

SUSTAINABILITY REPORT





Nota metodologica

Il presente documento, approvato dal Consiglio di Amministrazione di ARD in data 06/10/2025, rappresenta la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità (di seguito "Report") di ARD Raccanello S.p.A., il cui obiettivo consiste nel rappresentare i risultati conseguiti in ambito economico, sociale e ambientale.

All'interno del Report, oltre alle strategie adottate per rafforzare il proprio impegno verso un business più sostenibile, sono state illustrate le principali iniziative e progetti che hanno caratterizzato l'esercizio 2024, aventi l'obiettivo di creare valore non solo per ARD, ma anche per i suoi stakeholder.

Il Report è stato redatto in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards" pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2016 e aggiornati nel 2021 secondo la modalità "in accordance", come indicato nel paragrafo "GRI Content Index".

Gli Standard GRI prevedono che il Report di Sostenibilità contenga informazioni relative agli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi per l'organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che sono in grado di influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni ai fini della redazione del presente Report è stato gestito in collaborazione con le diverse funzioni aziendali, con l'obiettivo di consentire una chiara e precisa indicazione delle informa-

zioni considerate significative per gli stakeholder secondo i principi di "balance, comparability, accuracy, timeliness, clarity and reliability" espressi dagli Standard GRI.

All'interno del GRI Content Index, vengono presentati dettagliatamente i contenuti rendicontati per ogni tematica materiale risultata rilevante per ARD Raccanello S.p.A. mentre la descrizione dei temi materiali e degli impatti ad essi correlati sono divulgati nel paragrafo "8.3. Tabella di raccordo temi materiali e impatti".

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni contenute nel presente Report risulta riferirsi alla società ARD Raccanello S.p.A. Eventuali limitazioni di perimetro ed omissioni sono state accuratamente riportate all'interno dei singoli capitoli.

Il Report di Sostenibilità di ARD verrà redatto con cadenza annuale, in linea con il Bilancio Finanziario e la Relazione sulla Gestione.

Il Report è redatto volontariamente su base annuale e i contenuti di questo documento fanno riferimento all'esercizio 2024, ove disponibili sono rendicontati i dati comparativi riferiti agli esercizi 2022 e 2023.

Le informazioni presenti nel presente Report di Sostenibilità sono soggette ad assurance esterna.

Per richiedere maggiori informazioni in merito alla strategia di sostenibilità di ARD è possibile rivolgersi al seguente indirizzo: sustainability@ard-raccanello.it.





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!

Maria Rocca

SOMMARIO

	NOTA METODOLOGICA	3			
	LETTERA AGLI STAKEHOLDER	5			
	2024 HIGHLIGHTS	8			
	IL 2024 IN NUMERI				
01	IDENTITÀ E INNOVAZIONE	9			
	1.1. L'azienda	10			
	1.2. ARD Raccanello: Una storia di passione e innovazione	12			
	1.3. Mission e Valori	16			
	1.4. Presenza in Italia e nel mondo	18			
	1.5. Certificazioni	20			
	1.6. La Gestione Etica	21			
02	VERSO UNA CRESCITA "SANA"	28			
	2.1. L'approccio alla sostenibilità	29			
	2.2. ARD e gli stakeholder	34			
	2.3. Analisi di Materialità	37			
	2.4. La strategia aziendale	42			
	2.5. Valore economico generato	46			
03	LA FILIERA PRODUTTIVA. DAL FORNITORE ALLA GAMMA DI PRODOTTI E SERVIZI	49			
	3.1. Il processo produttivo di ARD	50			
	3.2. Attenzione alle materie prime e ai fornitori	52			
	3.3. I prodotti e i servizi ARD	57			
	3.4. Ricerca e innovazione	62			
04	ATTENZIONE VERSO L'AMBIENTE	66			
	4.1. Acqua: gestione e protezione delle risorse idriche	67			
	4.2. Energia: monitoraggio dei consumi energetici	70			
	4.3. Emissioni: combattere il cambiamento climatico	72			
	4.4. Recupero, riciclo e smaltimento: la gestione dei rifiuti	74			
05	VIVERE ARD RACCANELLO	76			
	5.1. Benessere ed inclusione	77			
	5.2. Formazione e sviluppo delle risorse	88			
	5.3. Lavorare in sicurezza	91			
06	IL BRAND	93			
	6.1. Il Marchio storico e la comunicazione	94			
	6.2. L'attenzione al cliente	98			
07	IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO	100			
	7.1. Impegni e riconoscimenti	103			
	7.2. ARD e la Street Art	105			
	7.3. Charity Program	107			
08	APPENDIX	108			
	8.1. Tabelle e grafici	109			
	8.2. Tabella di raccordo temi materiali e impatti	113			
	8.3. Assurranza esterna	121			



2024 HIGHLIGHTS

IL 2024 IN NUMERI



20
Paesi serviti



650
Distributori e rivenditori
in Italia



80% del CDA
Composto da donne
→ 0%



629 mila €
Investimenti in R&S
↑ +137 mila €



29.551 mila €
Valore economico generato
↓ -18 mila €



92%
Fornitori nazionali
↓ -2%



12 mln di kg
Quantità prodotte
↑ +115 mila kg



0
Infortuni gravi sul lavoro registrati
→ 0%



112
Numero dipendenti
al 31.12.2024
↑ +8%



98%
A tempo indeterminato
→ 0%



17%
Tasso di turnover in entrata
↑ +9%



10%
Tasso di turnover in uscita
↑ +1%



4.503 ore
Formazione erogata
ai Dipendenti
↑ +1.393 ore



38 ore
Formazione media per
Dipendente
↑ +10 ore



1. IDENTITÀ E INNOVAZIONE

20

Paesi serviti

650

Distributori e rivenditori serviti in Italia

29.551

Migliaia €

Valore economico generato

1.1 L'azienda

Fondata nel 1939, **ARD Raccanello S.p.A.** (di seguito **ARD**) è un punto di riferimento per il mercato nella produzione, commercializzazione e distribuzione di sistemi vernicianti per l'edilizia professionale.

L'azienda, a conduzione familiare e il cui patrimonio è interamente posseduto dalla famiglia **Raccanello** fin dalla sua fondazione, è attualmente giunta alla quarta generazione.

Nel 2018, Ilaria Raccanello, Amministratore Delegato in carica dal 1996, viene affiancata nella gestione societaria da Luigi Gorza come Amministratore Delegato e dal 2021 Margherita Gorza entra nel Consiglio di Amministrazione come Consigliera.

L'approccio dell'azienda è guidato da uno spirito che unisce tradizione e innovazione, mantenendo sempre al centro i valori fondamentali che ne guidano l'operato.

La qualità costituisce l'elemento centrale su cui ARD fonda il proprio vantaggio competitivo, garantendo la massima

affidabilità ai clienti e favorendo la creazione di relazioni solide e durature con i partner commerciali.

Con l'obiettivo di soddisfare le aspettative dei clienti e garantire il rispetto degli elevati standard chimico-fisici e delle performance, ARD adotta un rigoroso sistema di controllo, strutturato ed accurato, delle materie prime, dei semilavorati e dei prodotti finiti.

ARD non si limita solo a rispondere tempestivamente alle esigenze del mercato ma offre ai clienti servizi di assistenza post-vendita, favorendo un dialogo permanente che si traduce in un continuo scambio di feedback tra l'azienda e il cliente.

Attraverso la collaborazione con i diversi interlocutori, tra cui fornitori, associazioni di settore e prestigiosi atenei, l'azienda ha saputo monitorare l'evoluzione delle materie prime, dei vincoli normativi e dei processi produttivi, adattando ed ottimizzando la propria produzione nel tempo.



1.2 ARD Raccanello: una storia di passione e innovazione



1939

Dante Aurelio Raccanello, muove i primi passi nel mondo del colore, aprendo una drogheria in Piazza delle Erbe a Padova.



1949

Nasce ARD F.lli Raccanello, insieme ai figli Gino e Giuseppe.



1950-1980

Sin dalle origini ARD produce una gamma completa di sistemi vernicianti per l'edilizia professionale.

Siamo negli anni del boom economico e ARD deve gestire una crescente richiesta del mercato.



1961

ARD si trasferisce nella zona industriale di Padova, in un'area di 17.000 m².



1962

Accordo in esclusiva di 10 anni con Goodyear per la fornitura di Pliolite, una resina utilizzata per la linea Paintgum. Permette la posa anche d'inverno e in situazioni climatiche critiche, assicurando sempre un'ottima performance. È ideale per gli ambienti litoranei.



1970-1990

Si attiva al proprio interno un servizio di assistenza tecnica gratuita, per suggerire le migliori soluzioni applicative e gestire eventuali reclami.



1986

Nasce AZ-ARD, il secondo sistema tintometrico realizzato in Italia, che permette ai rivenditori di colorare direttamente smalti e pitture, partendo da tinte base. Il vantaggio è evidente: il rivenditore riduce le scorte di magazzino, soddisfacendo con rapidità le richieste del cliente.



