del nostro Gruppo.

A queste novità di processo e di prodotto si aggiungeranno grandi cambiamenti sul fronte della digitalizzazione, che investe e investirà sempre di più tutti i processi del nostro settore e della nostra Azienda.

La decisione di unificare ancora di più il Gruppo e di parlare con una sola voce è stata presa la scorsa estate dai vertici di HeidelbergCement e riguarda tutte le filiali nel mondo: la transizione al nuovo marchio avverrà in modi e tempi che verranno comunicati nel corso dei prossimi mesi.

È certamente un importante percorso storico che si chiude e ciascuno di noi, incluso il sottoscritto che lavora in Italcementi dal 1990, avrà dei forti impatti emotivi. Ma sarà la capacità di rispondere a questi importanti cambiamenti che ci attendono, adattandoci al nuovo scenario e cogliendo le nuove sfide, che ci permetteranno di gettare le basi di una Società diversa, evoluta, adattabile e pronta a fronteggiare le nuove sfide che ci attendono.



HEIDELBERGCEMENT DIVENTA HEIDELBERG MATERIALS

Una nuova brand identity per tutti i Paesi del gruppo che sottolinea il ruolo pionieristico della società nel percorso verso la decarbonizzazione e la digitalizzazione nel settore dei materiali per le costruzioni.

A partire dal 2023 tutte le filiali nazionali e internazionali acquisiranno progressivamente il brand di Heidelberg Materials, un nuovo nome che porta con sé "Heidelberg" come sinonimo di continuità e leadership di mercato e "Materials" a rappresentare la più ampia gamma innovativa di materiali sostenibili e intelligenti e soluzioni digitali per il settore delle costruzioni.

«Siamo orgogliosi del nostro settore cemento, ma la gamma dei nostri servizi va ben oltre il cemento, oggi e ancora di più in futuro - ha dichiarato **Dominik von Achten, CEO di Heidelberg Materials** -. Il nostro futuro è sostenibile e digitale. Le richieste dei clienti, i mercati e i concorrenti cambiano rapidamente. Sfide e opportunità superano i confini nazionali, la comunicazione diventa sempre più globale. Le opportunità di differenziazione crescono.

Noi saremo la prima azienda al mondo a offrire cemento carbon-free su larga scala già nel 2024. Stiamo portando avanti con vigore i nostri progetti di cattura e stoccaggio/riutilizzo dell'anidride carbonica: entro il 2030, ridurremo le nostre emissioni di CO₂ di 10 milioni di tonnellate grazie ai progetti che abbiamo già avviato».

«Per sfruttare appieno i nostri punti di forza come team globale, dobbiamo apparire e agire uniti e parlare con una sola voce - prosegue Von Achten -. Con il nostro nuovo marchio globale Heidelberg Materials, diamo alla nostra trasformazione un volto e un punto di riferimento. Continuiamo a guidare il cambiamento nel nostro settore verso la sostenibilità e la digitalizzazione, a beneficio dei nostri clienti, dei nostri dipendenti, dei nostri azionisti e della società in cui viviamo».

ADOZIONE MONDIALE A PARTIRE DAL 2023

Jon Morrish, responsabile per lo sviluppo del marchio, ha dichiarato: «Siamo pionieri nel percorso verso la carbon neutrality e l'economia circolare nel settore dei materiali per le costruzioni e offriamo ai nostri clienti un valore sostenibile: entro il 2030 intendiamo generare metà dei nostri ricavi con prodotti a basso contenuto di carbonio. Heidelberg Materials è un marchio incisivo che descrive la qualità del nostro lavoro a livello globale, i nostri standard di sostenibilità e unisce i punti di forza delle filiali dell'intero Gruppo».

DA HEIDELBERGCEMENT
A HEIDELBERG MATERIALS:
GUIDARE IL CAMBIAMENTO
PER COSTRUIRE IL FUTURO.



Nella prima fase il rebranding riguarderà il Gruppo con l'immediata introduzione del marchio **Heidelberg Materials**. Dal 2023 le filiali nazionali e internazionali prenderanno progressivamente il nome di Heidelberg Materials. «Anche Italcementi, insieme a tutte le altre realtà del Gruppo, confluirà in questo nuovo brand - spiega **Roberto Callieri, Amministratore Delegato di Italcementi** -. Avremo tutto il tempo necessario per compiere questo passaggio nel modo migliore, ma le grandi sfide che abbiamo davanti, tra le quali la decarbonizzazione e la digitalizzazione, non possono essere vinte a livello nazionale autenticamente globale. Guardiamo con ottimismo al nostro futuro, nella certezza che supereremo tutte le sfide presenti e future per iniziare insieme una nuova storia».

OBIETTIVO: LA PRIMA SOCIETÀ NET ZERO DEL SETTORE

Il nuovo logo unisce razionalità ed emozione, e include sia i valori tradizionali sia i futuri campi di attività del Gruppo. L'immagine è nuova: due elementi si uniscono in una forma organica e diventano la prima lettera del marchio, la 'h'. La forma più grande rappresenta un elemento strutturale e quindi le competenze tecniche di Heidelberg Materials. L'elemento più piccolo simboleggia le aree di attività future del Gruppo. Il nuovo marchio riflette l'intenzione di essere aperti al cambiamento, rimanendo allo stesso tempo accessibili e autentici e sottolinea contemporaneamente il fatto che Heidelberg Materials è un pilastro fondamentale del settore globale dei materiali per le costruzioni, con un obiettivo concreto: diventare la prima società "Net Zero" del settore.

