

# Case study Mercury

## Projekt

Předmětem case study je budova Merkuria dokončená v roce 1971, která prochází selektivní demolicí s cílem maximálně využít veškeré materiály.

**Selektivní demolice probíhá v několika fázích – před-demoliční audit, předání a využití vnitřních zařizovacích předmětů, odstranění azbestu z fasádních celků, odstrojování pater a instalací a třídění na materiálové frakce, odstranění souvrství ze střech a odstranění azbestu v rámci asfaltové střechy a postupné rozebírání objektu.**

**Průběžně jsou veškeré materiály předávány konečným uživatelům k recyklaci nebo využití. Cílem je maximum vytěžených komodit, nebo z nich vyrobených produktů použít v nové budově.**

## Investor

Temster, s.r.o. (Skanska Property Czech Republic s.r.o.)





## Fakta

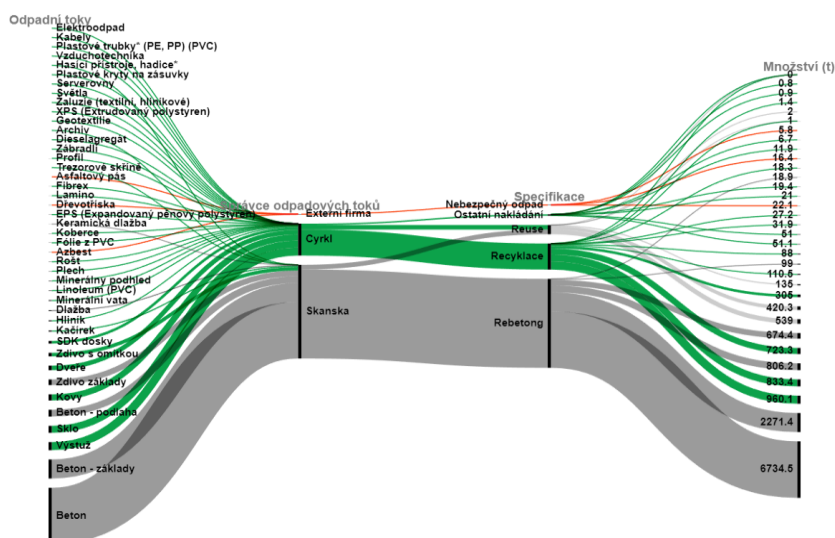
- 52 let starý objekt, nevyhovující prostorové uspořádání a absence zázemí pro technologické zařízení budovy, vysoká provozní neefektivita
- První komerční objekt v ČR, který se rozebírá s maximálním důrazem na principy cirkulární ekonomiky
- Vypracován před-demoliční audit – cíl je zjistit, s jakými objemy je možné během bourání pracovat a napřímo komunikovat s materiálovými partnery
- Partnerství s externími dodavateli, pilotní řešení u mnoha materiálů – hledání cesty, jak znovuvyužít, nebo zrecyklovat komodity po logistické, ale i procesní stránce
- Legislativní rešerše – výklad zákona o odpadech, řešení přeshraničního předávání odpadu, normové limity pro jednotlivé komponenty budovy a jejich zdravotní nezávadnost
- Laboratorní zkoušení materiálů – přítomnost látek zpomalující hoření a další komponenty
- Spolupráce se studenty – REBORN DESIGN – návrh produktů, které je možné vyrobit z recyklovaného sádrokartonu
- Logistika selektivní demolice v urbanizovaném prostředí

Budova Merkuria dokončená v roce 1971 pro PZO je objekt s nevyhovujícím prostorovým uspořádáním a naprostou absencí zázemí pro technologické zařízení budovy, především vzduchotechniky. To činí budovu vysoce neefektivní z provozního i ekonomického hlediska. Při demolici jsme se rozhodli rozebrat budovu na základě principů cirkulární ekonomiky. To zahrnovalo například zpracování před-demoličního auditu, abychom zjistili alespoň přibližné objemy materiálů a definovali si záměr nakládání s nimi. To nám také umožnilo oslovit konkrétní firmy, které daný materiál umí zpracovat a dále z něj něco vyrobit. Pro mnoho z nich se však jednalo o pilotní projekty, kdy jsme společně testovali materiál, hledali procesní cesty, i komerční stránku věci. Zároveň jsme naráželi na limity zákona o odpadech, jeho výklad i rigidní hranice, které nastavuje. Některá omezení, respektive náročné požadavky vedli k pozastavení spolupráce s některými partnery. Ne všechny materiály je možné zpracovat na území České republiky, proto jsme hledali i v blízkosti hranic. Zde jsme opět narazili na výzvy spojené s přeshraničním předáním odpadu, právními hledisky a logistikou. S ohledem na absenci trhu pro sekundární využití některých recyklovaných materiálů jsme oslovili talentované studenty a zapojili je do

materiálové výzvy v rámci soutěže REBORN DESIGN, z nichž vzešly návrhy téměř hotové ke komerčnímu využití. V neposlední řadě projekt testuje omezení, která představuje selektivní demolice v urbanizovaném prostředí, kdy demolovanou budovu od rezidenčních objektů dělí přibližně 16 metrů široká ulice.

## Obsah case study

- název projektu nebo opatření: Mercury, selektivní demolice
- stručný základní popis – text cca 150 slov – základní popis příkladu
- firma / autor řešení / investor – dle relevance: Temster, s.r.o
- logo (pokud se nejedná o logo člena – ty máme; ve vektorovém i obyč. formátu): lega člena Skanska
- 1-2 obrázky (v tiskové kvalitě) – foto hotové budovy a/nebo detailu, na který chcete upozornit, technologie, případně ilustrační obrázek apod.
- Schéma / graf / infografika, které mohou nahradit 1 obrázek



- 3 odrážky nejrelevantnějších sdělení – např. zajímavé a důležité parametry budovy, přínos propagovaného řešení oproti standardu – z hlediska investora, uživatele, životního prostředí apod.
- Detailnější popis cca 300 slov (rozsah budeme redukovat podle rozsahu výše uvedených položek) – klíčové prvky, zajímavosti, výhody, zkušenosti...cokoliv co chcete „prodat světu“