1996

Ilaria Raccanello succede a Gino Raccanello, suo padre, nel ruolo di Amministratore Delegato in azienda, inaugurando un periodo di attenzione alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica.



1990-2005

Con il nuovo millennio aumenta l'attenzione per l'ambiente, verso cui ARD è molto sensibile: si aggiungono alla gamma prodotti a basso contenuto di solventi ed il sistema a cappotto per l'isolamento delle facciate degli edifici, soluzione ideale per l'efficientamento energetico.



2003

Nasce a Castelguglielmo (Rovigo), il nuovo sito industriale ad elevata automazione, dedicato ad oltre il 90% della produzione ARD.



2005-2024

ARD si avvale di un Sistema di Gestione della Qualità secondo le norme internazionali UNI EN ISO 9001 e, per l'unità produttiva di Castelguglielmo, anche un Sistema di Gestione, certificato secondo la norma internazionale UNI EN ISO 14001.



2010

I sistemi tintometrici WIZARD e SIXTEEN COLOURS sono entrambi definitivamente operativi, per offrire ai clienti un importante ampliamento della gamma colori.



2017

Il sito di Rovigo raddoppia, con la costruzione di un nuovo fabbricato, adibito a magazzino imballi e materia prima.



2018

Dal 2018 entra nel ruolo di Amministratore Delegato Luigi Gorza, quarta generazione della Famiglia Raccanello.



2020

L'azienda, tenendo fede ai propri valori tradizionali, si muove verso un'innovazione della propria dimensione d'impresa, rispondendo alle sempre maggiori esigenze tecnologiche e digitali, oltre che di competenza e differenziazione.



2022

Esce in tv e nel web il nuovo spot pubblicitario con quasi 100 milioni di visualizzazioni. ARD si dota del primo Piano Industriale quinquennale.



2023

ARD viene riconosciuta Great Place to Work, un luogo dove i dipendenti vivono e convivono bene. Ottiene anche il titolo di "Blue Collar".

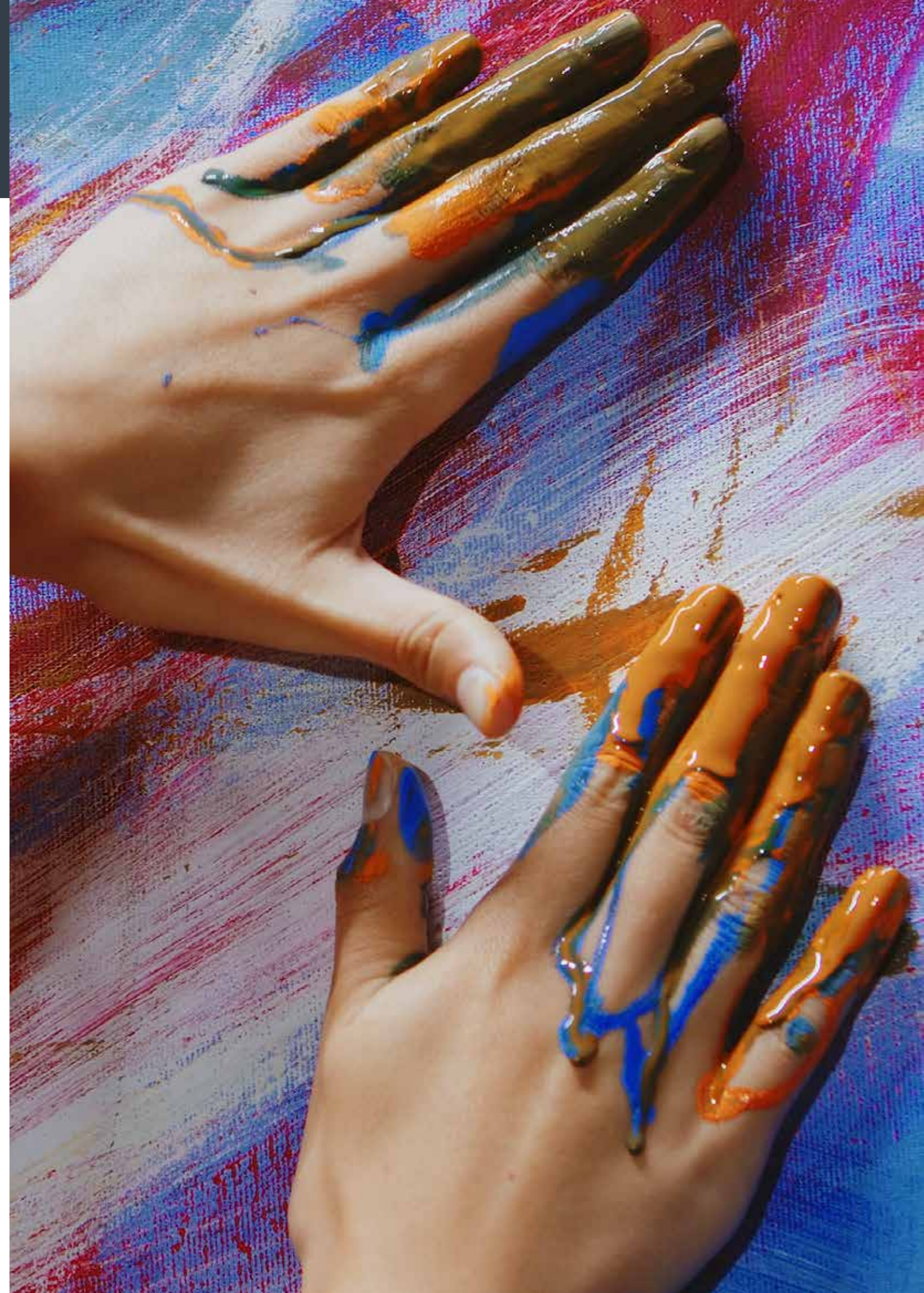
Si aggiunge un nuovo impianto di produzione nel sito di Rovigo specifico per rivestimenti a spessore.

L'azienda intraprende un percorso di rebranding aziendale.



2024

Lancio del rebranding aziendale dopo un lungo lavoro preparatorio sia nell'ambito istituzionale che di prodotto. Immagine coordinata, imballi e materiali di vendita, canali di comunicazione digitali e non, così come il concept di valori, visione e mission, ricevono un restyling, con lo scopo di migliorare la comunicazione dell'identità aziendale, rendendola più accattivante nell'attuale contesto.



1.3 Mission e Valori

MISSION

Alimentiamo il **benessere delle persone** dando **forma al colore** attraverso **prodotti e sistemi** vernicianti di **qualità** sostenibili e adatti ad ogni esigenza.

VALORI

RISPETTO

L'attenzione alle persone è la chiave del nostro successo. La responsabilità sociale è sentita tanto quanto quella ambientale.

Il valore essenziale della nostra azienda è il rispetto, e l'attenzione nei confronti delle persone è la chiave del successo del nostro lavoro. Attraverso l'impegno di quattro generazioni abbiamo instaurato delle relazioni solide e oneste con i nostri clienti, dipendenti, partners e tutti gli stakeholder che hanno fatto parte della nostra realtà, e continuano a farlo. Questa responsabilità sociale è sentita tanto quanto quella ambientale, e lo dimostriamo con l'impegno a migliorare l'impronta ecologica che abbiamo sul mondo attraverso l'attività produttiva e l'offerta di prodotto.

PERSISTENZA

Proporre prodotti che possono resistere nel tempo è la base della nostra vocazione.

Siamo un'azienda storica, da sempre determinata nel perseguire i nostri obiettivi con persistenza e impegno costante. La nostra strategia aziendale si contraddistingue per la capacità di proporre prodotti che possano resistere nel tempo, coniugando insieme tecnologia, tradizione e qualità per affrontare al meglio le sfide che il mercato ci pone davanti ogni giorno.

DINAMICITÀ

Siamo un'azienda storica sempre in movimento, che accoglie le novità adattandosi al cambiamento.

Sappiamo che i cambiamenti sono all'ordine del giorno. Crediamo che la capacità di adattamento e la flessibilità che offriamo ai nostri clienti abbiano dimostrato negli anni la nostra vocazione professionale. Il motore che ci spinge a crescere ogni giorno è la nostra abilità nel raggiungere gli obiettivi che ci poniamo e la determinazione nel trovare soluzioni adeguate ed innovative.

BENESSERE A COLORI

Avete mai sentito parlare di benessere a colori? Probabilmente no.

E' una nostra espressione.

Il nostro mantra per dire che in Ard Raccanello non produciamo semplicemente colori e vernici, ma un benessere speciale, a colori.

Perchè crediamo che ogni colore porti in dote un'emozione, una fantasia, un ricordo che rendono ogni cosa, e ogni casa, speciale.

Un benessere a colori bello da vedere, ma soprattutto da vivere perchè i colori mettono in moto il lato emotivo e creativo di ognuno di noi.

C'è l'energia del giallo, la passione del rosso, le pagine bianche ancora da scrivere, il verde da proteggere, e tutti gli altri colori ancora da mischiare per immaginarsi un futuro e un benessere diverso, migliore, colorato.