“ DAL 2023 TUTTE LE REALTÀ DEL GRUPPO, TRA CUI ITALCEMENTI, ACQUISIRANNO PROGRESSIVAMENTE IL BRAND HEIDELBERG MATERIALS. ”



GREAT PLACE TO WORK, INIZIA DALL'ASCOLTO UN PERCORSO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO

Essere un "Great place to work", ovvero un grande posto dove lavorare: è l'obiettivo che si pongono le aziende, come Italcementi, che vogliono essere attente al miglioramento continuo del clima aziendale e allo stesso tempo essere attrattive verso nuovi talenti da inserire nella propria struttura produttiva e di sede.

Per la prima volta, quest'anno, la nostra società ha voluto aderire a una iniziativa internazionale di monitoraggio del clima aziendale e oggi, dopo la raccolta e l'elaborazione dei dati raccolti con il sondaggio della scorsa estate, possiamo fare un bilancio dei risultati con **Giuseppe Agate, Direttore Risorse Umane.**

Partiamo dal principio: come è nata l'idea di partecipare a Great Place to Work?

Da diverso tempo sentivamo la necessità di un momento di ascolto dei nostri colleghi, quanto più possibile aperto e diffuso. Abbiamo vissuto gli anni difficili del Covid e, internamente, sono intervenuti



diversi cambiamenti (acquisizioni di società e di impianti, numerose nuove assunzioni) che meritavano una fotografia circa lo "stato emotivo" delle nostre persone. Per una realtà come la nostra è molto importante conoscere la qualità del clima aziendale, che oggi può essere misurata con metodo scientifico attraverso un indice, elaborato da una società esterna certificata e attiva in questo ambito ormai da oltre vent'anni. Di certo, le preoccupazioni derivanti dal contesto esterno (la pandemia, il conflitto in Ucraina, la crisi energetica) hanno giocato un ruolo nei risultati del sondaggio, ma - ciò nonostante - nell'estate scorsa Italcementi e tutte le aziende controllate sono state coinvolte in un questionario nell'ambito del progetto Great Place to Work. Oltre il 75% dei dipendenti ha aderito all'iniziativa esprimendo una propria valutazione dell'azienda e del loro grado di fiducia nei suoi confronti. Un ottimo tasso di partecipazione, segno della fiducia riposta nello strumento stesso e anche della grande voglia di esprimersi e far sentire la propria voce.

Ascoltare i colleghi è stato lo scopo principale del sondaggio?

Questo è stato sicuramente il primo e principale obiettivo di questa iniziativa. Ma le finalità sono decisamente più articolate e guardano all'interno e all'esterno dell'azienda. Internamente, oltre ad un segnale di maggiore apertura, la survey aiuterà a focalizzare i punti di forza, gli elementi distintivi e di orgoglio da consolidare e valorizzare. Di contro, sarà l'occasione per individuare le aree di miglioramento su cui concentrare le opportunità di investimento. Grazie a questa lettura, consapevoli dei nostri limiti ma anche delle nostre virtù, saremo in grado di meglio proporci esternamente, soprattutto rispetto ai giovani talenti che si affacciano al nostro mondo.

“ **ESSERE UN GREAT PLACE TO WORK, CREARE AMBIENTI DI LAVORO D'ECCELLENZA: UN OBIETTIVO IMPORTANTE PER ITALCEMENTI.** ”

Come funziona questo sondaggio e cosa si propone di misurare?

Si tratta di un questionario articolato, totalmente anonimo, formato da 60 domande a risposta chiusa e 2 aperte, che hanno toccato diversi ambiti del lavoro, dai percorsi di crescita professionale, alla formazione, alla sicurezza, a temi più attuali come il "work life balance", all'impegno dell'azienda nei confronti dell'ambiente, fino al grado di soddisfazione personale nell'ambito del proprio percorso lavorativo.

Una volta raccolti i risultati, come sono stati elaborati?

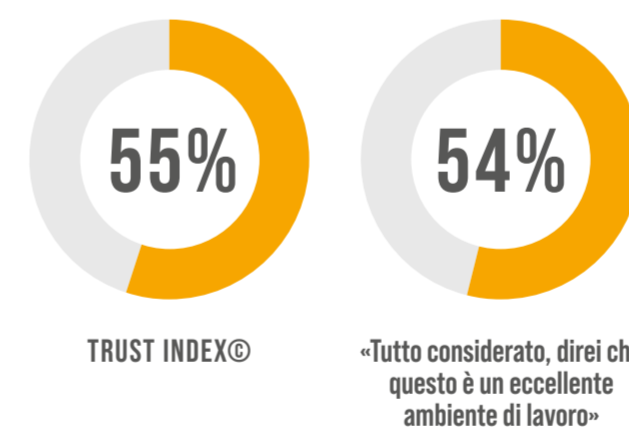
Il progetto si sviluppa in fasi successive: al primo momento di ascolto è seguita la restituzione dei

dati attraverso assemblee e incontri dedicati. Proseguiremo poi con l'organizzazione di incontri e interviste in cui diverse delle nostre persone saranno chiamate a condividere idee e proposte migliorative su temi specifici. Alle prime fasi di ascolto e confronto, seguirà un piano di iniziative messo a punto dall'Azienda, per poi proseguire con un nuovo sondaggio che - se il contesto lo consentirà - verrà realizzato nella primavera 2024.

Quali aspetti sono stati valutati con il sondaggio?

