

Piani di espansione e rebranding del Gruppo ROCKWOOL

Il Gruppo ROCKWOOL annuncia nuovi piani di espansione e conclude con successo un'operazione di rebranding

Il Gruppo ROCKWOOL ha acquisito alcuni terreni destinati alla costruzione di tre nuovi impianti produttivi in Svezia, Romania e negli Stati Uniti, per consolidare la propria posizione con una presenza più capillare nei Paesi Nordici, nell'Europa dell'Est e nel Nord America e per migliorare l'offerta dei servizi alla propria clientela. Rientrano in queste nuove strategie di sviluppo anche alcuni investimenti effettuati gli anni scorsi, quali l'apertura di un nuovo stabilimento per la lavorazione della lana di roccia nel Mississippi e l'avvio, nello stesso sito, di una innovativa linea di produzione di controsoffitti acustici a marchio Rockfon.

«In questi Paesi - spiega Jens Birgersson, CEO e Presidente del Gruppo ROCKWOOL - abbiamo assistito ad una crescita costante e al consolidamento della nostra posizione, che ci permettono di guardare con ottimismo al futuro. Gli investimenti confermano la nostra volontà di rispondere alla domanda di questi mercati, creando siti produttivi che ci consentiranno di avvicinarci alla clientela locale con la nostra eccellenza tecnologica e con una rinnovata offerta di servizi». L'acquisizione dei terreni verrà ultimata nel corso del 2017.

«Investire in tecnologia e produzione - continua Jens Birgersson - significa innanzitutto investire in risorse umane. Siamo convinti che queste nostre iniziative apriranno a livello locale nuove opportunità di partnership, di sviluppo dell'economia e di potenziamento delle infrastrutture. Si tratta di un momento davvero emozionante per il Gruppo ROCKWOOL: la nostra attuale solidità finanziaria ci ha permesso di accelerare il processo di acquisizione dei terreni, ponendo le basi per un'ulteriore espansione in futuro».

Il Gruppo ROCKWOOL opera a livello mondiale in 38 Paesi, con un organico di 10.500 dipendenti e un fatturato di 2.202 milioni di euro nel 2016. L'azienda offre un'ampia gamma di soluzioni originali in lana di roccia che comprende tra gli altri: i sistemi isolanti per edifici ad alte performance resilienti al fuoco, i pannelli per controsoffitti acustici Rockfon, i pannelli di rivestimento per facciate Rockpanel, le applicazioni industriali ROCKWOOL Technical Insulation, i substrati Grodan per coltivazioni idroponiche che consentono di ottenere una produzione abbondante con minor consumo d'acqua e le fibre speciali di rinforzo per materiali compositi Lapinus.

Rebranding del Gruppo: sostenibilità e qualità della vita

Il Gruppo ROCKWOOL ha inoltre appena concluso un'articolata operazione di rebranding che riguarda tutti i marchi del Gruppo.

L'attività di rebranding ha portato a ridisegnare un nuovo concept e a costruire una rinnovata identità di marca, confluita anche in un restyling grafico. L'evoluzione del brand ROCKWOOL include un nuovo simbolo: un vulcano stilizzato che richiama l'origine della lana di roccia e



quindi lo stretto legame con la natura, riallacciandosi all'immagine costruita negli anni, mantenendone la riconoscibilità e rafforzandone il potenziale di comunicazione, concettuale e visivo.

Con il nuovo posizionamento, il Gruppo ROCKWOOL si propone anche uno scopo preciso: *Release the natural power of stone to enrich modern living*. Un messaggio che vuole mettere in evidenza l'obiettivo comune a tutte le divisioni del Gruppo: migliorare la qualità della vita di tutti coloro che vengono in contatto con i prodotti ROCKWOOL.

Un concept che viene presentato emblematicamente e in modo emozionale attraverso il lancio della nuova campagna: "Secrets of Modern Living" ([guarda il video: http://www.rockwool.com/group-profile/](http://www.rockwool.com/group-profile/)).

C'è un segreto per vivere in modo più sostenibile? E' un segreto che riguarda tutti noi, perché ogni nostra decisione ha un impatto significativo sull'ambiente in cui viviamo. Il Gruppo ROCKWOOL lo sa e da anni è impegnato a proporre soluzioni sostenibili ed ecocompatibili che consentano di affrontare le sfide più ambiziose della vita moderna e dell'urbanizzazione, senza per questo compromettere la salute del pianeta. Partendo da un materiale naturale qual è la lana di roccia, l'obiettivo di tutte le società che fanno capo al Gruppo ROCKWOOL è quello di migliorare la qualità della nostra vita, riducendo per esempio il consumo di energia e migliorando l'isolamento termico e gli standard di sicurezza e di protezione dal fuoco delle nostre case. Da oggi, ancora di più, il Gruppo ROCKWOOL proseguirà il proprio impegno nel creare consapevolezza sulle sfide della vita moderna e sulle soluzioni che esistono già e che possono contribuire ad affrontarle e a risolverle.

Per informazioni:

ROCKWOOL Italia S.p.A.

Chiara Piccini
Ufficio Marketing e Comunicazione
Tel 02.346.13.220 - Fax 02.346.13.321
chiara.piccini@ROCKWOOL.it

Il Gruppo ROCKWOOL

Nel Gruppo ROCKWOOL ci dedichiamo ad arricchire la vita di tutti coloro che entrano in contatto con le nostre soluzioni. La nostra *expertise* si presta perfettamente a far fronte a molte delle principali sfide odierne in fatto di sostenibilità e sviluppo, dal consumo energetico all'inquinamento acustico, dalla resilienza al fuoco alla carenza idrica e alle alluvioni. La nostra gamma di prodotti rispecchia la diversità di bisogni a livello mondiale e aiuta i nostri *stakeholder* a ridurre la propria impronta energetica.

La lana di roccia è un materiale versatile ed è la base di tutte le nostre attività. Con circa 10.500 colleghi appassionati in 38 Paesi, siamo il leader mondiale nelle soluzioni in lana di roccia: dall'isolamento degli edifici ai controsoffitti acustici, dai sistemi di rivestimento per facciate alle soluzioni per l'orticoltura, dalle fibre speciali per uso industriale ai prodotti isolanti per il settore industria, marina e offshore.