**Perchè vivere è cambiare,
e non mancherà mai
il colore per farlo.**



1.4 Presenza in Italia e nel mondo

Storicamente e operativamente basata nel cuore del Veneto, oggi ARD vanta una forte presenza su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di rivenditori in ogni regione. In Italia, i prodotti ARD sono distribuiti in circa **650** punti vendita, tra centri di decorazione, magazzini edili e ferramenta. ARD garantisce così una copertura ampia e mirata, raggiungendo sia i professionisti del settore sia gli appassionati del "Fai da Te".

Dal 2013 è stata intrapresa un'attività di internazionalizzazione del portafoglio clienti, aprendo il business a nuove opportunità nell'export. L'attività è stata accompagnata dall'implementazione di un piano di sviluppo i cui elementi centrali sono stati e sono tutt'oggi le campagne di comunicazione per far conoscere il "Made in Italy" unitamente alla qualità del prodotto che contraddistingue tutti i prodotti e i servizi ARD.

Occasioni fondamentali per individuare nuovi partner ed intercettare le nuove tendenze del settore estero sono state le partecipazioni alle numerose fiere e conferenze internazionali soprattutto in Europa e nell'area del Golfo come, ad

esempio, il **FARBE COLONIA** dal 23 al 26 aprile 2024, **BATI-MAT PARIGI** dal 30 settembre al 3 ottobre 2024 e **BIG 5 GLOBAL** avvenuta a Dubai dal 26 al 29 novembre 2024.

Attualmente i prodotti vengono distribuiti in **20 paesi**, 10 in Europa e i restanti tra Africa, Asia e Sud America.

Tra le mete di esportazione in Europa vi sono Albania, Belgio, Francia, Germania, Paesi Bassi, Romania, Slovacchia e Spagna.

I mercati di sbocco per i continenti di Africa, Asia e Sud America sono rappresentati da Armenia, Bahrain, Cina, Corea del Sud, Etiopia, India, Iraq, Kuwait, Libano, Mauritania, Mongolia e Venezuela.

La rete distributiva in Cina vanta 20 showroom operativi e altri 20 in fase di completamento, caratterizzati da un design curato e finiture di alta qualità realizzate con prodotti ARD.



Showroom ard, Cina

TEMA: PERFORMANCE ECONOMICHE



PROGETTO

La diversificazione dei mercati in cui opera la Società garantisce maggiore equilibrio al business. La Società sta proseguendo il percorso di internazionalizzazione intensificando le collaborazioni con distributori nei mercati chiave.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Fatturato Export / Fatturato totale	5%	3,61%	2,79%	2,70%



1.5 Certificazioni

L'azienda è fortemente impegnata nel garantire prodotti di alta qualità e da anni ha avviato un percorso per ottenere e mantenere alcune importanti certificazioni internazionali. L'obiettivo è offrire ai clienti trasparenza, elevata sicurezza e qualità costante dei prodotti, rispettando i più alti standard di settore e dimostrando la cura con cui gestisce ogni aspetto del proprio business.

ARD ha pertanto scelto volontariamente di stabilire e implementare un sistema di gestione integrato per la qualità e l'ambiente, adoperandosi quotidianamente a favore del suo mantenimento e miglioramento. In particolare, l'azienda si avvale di un Sistema di Gestione della Qualità secondo la norma internazionale UNI EN ISO 9001 di un Sistema di Gestione Ambientale, certificato secondo la norma internazionale UNI EN ISO 14001 sia per la sede di Padova che per l'unità produttiva di Castelvignone.

UNI EN ISO 9001:2015

In linea con la norma UNI EN ISO 9001 e attraverso l'applicazione del Sistema di Gestione Qualità, gli Amministratori della Società sono impegnati ad analizzare i rischi aziendali, individuando minacce e opportunità esterne, nonché punti di forza e debolezza interni. Pianificano e intraprendono azioni per migliorare costantemente la qualità, seguendo obiettivi di miglioramento in continua evoluzione.



UNI EN ISO 14001:2015

Dal 2006, ARD ha ottenuto la certificazione ambientale UNI EN 14001:2015 per lo stabilimento automatizzato di Castelvignone, dove viene prodotto oltre il 90% delle idropitture dell'azienda e nel 2024 è stata ottenuta per la sede di Padova.



1.6 La Gestione Etica

GOVERNANCE

La gestione etica del business di ARD è strettamente legata alla Corporate Governance aziendale, uno degli elementi cardine del framework ESG. L'integrazione degli aspetti ambientali e sociali nel business è un elemento fondamentale per la creazione di valore nel lungo termine.

ARD è controllata da un azionariato stabile nel tempo, detenuto interamente dalla Famiglia Raccanello che presiede e costituisce il Consiglio di Amministrazione, con l'affiancamento negli ultimi anni dell'Amministratore Delegato Luigi Gorza e della Consigliera Margherita Gorza, che rappresentano la quarta generazione alla guida della società.

La governance di ARD è strutturata attraverso i seguenti organi societari:

ASSEMBLEA DEI SOCI



Sulla base dello Statuto Societario e delle norme di legge, l'Assemblea dei Soci delibera sulle materie ad essa riservate, tra cui: l'approvazione del Bilancio d'Esercizio, la nomina, la revoca e la remunerazione degli amministratori, dei sindaci e del revisore legale. Delibera altresì sulle responsabilità degli amministratori e dei sindaci.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE



Il Consiglio di Amministrazione è nominato dall'Assemblea dei Soci con le maggioranze previste dalla legge e secondo le modalità previste dallo statuto societario ed è responsabile di definire e perseguire gli obiettivi strategici della Società. Il Consiglio è l'organo esecutivo della società e ha il compito di realizzare le decisioni prese dall'Assemblea, provvedendo alla gestione ordinaria e straordinaria della Società. Spetta al Consiglio la definizione delle linee guida strategiche e degli obiettivi e il controllo del raggiungimento degli stessi, nonché di delegare alcune competenze a singoli Consiglieri. Il CDA ha anche l'onere di nominare e delegare il ruolo del Datore di Lavoro, individuato attualmente nel Presidente.

COLLEGIO SINDACALE



Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e, in particolare, sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo e amministrativo-contabile adottato dalla Società e sul suo corretto funzionamento, nonché vigila sulla revisione legale dei conti e sull'indipendenza della Società di Revisione.

COMPOSIZIONE DELLA GOVERNANCE

Organo	Componenti	Durata mandato
ASSEMBLEA DEI SOCI	Giancarla Mascarello Ilaria Raccanello Cristina Raccanello	Indeterminata
CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE	Presidente: Giancarla Mascarello Vice-presidente: Cristina Raccanello Amministratore Delegato: Ilaria Raccanello Amministratore Delegato: Luigi Gorza Consigliera: Margherita Gorza	In carica sino all'approvazione del bilancio al 31.12.2025
COLLEGIO SINDACALE	Presidente: Sebastiano Sciliberto Sindaca: Gianna Adami Sindaco: Enzo Pietro Drapelli Sindaca Supplente: Federica Cipolletta Sindaco Supplente: Salvatore Pezzella	In carica sino all'approvazione del bilancio al 31.12.2027

Composizione CDA al 31/12/2024

Carica ricoperta	Nome e cognome	Fascia d'età	Genere	Esecutivo / Non esecutivo
Presidente del CDA	Giancarla Mascarello	> 65	F	Esecutiva
Vicepresidente del CDA	Cristina Raccanello	35-65	F	Esecutiva
Amministratore Delegato	Ilaria Raccanello	35-65	F	Esecutiva
Amministratore Delegato	Luigi Gorza	<35	M	Esecutivo
Consigliera	Margherita Gorza	<35	F	Non Esecutiva

ARD si dimostra attiva nel garantire che l'etica aziendale e le politiche promosse dalla Società siano recepite dalla totalità della popolazione dell'Azienda, facendosi portavoce della loro divulgazione. In particolare, ARD assicura che le politiche aziendali e ambientali siano approvate dagli Amministratori Delegati e pubblicate nel sito intranet e nella bacheca della Società. Per incorporare la propensione ad una condotta aziendale responsabile in tutte le attività e relazioni d'affari, ARD si è dotata di alcune pratiche di gestione responsabile:

Assegnazione della responsabilità:

la Società si è dotata di un modello di organizzazione conforme alla norma ISO 9001 per assegnare la responsabilità ai diversi livelli dell'organizzazione per l'attuazione degli impegni di raggiungimento degli obiettivi di qualità prefissati;

Integrazione degli impegni:

gli impegni per una condotta aziendale responsabile rappresentano uno dei punti cardine su cui si basa il Piano Industriale, attuando la responsabilità aziendale nelle strategie organizzative e di progetto;

Politiche e pratiche di approvvigionamento o di investimento:

adozione di politiche e pratiche di approvvigionamento o di investimento responsabili, tenendo in considerazione gli effetti delle proprie attività sull'esterno;

Formazione:

la Direzione Aziendale condivide con tutti i dipendenti gli obiettivi prefissati al fine di diffondere i valori aziendali e le 6 direttive di sviluppo del Piano Industriale e adottarle come linee guida per l'attività di tutti i collaboratori.