Le cinque dimensioni analizzate sono: **COESIONE**, intesa come il senso di amicizia e di squadra nell'ambiente di lavoro; **ORGOGGIO**, ovvero, il senso di appartenenza e orgoglio per il proprio contributo e per quello del team al successo aziendale; **EQUITÀ**, vissuta come l'equa condivisione di riconoscimenti e opportunità; **RISPETTO** del riconoscimento del valore personale e professionale e la **CREDIBILITÀ**, intesa come la fiducia nei confronti dei manager e della loro competenza.

I PRINCIPALI RISULTATI

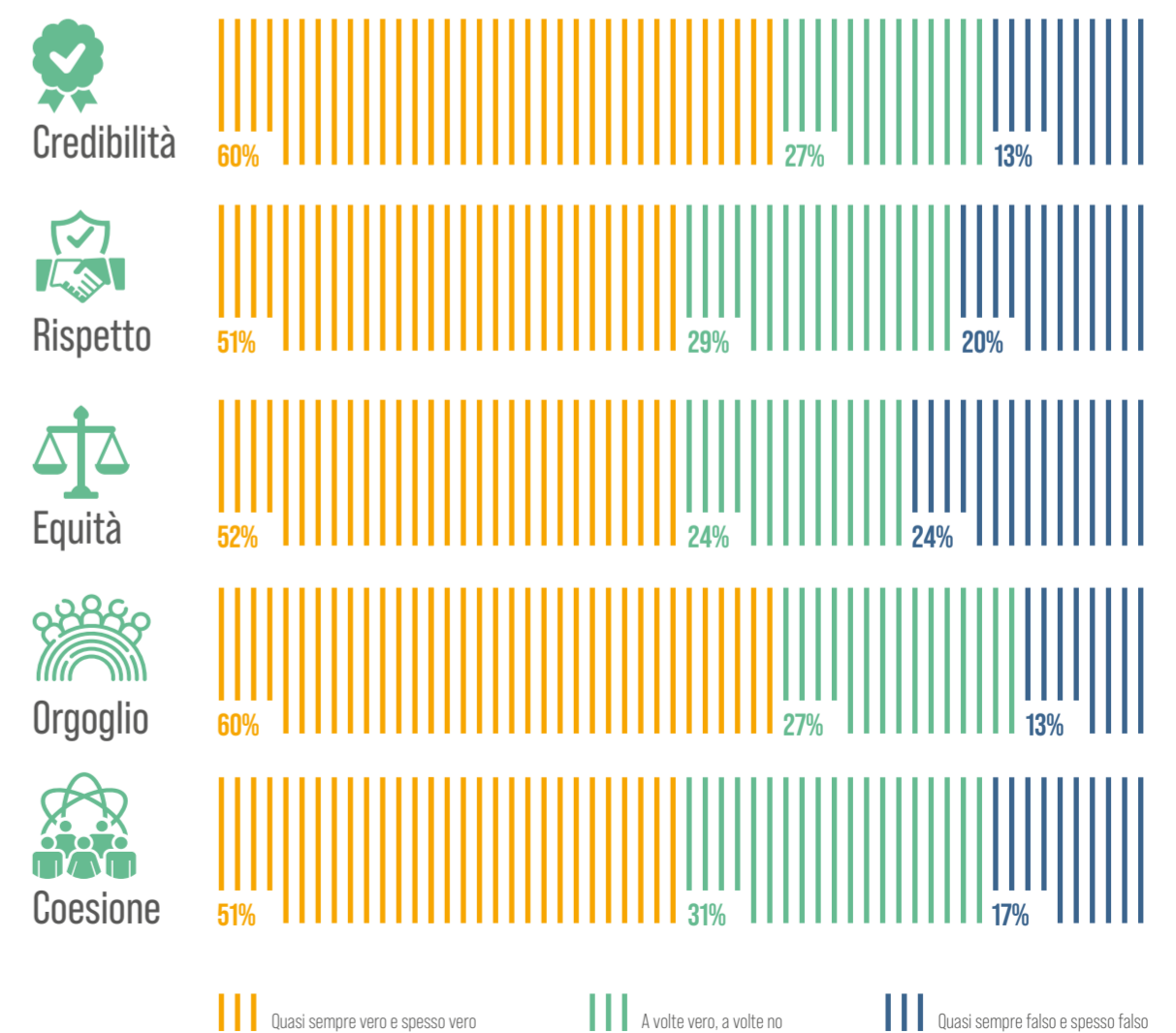


Response Rate 76%

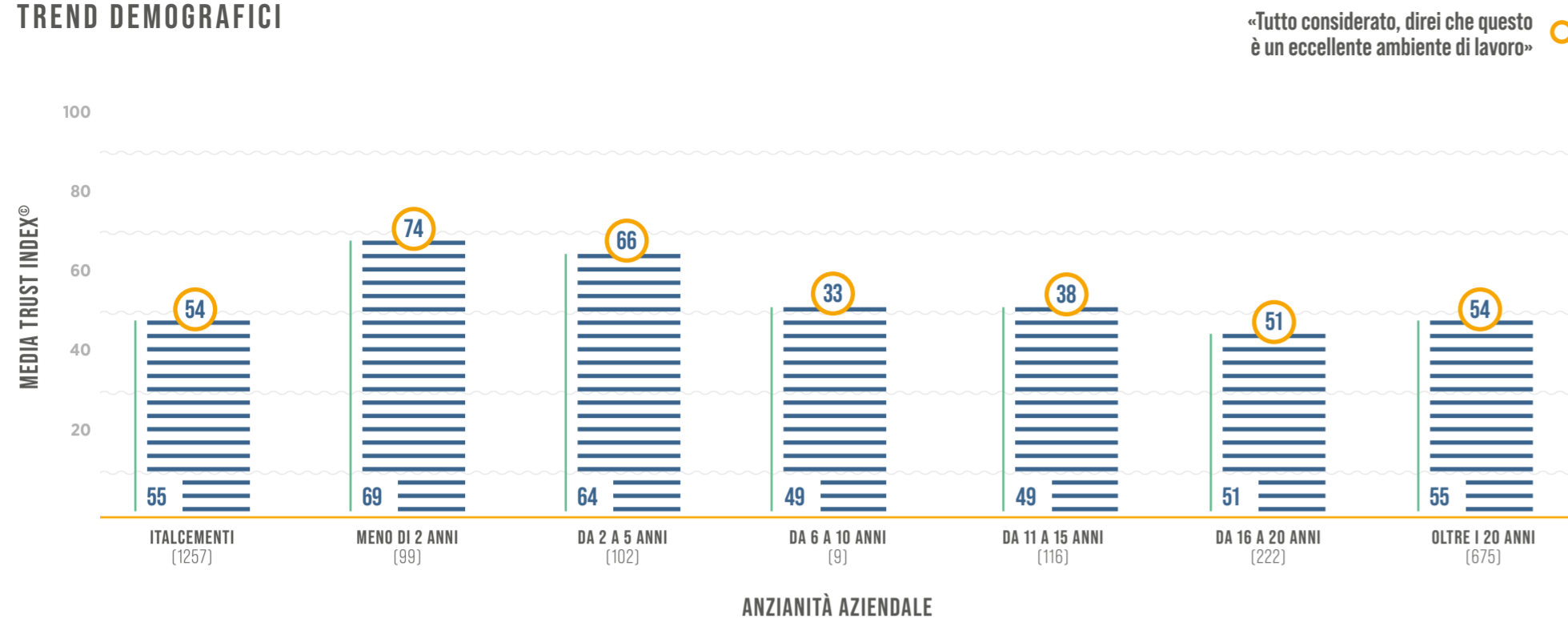
Credibilità	60%
Rispetto	51%
Equità	52%
Orgoglio	60%
Coesione	51%



LE RISPOSTE NELLE 5 DIMENSIONI



TREND DEMOGRAFICI



PIANO D'INTERVENTI



“ I PUNTI DISTINTIVI DELLA CULTURA AZIENDALE DI ITALCEMENTI, VALORI FONDAMENTALI, VENGONO AMPIAMENTE RICONOSCIUTI. ”

Veniamo ai risultati: quali sono i principali aspetti emersi dall'indagine?

Nel complesso, il 60% della popolazione aziendale individua come punto di forza la **credibilità dei propri manager** e riconosce la loro competenza, sentendosi **parte di un team**. Italcementi viene reputata **un'Azienda equa** dal 52% degli intervistati, mentre i valori di **rispetto e coesione** vengono riconosciuti come tali dal 51% degli intervistati.

Il "trust index", ovvero la media delle risposte positive a tutte le 60 domande, è stato del 55%: questo significa che **più della metà della popolazione aziendale si ritiene soddisfatta di lavorare per questa organizzazione** e ne apprezza diversi aspetti. Il 30% della popolazione si è dimostrato invece indeciso sui cinque valori, e proprio su questa parte della popolazione aziendale si andrà a lavorare con l'obiettivo di trasformare questa fetta di indecisi in "ambasciatori" del buon vivere in Azienda.

I risultati sono omogenei, oppure ci sono giudizi diversi all'interno dell'Azienda?

