



## Evropská kampaň Display 11. května odstartovala i v České republice

Jedinečný projekt pod záštitou Knauf Insulation chce ukázat, které veřejné budovy šetří energii podobně jako elektrospotřebiče

V jaké budově žijeme či pracujeme? Vyplácí se nám to s ohledem na energetické náklady? A co životní prostředí? Nejen mezi elektrospotřebiči pro domácnost, ale i mezi budovami je kvalitativní rozdíl v energetické náročnosti. Kampaň Display, kterou společnost Knauf Insulation (KI) připravila ve spolupráci se základní školou Masarykova v Krupce, veřejnosti nabízí informace o způsobu nakládání s energiemi ve veřejných budovách. Evropská kampaň Display pomáhá domy rozčleňovat do energetických „výkonnostních tříd“, a zároveň vyhodnocuje, jaký má jejich provoz vliv na životní prostředí.

### Kde a jak kampaň začala?

Společnost Knauf Insulation ve dvou budovách základní školy Masarykova v Krupce na Teplicku provedla sběr dat a podkladů potřebných pro sestavení energetického štítku Display a 11. května novinářům a návštěvníkům při jejich slavnostním odhalení představila energetickou bilanci stavby za poslední dva roky. Děti a učitelé také zahájili samostatná měření k vlastnímu vyhodnocení energetické náročnosti své školy a připravují dokumentaci k proměně školní budovy, která je plánována ve spolupráci s KI.

Odhalení štítků bylo spojeno s další přitažlivou akcí pro veřejnost a média. Tou byl start Knauf Insulation Road Show, která v těchto dnech probíhá na území České republiky. Při této spanilé jízdě klasického amerického kamionu Kenwoorth deseti českými městy Knauf rozšiřuje povědomí o tématech šířeji spojených s energiemi a představuje několik evropských iniciativ, jež se dlouhodobě těmito otázkami zabývají. Součástí programu jsou pochopitelně i atrakce, soutěže pro návštěvníky, živá hudba apod.

### Jaké je poselství Display?

Display nebo také Evropská klimatická kampaň štítkování komunálních budov, chce jednoduchými a srozumitelnými prostředky informovat o energetické náročnosti komunálních budov a dovést širokou veřejnost k zamyšlení se nad jejich vlastní spotřebou energie pro vytápění, ohřev vody apod. Energetický štítek obsahuje přehlednou informaci pomocí bodového znázornění A-G:

- o spotřebě energie
- o emisích oxidu uhličitého
- o spotřebě vody

Do kampaně Display, kterou do Čech přivádí KI, se mohou přihlásit města, která chtějí mj. znát spotřebu energie a potenciál úspor u vlastních budov, sledovat jejich efekt a také mít předstih před ostatními v implementaci Evropské směrnice o energetické náročnosti budov č. 2002/91 ES., která stanoví mj. povinnost energetické certifikace určitých budov. Tato směrnice byla v České republice implementována do změny zákona o hospodaření energií v červenci 2006. Kampaň koresponduje s evropskou strategií energetických úspor, které mají dosáhnout 20 procent v roce 2020.