PRESIDI DELLA GOVERNANCE

Nel percorso verso una gestione sostenibile e responsabile, la governance aziendale riveste un ruolo centrale. In questa sezione, si approfondiscono gli strumenti e le azioni messe in atto per garantire comportamenti etici, trasparenza nei processi decisionali e tutela degli stakeholder. In particolare, vengono illustrati la politica adottata in materie di **sicurezza dei dati**, il **whistleblowing** e l'adozione del **Codice Etico**.

LA SICUREZZA DEI DATI

In un contesto sempre più digitalizzato, il sistema informativo aziendale rappresenta il vero sistema nervoso della Società: collega le funzioni interne, ottimizza i processi e garantisce affidabilità nelle transazioni. Oggi, però, la sicurezza informatica non è più solo una barriera tecnica, ma un elemento strategico che contribuisce alla resilienza, alla sostenibilità e alla creazione di valore condiviso.

La strategia di ARD prende come riferimento il Framework Nazionale per la Cybersicurezza e la Data Protection, declinato in 8 aree tematiche e 15 controlli essenziali di sicurezza meglio dettagliati nella tabella che segue, con un piano di implementazione completo entro il 2026. A ciò si aggiunge una policy interna per la gestione dei dispositivi IT, comunicata a tutti i dipendenti, e un regolamento informatico costantemente aggiornato e disponibile in intranet e all'interno del portale aziendale di Zucchetti.

La consapevolezza che proteggere i dati significa anche tutelare le persone e la comunità ha guidato ulteriori scelte: corsi di formazione dedicati alla cybersicurezza, attenzione

all'uso responsabile dei dispositivi personali e aggiornamenti costanti delle infrastrutture IT, come il rinnovo dello storage e dei sistemi di backup. A partire dal 2023 è attivo in azienda un Security Operations Center (SOC), unità avanzata di monitoraggio e risposta agli incidenti, capace di intercettare in tempo reale attività sospette e ridurre l'impatto di eventuali attacchi.

In linea con le nuove normative europee, ARD rientra tra i soggetti che dovranno conformarsi alla Direttiva NIS2 entro settembre 2026. La Società si è già attivata con un assessment mirato a valutare la propria posizione di partenza e a definire le azioni necessarie per raggiungere la piena conformità normativa nei tempi stabiliti.

In questa prospettiva, la cybersecurity diventa parte integrante della strategia ESG di ARD: un impegno che unisce protezione digitale, responsabilità sociale e sostenibilità, contribuendo a rafforzare la fiducia di stakeholder e comunità e a garantire un futuro più sicuro e resiliente.

Tematiche

Controlli Essenziali di Cybersecurity

Inventario dispositivi e software

1. Esiste ed è mantenuto aggiornato un inventario dei sistemi, dispositivi, software, servizi e applicazioni informatiche in uso all'interno del perimetro aziendale.
2. I servizi Web (social network, cloud computing, posta elettronica, spazio web, ecc...) offerti da terze parti a cui si è registrati sono quelli strettamente necessari.
3. Sono individuate le informazioni, i dati e i sistemi critici per l'azienda affinché siano adeguatamente protetti.
4. È stato nominato un referente che sia responsabile per il coordinamento delle attività di gestione e di protezione delle informazioni e dei sistemi informatici.

Governance

5. Sono identificate e rispettate le leggi e/o regolamenti con rilevanza in tema di cybersecurity che risultino applicabili per l'azienda.

Protezione da malware

6. Tutti i dispositivi che lo consentono sono dotati di software di protezione (antivirus, anti malware, ecc...) regolarmente aggiornato.

Gestione password e account

7. Le password sono diverse per ogni account, della complessità adeguata e viene valutato l'utilizzo dei sistemi di autenticazione più sicuri offerti dal provider del servizio (es. autenticazione a due fattori).
8. Il personale autorizzato all'accesso, remoto o locale, ai servizi informatici dispone di utenze personali non condivise con altri; l'accesso è opportunamente protetto; i vecchi account non più utilizzati sono disattivati.
9. Ogni utente può accedere solo alle informazioni e ai sistemi di cui necessita e/o di sua competenza.

Formazione e consapevolezza

10. Il personale è adeguatamente sensibilizzato e formato sui rischi di cybersecurity e sulle pratiche da adottare per l'impiego sicuro degli strumenti aziendali (es. riconoscere allegati e-mail, utilizzare solo software autorizzato). I vertici aziendali hanno cura di predisporre per tutto il personale aziendale la formazione necessaria a fornire almeno le nozioni basali di sicurezza.

Protezione dei dati

11. La configurazione iniziale di tutti i sistemi e dispositivi è svolta da personale esperto, responsabile per la configurazione sicura degli stessi. Le credenziali di accesso di default sono sempre sostituite.
12. Sono eseguiti periodicamente backup delle informazioni e dei dati critici per l'azienda (identificati al controllo 3). I backup sono conservati in modo sicuro e verificati periodicamente.

Protezioni delle reti

13. Le reti e i sistemi sono protetti da accessi non autorizzati attraverso strumenti specifici (es: firewall e altri dispositivi/software antintrusione).

Prevenzione e mitigazione

14. In caso di incidenti (es. venga rilevato un attacco o un malware) vengono informati i responsabili della sicurezza e i sistemi vengono messi in sicurezza da personale esperto.
15. Tutti i software in uso (incluso i firmware) sono aggiornati all'ultima versione consigliata dal produttore. I dispositivi o i software obsoleti e non più aggiornabili sono dismessi.



TEMA: CYBERSICUREZZA



PROGETTO

In linea con le nuove normative europee, ARD rientra tra i soggetti che dovranno conformarsi alla Direttiva NIS2 entro settembre 2026.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Adeguatezza normativa sulla cybersicurezza	Compliance NIS2	Aggiornamento infrastruttura di rete	Consapevolezza Informatica dipendenti	Regolamento informatico

CODICE ETICO

Nel 2024, in linea con gli obiettivi definiti dal Piano Industriale e dal Piano di Sostenibilità, l'organizzazione ha rafforzato il proprio impegno verso una gestione responsabile, trasparente della governance etica, introducendo formalmente il Codice Etico. Questo documento definisce in modo chiaro e condiviso i valori e i principi – tra cui uguaglianza, equità, riservatezza, tutela della persona e dell'ambiente, onestà, imparzialità e trasparenza – che devono ispirare i comportamenti di tutti coloro che operano per conto dell'azienda. Il Codice si applica a dipendenti, collaboratori, fornitori e stakeholder rilevanti, promuovendo un contesto relazionale improntato al rispetto reciproco, alla legalità e alla piena adesione alle normative vigenti.

WHISTLEBLOWING

L'organizzazione ha introdotto un sistema di **whistleblowing** per rafforzare ulteriormente i presidi di trasparenza e legalità all'interno dell'azienda. Lo strumento consente a dipendenti, collaboratori, fornitori e altri stakeholder di segnalare, in modo anonimo e protetto, eventuali condotte illecite, violazioni del Codice Etico o comportamenti non conformi ai principi aziendali. Il canale è conforme alla Direttiva (UE) 2019/1937 e alla normativa nazionale in materia, ed è progettato per garantire la massima riservatezza e la tutela del segnalante contro ogni forma di ritorsione.

La gestione delle segnalazioni è affidata a un soggetto indipendente, che garantisce un processo di analisi imparziale e la tracciabilità degli interventi correttivi eventualmente necessari. L'attivazione del sistema di whistleblowing rappresenta non solo un obbligo normativo, ma soprattutto una scelta di responsabilità: promuove una cultura del dialogo e del controllo diffuso, valorizza il senso di appartenenza e rafforza il presidio etico dell'organizzazione.