I numeri vedono una sensibile distinzione tra parte produttiva (cemento e calcestruzzo) e la sede. Questo è tipico di una realtà complessa e variegata come quella di Italcementi in cui le attività produttive sono dislocate su tutto il territorio italiano, mentre la sede è unica.

Sono diversi i fattori anche di contesto

socioeconomico che contribuiscono al livello di soddisfazione generale, come ad esempio il fatto di lavorare in un'area in cui esistono anche valide alternative territoriali occupazionali o l'essere una realtà "quasi unica" nel suo genere e riconosciuta (come avviene nel Sud Italia, ad esempio): l'aver una rete familiare vicina in grado di prendersi cura delle esigenze extra-lavorative, l'essere una famiglia monoreddito o no, operare in una realtà produttiva maggiormente sollecitata dal punto di vista dei carichi di lavoro. Questi aspetti specifici incidono sensibilmente sulle percezioni dei colleghi e determinano livelli differenti di soddisfazione.

Oltre alle differenze geografiche ci sono altre possibili letture?

Sì. È differente, per esempio, anche il livello di soddisfazione sul proprio percorso lavorativo in base alle diverse fasce di anzianità aziendale: i colleghi con meno di 5 anni di esperienza aziendale hanno un alto livello di soddisfazione ed entusiasmo, la fascia che va dai 6 ai 15 anni di esperienza dichiara la percezione più bassa di tutto il perimetro aziendale, mentre quella dai 16 anni in su mostra un maggior grado di soddisfazione, grazie anche alla grande esperienza maturata e dell'elevata professionalità. Vogliamo rinnovare la motivazione e l'ingaggio di questi colleghi, partendo dalla consapevolezza del know-how che detengono e dal riconoscimento organizzativo

60%

LA PERCENTUALE DI POPOLAZIONE AZIENDALE CHE INDIVIDUA COME PUNTO DI FORZA LA CREDIBILITÀ DEI PROPRI MANAGER E RICONOSCE LA LORO COMPETENZA, SENTENDOSI PARTE DI UN TEAM.

del proprio ruolo, per stimolare una migliore percezione dell'ambiente lavorativo e perché loro stessi si facciano "ambasciatori" dell'Azienda nel vivere quotidiano, anche verso l'esterno.

