



Lettera agli stakeholder

Care lettrici, cari lettori,

anche quest'anno ho il piacere di presentarvi il nostro Report di Sostenibilità relativo all'esercizio 2024, giunto alla terza edizione. Il presente documento è il risultato di un lavoro collegiale che coinvolge ogni area dell'azienda, con l'obiettivo di rendere la nostra attività sempre più responsabile e sostenibile, puntando sull'innovazione, su una maggiore efficienza e sul rispetto delle persone e dell'ambiente.

A livello di governance, abbiamo introdotto e adottato il codice etico per promuovere le regole di comportamento che guidano le azioni e le decisioni all'interno e all'esterno della nostra organizzazione.

Il suo scopo è migliorare e prevenire comportamenti scorretti. Come da disposizione di legge, è stato attivato un canale anonimo per segnalare eventuali comportamenti illeciti da parte dell'azienda. In ambito sociale abbiamo rafforzato la nostra proposta formativa, continuando ad erogare corsi a tutti i dipendenti e collaboratori; abbiamo inoltre integrato nelle politiche di welfare una policy a sostegno della genitorialità, un importante strumento di supporto ai genitori soprattutto in alcune fasi della crescita, dello sviluppo dei figli o nei momenti di difficoltà familiari.

In campo ambientale abbiamo ottenuto la certificazione ISO 14001 anche per la sede di Padova; abbiamo conseguito nuove certificazioni per i prodotti a basso impatto ambientale, sia per quelli già in gamma sia per i nuovi a catalogo. Sempre nel 2024 siamo entrati come soci nel consorzio Cortexa, un'associazione nata nel 2007 che riunisce le aziende più importanti specializzate nel settore dell'isolamento termico a cappotto di qualità. Abbiamo aderito, infine, al Climate City Contract del Comune di Padova, un piano strategico presentato alla Commissione Europea a settembre 2024 che ha lo scopo di rendere la città neutrale dal punto di vista climatico entro il 2030. Questo accordo ci impegna a ridurre le emissioni di gas serra con azioni su efficienza energetica e pratiche industriali sostenibili. Un altro tassello nel percorso di responsabilità ambientale coerente con i valori aziendali e la visione di lungo periodo.

Infine, il rebranding.

Il rebranding ha rappresentato un cambiamento strategico del marchio Ard. Si è trattato di un progetto di restyling del logo, del design e della strategia di comunicazione di un brand già consolidato come il nostro. Abbiamo voluto allineare identità, valori e programmi alla crescita dell'azienda. È stata la naturale evoluzione di un percorso che nasce dall'esigenza di essere percepiti come la realtà che siamo oggi. È possibile trasformarsi, pur restando fedeli alla propria storia e alle proprie origini.

Voglio ringraziare i dipendenti Ard per l'impegno quotidiano, i nostri clienti per la fiducia e il sostegno, e tutti gli altri stakeholder per il confronto costante, utile al miglioramento. Ogni traguardo raggiunto è una conferma che il futuro si costruisce con l'apporto di tutti!

Buona lettura!