TEMA: BUSINESS MODEL RESILIENCE

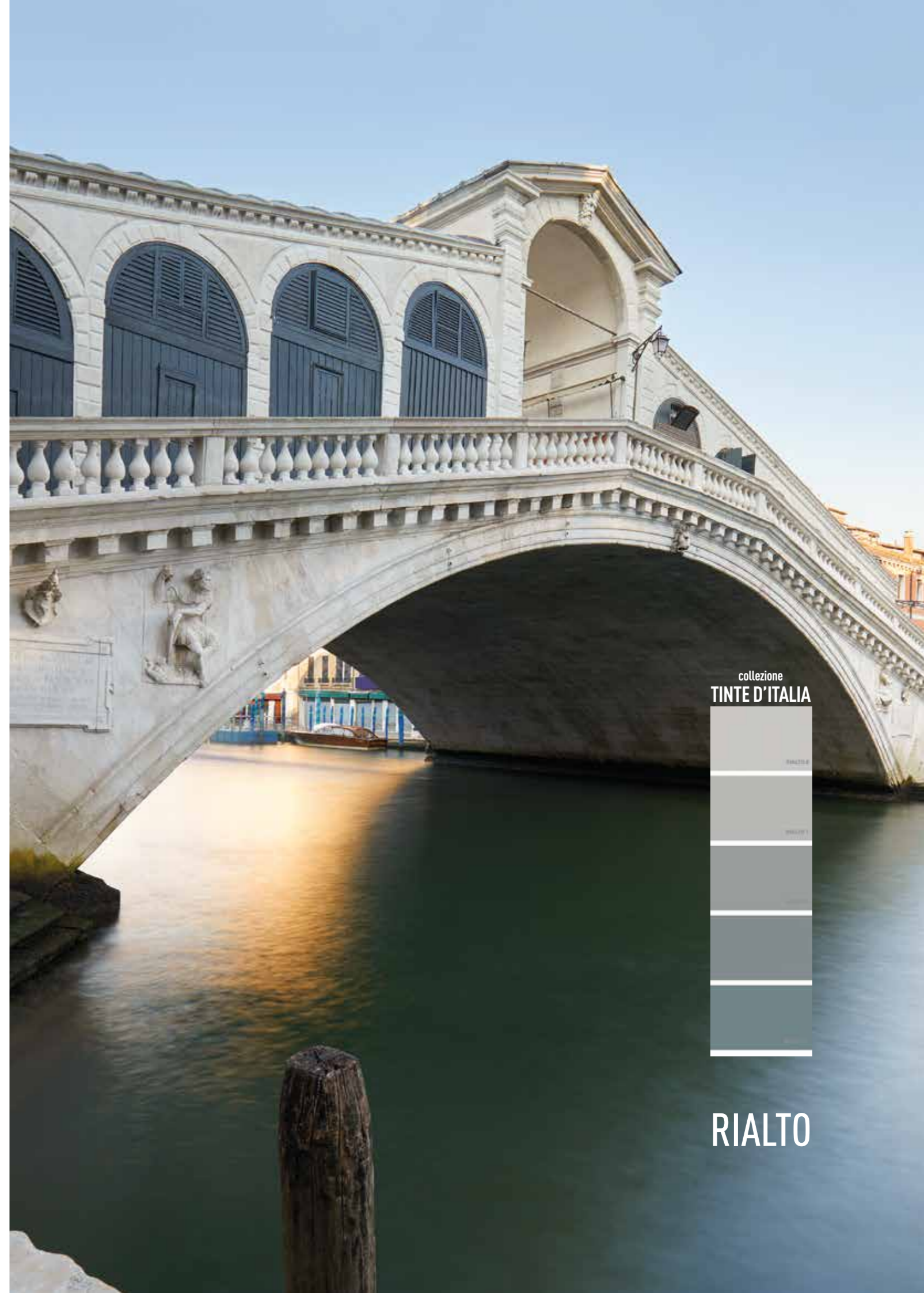


PROGETTO

Il percorso per migliorare gli strumenti di governance a presidio dei rischi d'impresa ha visto nel 2022 l'approvazione del regolamento informatico.

Nel 2023 è iniziato il processo che porterà all'adozione del modello organizzativo 231 entro il 2026.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Strumenti di governance	Codice Etico e 231	Codice Etico	Whistleblowing	Regolamento informatico



collezione
TINTE D'ITALIA



RIALTO



2. VERSO UNA CRESCITA “SANA”



“A mio avviso l’impegno “green” è un dovere di ciascuno di noi, prima che un business. Il compito delle aziende è per me quello di saper stimolare il cambiamento, proporre nuovi saperi e accompagnare la conversione culturale, economica e sociale del nostro territorio verso un modello sostenibile.”

Ilaria Raccanello, A.D.

2.1 L’approccio alla sostenibilità

ARD ha approcciato alla sostenibilità e alle questioni ambientali più di 20 anni fa, epoca in cui tali tematiche non rappresentavano ancora una priorità per il mercato e per la maggior parte delle imprese. Fin dalle sue origini, la

filosofia aziendale della Famiglia Raccanello ha privilegiato la sostenibilità e la qualità, che rappresentano gli assi prioritari nelle linee evolutive e operative dell’azienda.

Questi fattori hanno caratterizzato ogni decisione e attività, evidenziando un approccio visionario e precursore delle tendenze future. Tale orientamento è guidato dalla volontà di contribuire alla costruzione di una società più sostenibile per le generazioni attuali e future, promuovendo i principi fondanti di ARD e salvaguardando la natura, gli edifici, nonché il patrimonio artistico e culturale.

Per ARD la sostenibilità non si limita alla semplice offerta di prodotti e servizi a basso impatto ambientale e a tutela delle persone, ma costituisce un pilastro fondamentale della cultura aziendale, che promuove l’etica e il benessere dei collaboratori.

Per le aziende chimiche risulta complesso essere percepite come ecosistemi a basso impatto sulla salute delle



persone e dell'ambiente. Ciò nonostante, ARD è presente sul mercato con trasparenza, consapevole dei significativi risultati ottenuti e al contempo, del lungo percorso che dovrà affrontare per ridurre ulteriormente i propri impatti. La strategia di ARD evidenzia la sinergia significativa tra la dimensione economica, sociale e ambientale, come dimostrato dall'integrazione degli obiettivi del Piano di Sostenibilità nel Piano Industriale. Questo approccio mira a promuovere la sana crescita del business attraverso un'attenta considerazione degli interessi di tutte le parti coinvolte, inclusi fornitori, clienti e dipendenti.

Nel Piano Industriale, infatti, sono state definite specifiche strategie, tra cui l'ottimizzazione della gestione degli stabilimenti, magazzini e con il Piano di Sostenibilità sono stati fissati obiettivi specifici da raggiungere entro il 2026, attraverso la realizzazione di progetti mirati. Questo processo punta a migliorare l'efficienza nell'approvvigionamento e nella produzione, assicurando una crescita sana e solida del business.

Da anni, ARD monitora attentamente il proprio impatto

ambientale, tra cui i consumi energetici, le emissioni di CO2 e promuove l'utilizzo consapevole delle risorse idriche. L'azienda si impegna inoltre a ridurre al minimo la produzione di rifiuti, promuovendo il riutilizzo all'interno del ciclo produttivo, anche attraverso l'impiego di materie prime e imballaggi riciclati, laddove possibile.

I risultati sono evidenti: la politica ambientale dell'azienda rappresenta un autentico modello di business che ha permesso di conseguire certificazioni e riconoscimenti a livello nazionale.

L'esempio principe è lo stabilimento di Castelguglielmo che, a differenza di altri stabilimenti tradizionali, si sviluppa in verticale utilizzando una logica di gravità. Grazie a questa scelta, è stato possibile ridurre sia i consumi energetici che i prelievi idrici necessari per pulire gli impianti in fase di riattrezzaggio. Inoltre, la particolare conformazione verticale permette di dimezzare il consumo di suolo rispetto a impianti tradizionali. Un sistema esternamente innovativo che ha permesso di automatizzare i processi, riducendo gli sprechi.



“Lo stabilimento di Castelguglielmo, una soluzione progettuale a misura di EFFICIENZA, VERSATILITÀ, SOSTENIBILITÀ e TUTELA AMBIENTALE”

A novembre 2023, è stato inaugurato il nuovo impianto rivestimenti a Castelguglielmo (RO), concepito da ARD per coniugare efficienza produttiva a un ridotto impatto ambientale.

Il progetto, ambizioso nella sua concezione, ha come obiettivo l'efficientamento del processo sotto il profilo tecnico, economico e ambientale. Grazie all'automazione delle fasi di lavorazione, punta a realizzare prodotti di qualità omogenea, riducendo rilavorazioni e scarti di produzione e incrementando al contempo la capacità produttiva complessiva dell'impianto.

L'impianto rivestimenti rappresenta un impianto complesso, tecnologicamente avanzato, costituito da diverse aree funzionali: il sistema di dosaggio polveri, il sistema di distribuzione polveri e 9 centri di lavoro nei quali saranno realizzati i prodotti. A servizio delle tre aree funzionali sono state realizzate due aree di servizio per la gestione delle utenze elettriche e di interconnessione e supervisione a supporto esclusivo della funzionalità del sistema stesso.

Nel 2024 a completamento del progetto, è stata installata una nuova linea di confezionamento automatizzata composta da un impianto elettropneumatico caratterizzato da pompa per prelievo del materiale dall'impianto di produzione, un nastro di alimentazione iniziale, riempitrice automatica realizzata con tubolari d'acciaio saldati e una confezionatrice dotata di stazioni operative che ospitano le fasi di dosaggio ed etichettatura.