Dal punto di vista dei temi specifici, cosa è emerso?

Nella parte finale del questionario sono stati posti due temi che stanno particolarmente a cuore alla nostra Azienda: è stato richiesto di esprimersi relativamente al bilanciamento tra vita privata e lavorativa, che ha visto risposte molto variegata su tutto il territorio italiano, fotografia delle diverse opportunità di flessibilità organizzativa e di contesto territoriale e familiare. In generale, il **work-life balance** risulta essere più facile al Centro-Sud rispetto al Nord dove convivono maggiori carichi produttivi in contesti dove altre realtà lavorative possono offrire condizioni più agevoli dal punto di vista degli orari di lavoro. Sul tema della sostenibilità, abbiamo registrato un'opinione più che positiva relativamente alle **politiche aziendali di Ambiente e Sicurezza**: risultato di un lavoro di circa vent'anni su queste tematiche, che ha portato frutti sia internamente che con stakeholders e clienti.

In conclusione: una fotografia articolata, che traccia la rotta per i prossimi anni a venire nel rapporto tra l'Azienda e il suo personale.

Esattamente. Il sondaggio ha permesso, dopo diversi anni, di esprimere in piena libertà un proprio punto di vista sull'Azienda e ha mostrato margini di miglioramento per quanto riguarda il "sentirsi parte" di una realtà in cui continuare ad investire. Il sistema valoriale dell'azienda deve quindi essere rafforzato, anche attraverso un maggior coinvolgimento da parte dei "middle manager", spina dorsale della nostra organizzazione ed elemento chiave per motivare e guidare i diversi team. L'analisi però evidenzia anche la **fiducia nel management** e nella **gestione aziendale**, l'apprezzamento degli **strumenti di lavoro**, la correttezza dell'azienda nella **gestione delle diversità**, il **coinvolgimento e l'orgoglio per i risultati aziendali** e per il lavoro per **ridurre l'impatto ambientale**. Valori fondamentali che vengono diffusamente riconosciuti e su cui costruire l'organizzazione del futuro in cui conviveranno cinque diverse generazioni, con priorità diverse e nuove: l'incontro e l'equilibrio fra queste richiederà una sempre maggiore maturità e consapevolezza su "cosa ci unisce".

CARO BOLLETTE, BONUS FINO A 1.000 EURO PER TUTTI I DIPENDENTI

Un bonus straordinario ai dipendenti per fare fronte al caro-bollette: questa la scelta di Italcementi, che ha deciso di erogare il contributo insieme alla tredicesima mensilità.

«Si sta concludendo un anno segnato da continue tensioni interne e internazionali, durante il quale tutti siamo stati e siamo tutt'ora chiamati ad affrontare sfide impegnative», spiega in una lettera ai dipendenti l'Amministratore Delegato di Italcementi, Roberto Callieri.

«Mi riferisco, in particolare, alla corsa dei costi energetici, alle incertezze del contesto internazionale, alla speranza quasi del tutto svanita di una forte ripresa dopo la pandemia, i cui effetti e impatti, peraltro, stiamo registrando anche nell'anno in corso», prosegue la lettera. «Inflazione e caro-bollette sono espressioni ormai entrate nei nostri discorsi quotidiani e come Azienda abbiamo deciso di promuovere una misura di sostegno straordinaria».

Il 20 dicembre - unitamente alla tredicesima mensilità - sarà erogato un bonus straordinario a favore di tutti i dipendenti in forza, con i seguenti valori: 1.000 euro per i dipendenti con retribuzione annua lorda non superiore a 35.000 euro; 800 euro per i dipendenti con retribuzione annua lorda superiore a 35.000 euro e non superiore a 50.000 euro; 500 euro per i dipendenti con retribuzione annua lorda superiore a 50.000 euro. L'iniziativa interessa complessivamente circa 1.700 dipendenti, distribuiti in 10 cementerie, quattro centri di macinazione, 122 impianti di produzione di calcestruzzo e in diverse sedi su tutto il territorio nazionale.



ITALCEMENTI E CALCESTRUZZI PROTAGONISTE AL SAIE DI BOLOGNA



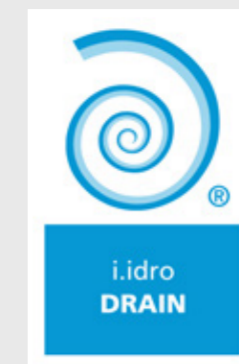
Clienti, progettisti, tecnici della pubblica amministrazione, architetti del paesaggio, rappresentanti di scuole edili, studenti di istituti tecnici: è stato un susseguirsi di visite allo stand Italcementi e Calcestruzzi al Saie di Bologna che si è svolto dal 19 al 22 ottobre 2022.

Tre gli obiettivi della presenza in fiera: **ribadire gli impegni per la sostenibilità** di Italcementi e Calcestruzzi con la gamma dei prodotti eco.build; lanciare ufficialmente il più importante ampliamento di gamma della soluzione per pavimentazioni **i.idro DRAIN** mai portato sul mercato; presentare ai visitatori **i.build**, la business unit di Calcestruzzi che lavora per garantire la qualità e la sostenibilità delle soluzioni per progettare, produrre, consegnare, stendere e lavorare ogni tipologia di pavimentazione.



ECCO I NUOVI PRODOTTI DELLA GAMMA I.IDRO DRAIN

- > **Economia circolare:** **i.idro DRAIN ECO TM**, una soluzione Tailor Made per il mercato. Una percentuale di **riciclato superiore al 5%** richiesto dai Criteri Ambientali Minimi per il calcestruzzo;
- > **Riduzione emissioni CO₂:** con il lancio di **i.idro DRAIN LOW CARBON** riduciamo fino al 30% le emissioni di CO₂ legate alla produzione del materiale;
- > **Abbattimento inquinanti:** utilizzando **i.idro DRAIN ACTIVE**, grazie alla fotocatalisi è possibile abbattere naturalmente alcuni inquinanti presenti in atmosfera, come ad esempio gli NOx.



L'ACQUA: UN BENE PREZIOSO DA RISPARMIARE. GLI IMPEGNI DI CALCESTRUZZI



Calo delle precipitazioni nevose invernali, incremento dei prelievi per usi agricoli e industriali, aumento della frequenza di eventi siccitosi estremi, anche in zone caratterizzate fino a pochi anni fa da estati con clima tipicamente continentale; una serie di concause che hanno fatto ripensare, a livello europeo e globale, al ruolo dell'acqua nei processi umani.

Da risorsa ritenuta virtualmente infinita, abbiamo cominciato a considerarla **un bene prezioso da conservare e tutelare, in ogni sua forma**, cominciando soprattutto dall'acqua dolce; quest'ultima, infatti, rappresenta una piccolissima parte dell'acqua totale del pianeta, solamente il 2,5 %, mentre la parte restante è acqua salata e oceanica. Le stime indicano che, entro il 2025, più di 1,8 miliardi di persone vedranno la propria vita influenzata, in modo anche importante, dalla scarsità d'acqua, e che i due terzi dell'Umanità vivrà in zone soggette a stress idrico a causa dell'uso, della crescita e del cambiamento climatico. **La sfida** che ognuno di noi deve porsi ora è **come custodire, gestire e distribuire efficacemente l'acqua che abbiamo**. Nessuno può sottrarsi a questo impegno, comprese le realtà industriali che operano in comparti che utilizzano l'acqua per la produzione.

È per questo che in **Calcestruzzi** è maturata già da qualche anno un'attenzione particolare volta all'**implementazione di tecnologie e pratiche per la riduzione del consumo dell'acqua** nel processo produttivo del calcestruzzo, un'attenzione che **ha già portato a importanti risultati** e che consentirà di ottenerne altri nell'immediato futuro.



L'ARTICOLO COMPLETO CON GLI INTERVENTI DI **DEBORAH FLORIS, SERGIO TORTELLI E FILIPPO ZAPPARRATA** È DISPONIBILE SUL BLOG DI ITALCEMENTI.





IL REPORT SOSTENIBILITÀ ITALCEMENTI 2021

Pubblicato il report di sostenibilità 2021. Giunto alla sua terza edizione, a seguito del riassetto societario del 2016, il report illustra i risultati conseguiti in ambito economico, ambientale e sociale nel 2021 per perseguire i Sustainability Commitments 2030, gli impegni presi da Heidelberg Materials e allineati ai Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite.

RIDUZIONE DELLA CO₂: UN APPROCCIO STRATEGICO E DIVERSIFICATO

Per raggiungere l'ambizioso obiettivo di decarbonizzazione del settore, Italcementi applica da anni un mix di soluzioni tra cui - fondamentali - la promozione di misure di efficienza energetica e l'aumento dell'uso di combustibili alternativi rispetto ai combustibili fossili tradizionali. **Nel 2021, le emissioni di CO₂ evitate grazie all'utilizzo di combustibili alternativi sono state pari a 55.428 tonnellate.** Tra le misure promosse da Italcementi vi è, inoltre, l'utilizzo di **materie prime alternative** nella produzione del clinker che è, appunto, la componente ad alta intensità di CO₂ nel cemento, e l'utilizzo di **materiali sostitutivi** del clinker nella formulazione dei cementi stessi. Il ciclo produttivo del cemento può ricoprire, infatti, un ruolo fondamentale per lo sviluppo e l'applicazione dei principi dell'economia circolare. L'insieme delle azioni intraprese da Italcementi nel biennio 2020-2021 ha consentito di **ridurre le emissioni, rispetto al 2019, di 15Kg di CO₂ per tonnellata di cemento.** L'obiettivo di Heidelberg Materials prevede per



il 2025, rispetto al 1990, una riduzione del 30% delle emissioni di CO₂ nel ciclo di produzione del cemento e per il 2050 un approccio carbon neutral per il calcestruzzo destinato alla clientela. Una strada che Italcementi sta percorrendo con azioni concrete.

Le cementerie italiane danno inoltre un contributo importante al raggiungimento del target di Gruppo di riduzione delle emissioni al 2030 per quanto riguarda le polveri, gli SO_x e gli NO_x: **nel 2021 hanno confermato le proprie importanti prestazioni con una riduzione dell'81% di polveri, del 71% di SO_x e del 42% di NO_x rispetto ai livelli 2008.**

UNA PRODUZIONE CERTIFICATA E SOSTENIBILE

Nel 2021 il **94% del cemento prodotto proveniva da impianti dotati di certificazione ambientale ISO 14001:2015**, l'ultima versione disponibile dello standard ISO di riferimento, che rappresenta lo standard internazionale di linee

guida operative per migliorare le performance ambientali delle organizzazioni tramite un Sistema di Gestione Ambientale (SGA). Nel corso del 2021, sono state, inoltre, ottenute nuove certificazioni **CSC (Concrete Sustainability Council)**, il procedimento che valida l'intera filiera di produzione del cemento secondo i principi base della Sostenibilità. L'impianto di Cologno Monzese (MI) di Calcestruzzi ha ottenuto il Rating Gold, quello di Campomorone (GE), il Rating Silver - e la cementeria Italcementi di Rezzato - Mazzano (BS) il Rating Bronze. Il Concrete Sustainability Council è un'associazione creata dai maggiori produttori mondiali di cemento e di calcestruzzo all'interno della Global Cement and Concrete Association per promuovere i valori di sostenibilità dell'industria e del prodotto.