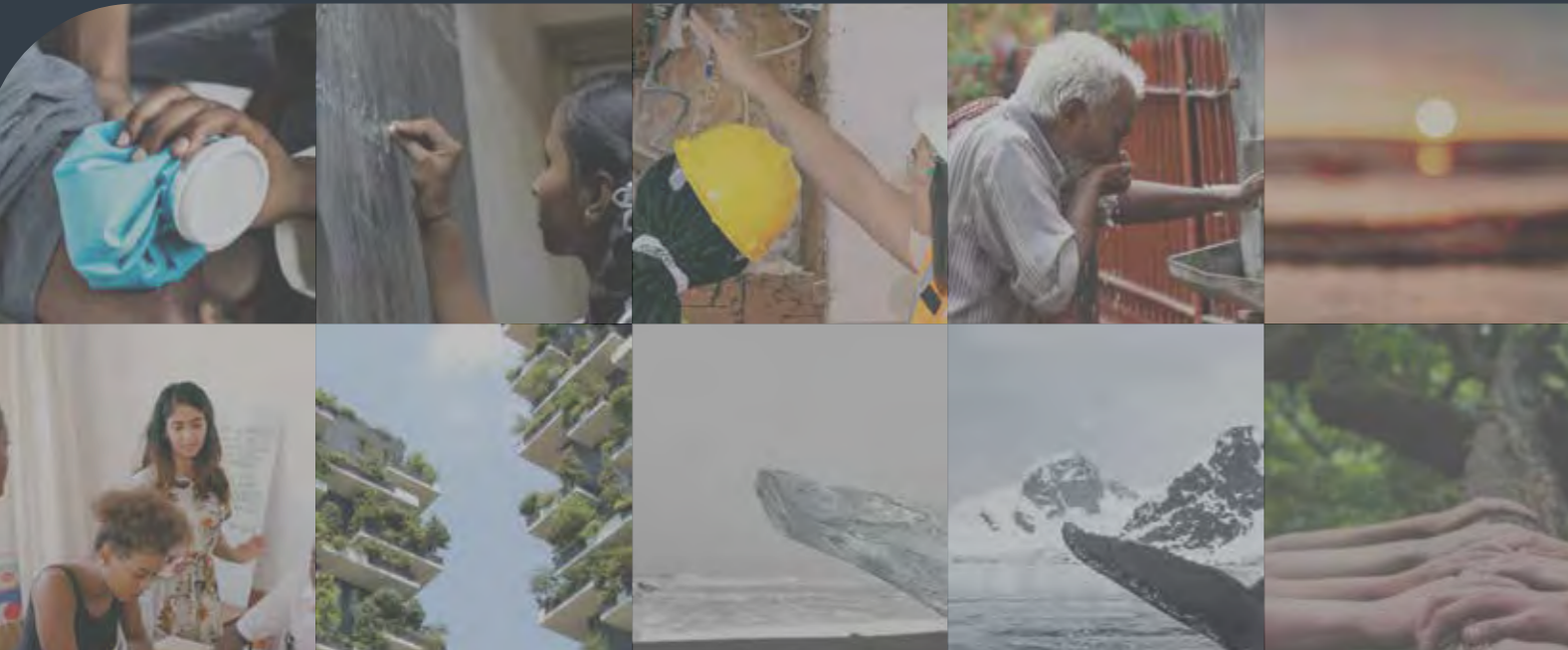
ARD ED IL SUPPORTO AGLI SDGs

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile, altresì denominati **Sustainable Development Goals** (di seguito **SDGs**), sono 17 target definiti dall'Organizzazione delle Nazioni Unite nel 2015 approvati in concomitanza dell'Agenda 2030, al fine di fornire le linee guida necessarie a garantire un futuro sostenibile alle generazioni presenti e future.

ARD ha scelto di supportare l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite definendo azioni ed iniziative all'interno del Piano

Industriale ed integrandolo con il Piano di Sostenibilità per stabilire obiettivi concreti.

Nel definire gli SDGs su cui focalizzare l'impegno dell'azienda sono stati presi in considerazione sia i temi materiali emersi dall'analisi, sia le aree in cui l'azienda genera un impatto significativo. ARD, in particolare, si dedica al supporto di 10 dei 17 SDGs, evidenziati di seguito come quelli maggiormente valorizzati attraverso le sue iniziative:



ARD, da sempre impegnata nella promozione del benessere dei propri dipendenti, ha implementato una vasta gamma di iniziative e servizi volti a creare un ambiente di lavoro che soddisfi le esigenze individuali di ogni collaboratore.



L'offerta di piani e percorsi formativi finalizzati a sviluppare e valorizzare le competenze e conoscenze del personale a tutti i livelli consente ad ARD di garantire un'istruzione di qualità ed equa, promuovendo opportunità di apprendimento.



ARD promuove il benessere aziendale e la valorizzazione delle diversità, rifiutando qualsiasi forma di discriminazione, creando una cultura di inclusione e garantendo pari opportunità.



ARD si impegna a gestire il proprio business in modo responsabile ed efficiente riducendo e recuperando l'acqua di lavaggio, monitorando, migliorando e promuovendo un uso consapevole delle risorse idriche.



ARD è costantemente impegnata nella riduzione dei consumi energetici, attraverso la pianificazione e lo sviluppo di iniziative finalizzate a limitare il consumo diretto e indiretto di energia.



ARD definisce e monitora obiettivi economici in linea con una visione di lungo periodo, integrando aspetti ambientali, sociali e di governance, favorendo una crescita economica inclusiva e sostenibile, creando opportunità di occupazione e lavoro dignitoso per tutti.



ARD si impegna a rendere le città più sostenibili, migliorando la qualità di vita delle persone, rispettando l'ambiente circostante. Promuove soluzioni innovative con prodotti basso impattanti.



ARD adotta modelli di consumo e produzione sostenibili, utilizzando materiali a basso impatto ambientale, aggiorna costantemente la propria offerta per rispondere alle esigenze dei clienti, promuovendo relazioni commerciali eque e affidabili con i fornitori.



ARD combatte il cambiamento climatico riducendo le emissioni di CO2, migliorando i propri prodotti e utilizzando energia rinnovabile. Gestisce inoltre i rifiuti in modo responsabile, favorendo pratiche di smaltimento e riciclo sostenibili.



L'attività di ARD mira a favorire il benessere socioeconomico del territorio, promuovendo iniziative a sostegno dello sviluppo sociale, economico e ambientale delle comunità locali.



2.2 ARD e gli stakeholder

Gli stakeholder sono tutti i soggetti che possono essere influenzati o che possono influenzare le attività, le politiche e le decisioni di ARD. Negli ultimi anni gli stakeholder sono sempre più attenti agli aspetti ESG richiedendo all'azienda di adottare un comportamento responsabile sia nei loro confronti che verso l'ambiente esterno.

Nell'ecosistema in cui opera ARD si distinguono gli stakeholder interni, come i dipendenti e gli stakeholder esterni, quali istituzioni finanziarie, associazioni di categoria e media. L'azienda si impegna a promuovere un dialogo attivo con entrambi i gruppi cercando di comprendere le loro esigenze, interessi e aspettative.

ARD riconosce l'importanza di stabilire solide relazioni e un reciproco dialogo con tutti gli stakeholder e questo impegno nel coinvolgimento degli stessi è essenziale per la creazione di un valore aziendale a lungo termine.

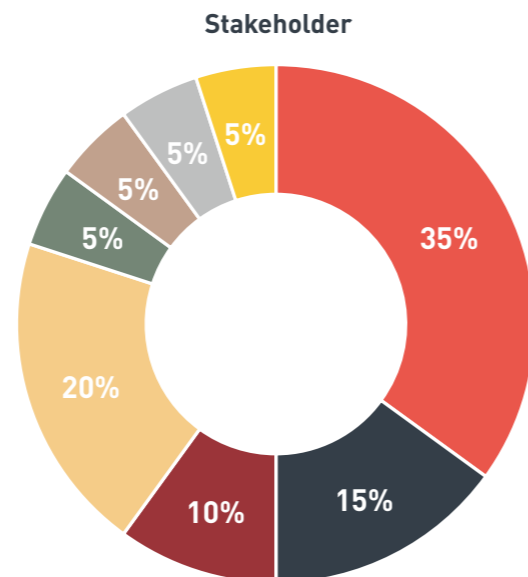
Il processo di individuazione dei temi materiali dell'azienda, aggiornato nel 2024, è stato strutturato partendo dall'analisi degli stakeholder di ARD.

L'individuazione dei soggetti più influenti all'interno dell'azienda è avvenuta tramite l'utilizzo del "Salience Model"¹, strumento utilizzato come analisi, gestione e coinvolgimento degli stakeholder. In particolare, questo modello consente di classificare i soggetti coinvolti per valutare il modo migliore di coinvolgerli e stabilire la priorità da assegnare loro all'interno dell'organizzazione. Le tre variabili considerate sono: legittimità, potere ed urgenza.

Questi tre elementi sono stati integrati e ponderati sulla base dell'influenza che ha lo stakeholder stesso sulle attività e decisioni aziendali.

Sono stati quindi identificati quali stakeholder rilevanti:

- Clienti;
- Fornitori;
- Istituzioni Finanziarie;
- Dipendenti e Collaboratori;
- Nuove Generazioni;
- Professionisti, consulenti e supporto tecnico legale;
- Media;
- NGOs e Associazioni.