“ ITALCEMENTI STA PERCORRENDO DA ANNI AZIONI CONCRETE PER LA PROMOZIONE DI MISURE DI EFFICIENZA ENERGETICA. ”



SCARICA IL REPORT DI SOSTENIBILITÀ

CI SERVE LA TUA IDEA MIGLIORE...

QUARRY LIFE AWARD

“CUORE” E “ALLA RICERCA DELLA NOTA STONATA” I DUE PROGETTI VINCITORI DELLA SECONDA EDIZIONE ITALIANA, CON UN IMPORTANTE POSIZIONAMENTO ANCHE A LIVELLO MONDIALE.

S

Si è conclusa la **seconda edizione italiana del Quarry Life Award**, il concorso internazionale ideato dal **Gruppo Heidelberg Materials**, e promosso a livello nazionale da Italcementi, che invita cittadini, studenti, ricercatori, università, accademici e associazioni a sviluppare **progetti per promuovere la biodiversità nei siti estrattivi**.

I vincitori sono stati annunciati durante una **cerimonia all'I.lab**. Tra i quattordici progetti presentati, sono stati scelti sei finalisti che da gennaio a settembre hanno lavorato sul campo allo sviluppo dei loro progetti, suddivisi fra le categorie Ricerca e Comunità a **Santa Giustina**, in provincia di Brescia, la **ex cava protagonista** del concorso. Dopo la chiusura definitiva della cava avvenuta nel 2011, Italcementi ha siglato una convenzione con il Comune di Castenedolo per un progetto di rimboscimento per un'area grande circa 20 ettari. **Il bosco di Castenedolo è il bosco di pianura più grande di tutta la Lombardia**. Gli interventi di piantumazione si sono conclusi nel 2015 e hanno riguardato la **piantumazione di oltre 30.000 piante** (arboree e arbustive).

A decretare i progetti vincitori italiani una **giuria di esperti**: Roberto Callieri, Amministratore Delegato di Italcementi, Stefano Ferrari, Direttore Marketing della rivista Orobie e Roberto Panzeri, agronomo.

«Siamo molto soddisfatti di questa seconda edizione italiana. Il concorso è stato molto partecipato e i progetti si sono rivelati di altissima qualità, sia a livello di risultati scientifici che di coinvolgimento e sensibilizzazione delle comunità sul tema della biodiversità. In particolare, in questi mesi tutti i partecipanti hanno mostrato davvero un grande entusiasmo e spirito di iniziativa - spiega **Angelo Monti**, Coordinatore Nazionale del concorso e Responsabile Ambiente, Energia e Cave di Italcementi. - Per Italcementi l'attenzione all'ambiente e la protezione della biodiversità

nei siti estrattivi sono aspetti fondamentali della strategia aziendale. L'iniziativa Quarry Life Award ci permette non solo di promuovere questi valori, ma di acquisire nuove conoscenze scientifiche e di consolidare il nostro rapporto con le comunità locali».

Ad aggiudicarsi il primo premio sono stati, per il **settore scientifico**, il team guidato da Vincenzo Ferri con il progetto **“Alla ricerca della nota stonata”** e l'Associazione Ambiente Parco, per il settore comunità, con il progetto **“Cuore”** a entrambi è stato consegnato un premio del valore di 5.000 euro.

I due progetti vincitori:

CUORE (CUrare - Osservare - Respirare - Emozionare): cinque escursioni, laboratori naturalistici ed esperienze di “citizen science” per far percepire, con tutti i sensi, le peculiarità degli ambienti naturali, il ciclo della vita e i suoi abitanti. **CUORE** ha convinto anche la giuria internazionale per la categoria “Educazione e Comunità” da cui ha ricevuto il prestigioso riconoscimento in occasione della cerimonia mondiale svoltasi a Bruxelles il 18 ottobre.

«La partecipazione al Quarry Life Award è stata un'ottima occasione per scoprire un territorio ancora poco conosciuto e valorizzato della nostra provincia.» ha commentato uno dei protagonisti di Cuore, **Nunzio Pisano** del

Settore Sostenibilità del Comune di Brescia «Attraverso il graduale coinvolgimento di diversi attori abbiamo assistito al concretizzarsi di un vero cambiamento promosso dal basso, dai cittadini che hanno ‘adottato’ l'area insieme con i responsabili comunali dei diversi territori. «Con la pratica della citizen science poi abbiamo raccolto immagini fotografiche importanti per consolidare la conoscenza del territorio».

“Alla ricerca della nota stonata”: la bioacustica per la gestione del bosco di pianura di Castenedolo. Il team ha confrontato la ricchezza eco-acustica della foresta di Castenedolo con la Riserva Naturale Statale di Bosco Fontana per valutare lo stato di evoluzione dei vari settori di Castenedolo.

«Grazie al supporto di Italcementi per la strumentazione e la raccolta dei dati per la ricerca, ci siamo concentrati nel captare i suoni di specie poco comuni nell'immaginario delle persone, ovvero quelli di pipistrelli e cavallette, e li abbiamo usati come metro per esaminare la vita dei due boschi» ha ricordato Vincenzo Ferri, capo Gruppo del Team, che alla domanda sul perché usare il rumore ha spiegato: «Abbiamo guardato le precedenti edizioni per capire il livello delle proposte ed abbiamo notato che non c'era nulla in bioacustica: la scelta era quasi inevitabile».