- Clienti
- Fornitori
- Istituzioni Finanziarie
- Dipendenti e Collaboratori
- Nuove Generazioni
- Professionisti, consulenti e supporto tecnico legale
- Media
- NGOs e Associazioni

L'analisi ha permesso al top management di riflettere sulle categorie con cui l'azienda collabora e interagisce, identificandone una categoria di stakeholder spesso trascurata dalle aziende: le nuove generazioni. L'esigenza di considerare l'importanza e gli impatti che i temi materiali hanno sulle nuove generazioni nasce dalla volontà del top management di creare opportunità lavorative e di permettere alle generazioni future, o meglio ai propri figli, nipoti di godere del patrimonio culturale ed artistico di cui attualmente disponiamo.

Nel corso dell'anno, l'azienda coinvolge attivamente i propri stakeholder tramite una serie di iniziative e attività mirate, con l'obiettivo di comprendere e condividere le loro aspettative.

Di seguito vengono riportati i principali momenti di confronto per ciascuna categoria di stakeholder.

Stakeholder	Canali di comunicazione	Tipo di relazione e scopo	Aspettative degli stakeholder
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Meeting • Incontri formativi • Visite presso i clienti • Questionari e sondaggi ai clienti • Servizio Clienti attivo • Interviste 	Per raggiungere la soddisfazione del cliente, ARD integra in modo chiaro la "Customers experience" nella propria visione strategica sviluppandola in base non solo ai processi, ma anche alle esigenze dei clienti.	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e sicurezza del prodotto • Tracciabilità dei processi produttivi e dei servizi • Rispetto clausole contrattuali e tempi di consegna • Made in Italy
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> • Incontri individuali • Comunicazioni verbali e scritte • Visite in loco e istituzionali • Questionari 	ARD si impegna a favorire un rapporto diretto, quotidiano e partecipativo con i suoi fornitori, rafforzando relazioni storiche basate sulla fiducia e sulla collaborazione reciproca.	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e sicurezza • Termini di pagamento equi • Rapporto a lungo termine • Pratiche di acquisto responsabili
Istituti finanziari	<ul style="list-style-type: none"> • Riunioni istituzionali e assemblee • Dialogo quotidiano 	ARD garantisce un continuo scambio di informazioni tra le parti che permette agli stessi di supportare l'azienda in modo coerente con la visione e gli obiettivi dell'organizzazione.	<ul style="list-style-type: none"> • Performance finanziaria e redditività a lungo termine • Attività etica e governance • Gestione dei rischi e delle opportunità
Collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> • Riunioni aziendali • Partnership • Formazione • Confronto tra funzioni • Feedback interni 	ARD favorisce un rapporto diretto, quotidiano, partecipativo e collaborativo e orientato al miglioramento continuo, in cui ogni dipendente si senta valorizzato e parte integrante del successo aziendale.	<ul style="list-style-type: none"> • Sicurezza sul lavoro • Formazione e crescita professionale • Valorizzazione, inclusione, rispetto, equità • Equilibrio e benessere lavoro - vita privata • Benefit e welfare
Nuove generazioni	<ul style="list-style-type: none"> • Eventi aziendali • Career Days • Social media • Partnership con Università 	ARD investe nella crescita delle nuove generazioni, sostenendone la formazione professionale e personale e offrendo la possibilità di operare in un ambiente stimolante e dinamico.	<ul style="list-style-type: none"> • Sicurezza sul lavoro • Formazione e crescita professionale • Flessibilità • Gender equity • Benefit e welfare
Professionisti, consulenti e supporto tecnico-legale	<ul style="list-style-type: none"> • Riunioni individuali • Dialoghi quotidiani • Interviste e Workshop 	ARD ha instaurato un costante scambio di informazioni tra le parti per sostenere l'azienda in modo coerente con le necessità e le esigenze espresse.	<ul style="list-style-type: none"> • Performance industriale • Attività etica e governance • Gestione dei rischi e delle opportunità
Media	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web ufficiale e social media • Richieste e interviste ai media • Interviste con l'Alta Direzione Aziendale 	Il rapporto con i media è orientato a favorire il contatto e la comunicazione con la comunità di riferimento, promuovendo un dialogo aperto e trasparente per condividere informazioni rilevanti e coinvolgere attivamente gli stakeholder nelle iniziative e nei progetti dell'azienda.	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicità responsabile e relazioni di fiducia • Flusso di comunicazione trasparente: informazioni tempestive e accurate da condividere regolarmente • Sviluppo ecologico e formazione • Supporto alla comunità locale e partecipazione agli eventi organizzati dall'amministrazione
NGOs e Associazioni	<ul style="list-style-type: none"> • Eventi istituzionali • Partecipazione a riunioni 	Attraverso collaborazioni e membership, ARD realizza progetti con diverse associazioni per tutelare il territorio e promuovere lo sviluppo sostenibile, valorizzando risorse naturali e culturali e coinvolgendo la comunità locale in iniziative ambientali e sociali.	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborazioni con la comunità • Mitigazione degli impatti sull'ambiente • Approvvigionamento responsabile • Volontariato • Salari e condizioni di lavoro equi

1 - Il "Salience Model" è il modello teorizzato Mitchell, Agle e Wood nel 1997.



2.3 Analisi di Materialità

L'analisi di materialità rappresenta un elemento chiave di un processo più ampio volto a integrare la sostenibilità nelle scelte strategiche aziendali, considerando le aspettative di tutti gli stakeholder.

ARD, al fine di identificare i principali temi legati alla sostenibilità e definire i relativi indicatori ESG da monitorare, ha intrapreso nel 2022 un processo di analisi di materialità, in linea con i GRI Standard 2021. Come definito dallo standard internazionale, l'analisi di materialità mira a identificare gli impatti attuali e potenziali, positivi o negativi, che ARD può avere sull'ambiente, sulle persone o sulla governance e viceversa.

Dagli impatti sono state definite le tematiche materia-

li, ossia le aree maggiormente rilevanti per il business dell'azienda. Per definire tali tematiche è stato adottato un approccio olistico, prendendo in considerazione sia le questioni che possono influenzare la performance economica dell'azienda e dell'intera catena del valore, sia gli ambiti che hanno un impatto sulla sostenibilità ambientale e sociale e che, di conseguenza, sono in grado di influenzare le scelte e le valutazioni dei suoi stakeholders.

L'analisi di materialità è stata condotta da ARD con il supporto e la supervisione di consulenti esterni specializzati. In particolare, il processo di identificazione degli impatti e dei temi materiali correlati ha coinvolto l'alta direzione dell'Azienda e si è articolato in tre fasi principali:

1. RICERCA DI MERCATO E ANALISI DI DOCUMENTI INTERNI ED ESTERNI: è stato individuato un elenco di impatti potenziali e attuali attraverso un'ampia ricerca nella documentazione interna ed esterna, considerando gli standard internazionali, come la Global Reporting Initiative (GRI), gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs), nonché delle ricerche del World Economic Forum (WEF). Infine, è stato effettuato un confronto con le principali aziende del settore. L'analisi dei macro-trend di mercato e di benchmark su peers, clienti e best practices, ha permesso di individuare un panel di temi materiali (long list) e relativi impatti.

2. WORKSHOP CON LA DIREZIONE E STAKEHOLDER ENGAGEMENT: una volta che sono stati definiti i temi potenzialmente materiali, la direzione e le funzioni strategiche di ARD sono state coinvolte in un workshop per votare e stabilire le priorità degli argomenti, valutando l'entità e la probabilità degli impatti connessi a ciascuna tematica e considerando le azioni intraprese dall'azienda. Le tematiche materiali sono state valutate sia dalla prospettiva di ARD, sia dalla prospettiva dei suoi stakeholder. È stata poi definita una soglia di materialità, oltre la quale un argomento deve essere rendicontato all'interno del presente Report di Sostenibilità. Questa fase ha portato all'identificazione di sedici temi materiali, alcuni di questi considerati prerequisiti della strategia di sostenibilità.

3. APPROVAZIONE DEGLI IMPATTI E TEMI MATERIALI: i temi materiali individuati e gli impatti correlati sono stati approvati dal Consiglio d'Amministrazione di ARD. L'analisi condotta nel 2022, aggiornata nel 2024, ha portato all'integrazione di sette nuovi temi materiali e confermati i sedici temi individuati in precedenza e successivamente sottoposti tramite questionario, agli stakeholder individuati in precedenza.