ITALCEMENTI: INNOVAZIONE DIGITALE E CONCRETEZZA PRODUTTIVA

Il digitale fa sempre più parte delle nostre vite: un trend ormai consolidato che sta entrando con forza in tutte le filiere produttive, oltretutto con altrettanta evidenza nella nostra vita di ogni giorno. La strada da percorrere è ormai chiaramente segnata e le nuove generazioni "native digitali" sono ormai già un paio, portando un cambiamento radicale nei modi di approcciare lavoro e socialità. Attenzione però: **digitalizzazione** non vuol dire dematerializzazione, anche se questo è un aspetto importante del processo; **significa affrontare con logiche nuove e più efficienti vecchi problemi e procedure**. La digitalizzazione nel senso più completo del termine è **un vero e proprio cambio di paradigma**; si tratta di trasformare intere linee di business in un'ottica di ripensamento generale dei servizi messi a disposizione della clientela e più in generale di tutti gli stakeholders (fornitori, dipendenti, amministratori, privati cittadini, progettisti).

Ed è in questo senso che si sta muovendo, a livello internazionale, il **gruppo Heidelberg Materials**, ponendo la digitalizzazione delle proprie attività tra gli elementi strategici da affrontare nei prossimi anni. In quest'ambito anche **Italcementi sta lavorando a un piano strategico di digitalizzazione con l'obiettivo di diventare la prima Industrial Tech Company nel settore delle costruzioni**.

Trasparenza, efficienza, tracciabilità, alto livello di servizio; sono davvero numerose le

“**OBIETTIVO: DIVENTARE LA PRIMA INDUSTRIAL TECH COMPANY NEL SETTORE DELLE COSTRUZIONI.**”

opportunità per le imprese e i progettisti che la digitalizzazione può consentire di cogliere, come ci conferma **Manuel Vitali**, Head Of Information Technology and Digital Transformation di Italcementi: «Siamo davvero convinti che la digitalizzazione sia un'occasione unica per trasformare il nostro modo di lavorare, in tutti i suoi aspetti. Si tratta di una vera e propria rivoluzione copernicana che in Italcementi abbiamo articolato per ambito/processo e tra questi i più importanti per noi sono tre: **HProduce** per quanto riguarda le soluzioni e opportunità che la digitalizzazione può offrire nell'ambito dei nostri **processi produttivi**, **HService** per quanto attiene ai nostri **processi amministrativi e di backoffice**, **HConnect** per

quel che concerne le piattaforme digitali che ci consentono di fidelizzare e fornire **servizi ai nostri clienti e partners**».

Proprio in quest'ultimo settore Italcementi ha già attivato alcuni importanti strumenti come **l'applicazione per la registrazione e archiviazione dei dati dei provini di calcestruzzo confezionati in cantiere**, come ci conferma **Deborah Floris**, Head of Tech Assistance - Technology and Quality Department di Italcementi: «Dal punto di vista delle nuove app digitali, siamo di fronte davvero all'alba di un nuovo modo di intendere la filiera del calcestruzzo. Le possibilità sono infinite e vanno tutte in una medesima direzione: la condivisione, in trasparenza, dei dati, con l'obiettivo di migliorare la qualità dell'intera filiera produttiva, rendendo tracciabile e sicuro ogni passaggio dei vari processi».

Anche il mondo delle cementerie e delle consegne del cemento è interessato dalla **trasformazione digitale**; in questo caso l'obiettivo di Italcementi è il **miglioramento del servizio di assistenza alla vendita** dei prodotti degli impianti presenti sul territorio, come sottolinea **Fabio Bongarzone**, Head of Logistics di Italcementi: «Quando abbiamo lanciato **l'app Velocemento** per la richiesta di ordini che si affianca ai nostri servizi (ancora attivi) di customer service telefonico o basati sull'email, non ci aspettavamo un successo di questa portata».



LEGGI L'ARTICOLO COMPLETO SUL BLOG ITALCEMENTI

Going Digital: appuntamento di formazione IT per tutti i colleghi

Venerdì 25 novembre si è svolto il primo "Going Digital", una nuova iniziativa IT per spiegare in modo semplice e operativo come utilizzare al meglio alcuni strumenti informatici che tutto il mondo aziendale ha disposizione. Si tratta di una serie di incontri virtuali, via teams, **due venerdì al mese**, dalle ore 9.00 alle ore 9.30. In ogni appuntamento viene affrontato un tema specifico, tra gli argomenti che verranno trattati ci sono, ad esempio: Planner, Calendario di Outlook e FindTime, Forms e Google Drive. Al primo incontro hanno partecipato circa cento colleghi collegati da tutta Italia, creando anche un momento di confronto e scambio tra le diverse esigenze informatiche e relative competenze di ognuno.



ITALSACCI CEMITALY

Opendoors periodico: registrazione presso Tribunale di Bergamo n. 14/2016 del 22/11/2016

Direttore Responsabile: Lorenzo Colombo

Grafica e impaginazione: Welcome srl - Via Quinto Alpini 6/A - 24124 Bergamo

Stampato da:

Novecento Grafico Srl unipersonale - Via Pizzo Redorta, 12/A 24124 Bergamo

Proprietario:

Italcementi Spa - via Stezzano, 87 - 24126 Bergamo



Per idee e suggerimenti scrivetece a: opendoors@italcementi.it