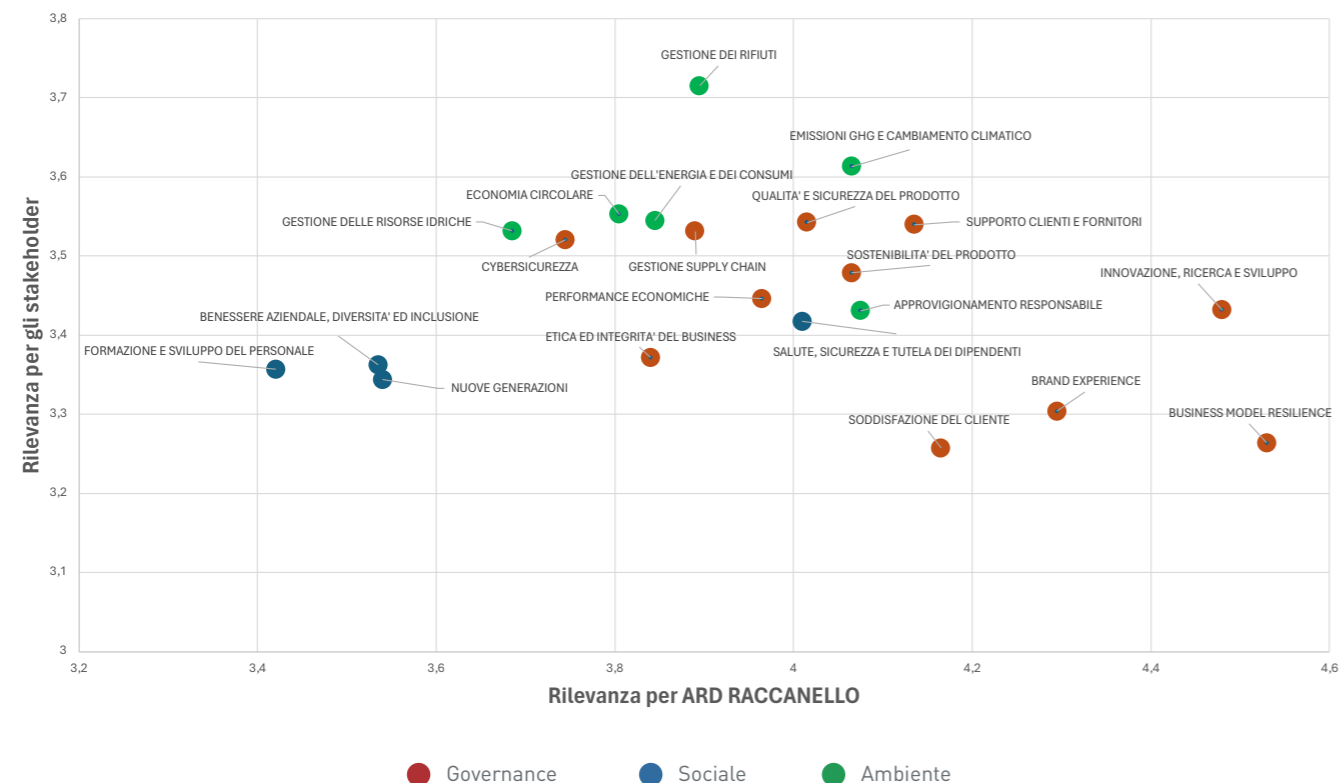
collezione
TINTE D'ITALIA



CONERO

Il risultato finale di questa analisi è il grafico a matrice di materialità: l'asse delle ascisse (x) rappresenta la rilevanza che ARD attribuisce alle 23 tematiche di sostenibilità, mentre nell'asse delle ordinate (y) troviamo il grado di importanza attribuito agli stessi temi degli stakeholder coinvolti.

Di seguito presentiamo lo stesso grafico, con un focus specifico sulla parte in alto a destra, dove si concentrano i temi di maggiore rilevanza condivisa tra ARD e i propri stakeholder.



Nel dettaglio le 23 tematiche materiali aggregate e suddivise nei 6 pilastri principali:

Il primo aspetto da evidenziare riguarda l'importanza che ARD riserva al tema del **Business Model Reliance** ovvero la capacità del modello di business di dimostrarsi solido, resiliente e sostenibile nel tempo. In questa prospettiva, ARD integra la sostenibilità nel cuore del proprio modello di business, rendendola un fattore abilitante per la crescita futura. La solidità del modello si fonda su elementi chiave quali: l'attenzione alla qualità dei prodotti, l'innovazione tecnologica, l'adozione di pratiche produttive a basso impatto ambientale e la capacità di sviluppare relazioni di lungo periodo con fornitori e clienti. Un ulteriore aspetto da considerare è l'importanza attribuita al tema di **Innovazione, Ricerca e Sviluppo**.

Per ARD rappresenta un pilastro strategico, capace di generare valore non solo in termini di competitività, ma anche di sostenibilità. Investire in nuove tecnologie, processi produttivi più efficienti e prodotti a basso impatto ambientale significa anticipare i bisogni del mercato e rispondere in modo concreto alle aspettative degli stakeholder. Il secondo aspetto riguarda la **Gestione dei rifiuti**, considerata dagli stakeholder il tema di massima importanza. Questa centralità nasce dal fatto che la gestione dei rifiuti tocca direttamente le loro aspettative più sentite: tutela dell'ambiente, rispetto delle normative, responsabilità sociale e trasparenza.

 <p>Aspetti ambientali, relativi ai processi produttivi e alla gestione degli edifici dell'azienda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestione e tutela delle risorse idriche • Gestione efficiente dell'energia • Emissioni GHG e lotta al cambiamento climatico • Gestione responsabile dei rifiuti • Approvvigionamento responsabile • Economia circolare 	 <p>Collaboratori e rispetto dei diritti umani</p> <ul style="list-style-type: none"> • Benessere aziendale • Diversità e inclusione • Formazione e sviluppo dei dipendenti • Salute, sicurezza e tutela dei lavoratori • Nuove generazioni 	 <p>Gestione della Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etica e integrità di business • Performance Economiche • Brand Experience • Business Model Resilience • Cybersicurezza
 <p>Qualità e sostenibilità dei prodotti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilità dei prodotti • Qualità e sicurezza del prodotto • Innovazione, Ricerca e Sviluppo 	 <p>Supply chain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Approvvigionamento responsabile e gestione della supply chain • Supporto clienti e fornitori • Soddisfazione del cliente 	 <p>Impegno e volontà di sostenere le comunità nei territori in cui l'azienda opera</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sostegno e sviluppo delle comunità



IL B IMPACT ASSESSMENT

ARD a partire dal 2022 ha deciso di utilizzare il B Impact Assessment (BIA) quale strumento di valutazione completo per misurare l'impatto sociale e ambientale dell'azienda permettendo di aprirsi a tanti piccoli e grandi cambiamenti, a volte anche molto impegnativi, per avere un impatto sempre più positivo sulla collettività.

Lo strumento di valutazione ha permesso di affrontare tutta una serie di argomenti riguardanti la vita dell'azienda, facendo emergere delle opportunità di miglioramento, individuando temi, alcuni dei quali non erano ancora stati oggetto di misurazione, oppure per i quali sono scaturite soluzioni diverse e inedite.

Questi temi vengono divisi nel BIA nelle seguenti macroaree:



La **Governance**: area che valuta la mission aziendale nel suo complesso, l'etica, la responsabilità e la trasparenza dell'azienda attraverso argomenti come l'integrazione degli obiettivi sociali e ambientali nella valutazione delle prestazioni dei dipendenti, la rendicontazione dell'impatto e la trasparenza, il coinvolgimento degli stakeholder, ecc.



La **Comunità**: valuta il contributo dell'azienda al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera, attraverso temi come diversità e inclusione, creazione di posti di lavoro, impegno civico e filantropia, gestione della catena di approvvigionamento e altro ancora.



L' **Ambiente**: valuta l'impatto e la gestione ambientale complessiva dell'azienda, quindi il modo in cui l'azienda gestisce gli impatti ambientali generali, nonché argomenti specifici come uso dell'acqua, lo smaltimento di rifiuti, la sostenibilità, gli impatti sulla terra e sulla vita.



I **Clienti**: valuta il valore che l'azienda crea per i propri clienti diretti e i consumatori dei suoi prodotti o servizi attraverso argomenti quali marketing etico e positivo, garanzia della qualità di prodotti e servizi, privacy dei dati, sicurezza dei dati e altro.



I **Lavoratori**: valuta la cura dell'azienda nei confronti della propria forza lavoro considerando le politiche di gestione delle risorse umane, tra le quali salute, benessere, sicurezza, sviluppo di carriera, impegno e soddisfazione, ecc.



L'impegno profuso da ARD nel corso del 2024 ha determinato un miglioramento dello score del proprio impatto ambientale e sociale, passando da 59,5 a 61,5, attestando l'impegno della Società nelle tematiche ESG.

L'obiettivo virtuoso che si è posta l'azienda da qui al 2026 è il raggiungimento del punteggio di 80, che rappresenta il traguardo ideale per riscontrare positivamente il percorso di sostenibilità intrapreso dall'impresa.

L'adozione del B Impact Assessment quale strumento di autovalutazione della strategia di governance aziendale sta supportando ARD a identificare i propri punti di forza e di

debolezza e a implementare miglioramenti continui nelle pratiche di sostenibilità.

I risultati dell'assessment sono stati da un lato uno strumento per misurare l'efficacia delle azioni intraprese nell'anno e dall'altro hanno fornito una serie di spunti per prendere decisioni informate per allineare il modello di business di ARD con i principi di sostenibilità e di responsabilità sociale.

L'analisi ha infatti fatto emergere l'opportunità di attivare una serie di progettualità che sono alla base della strategia definita nel Piano di Sostenibilità.

TEMA: ETICA E INTEGRITÀ DEL BUSINESS e DIVERSITÀ ED INCLUSIONE



PROGETTO

La Società a partire dal 2022 ha adottato il B Impact Assessment quale strumento per misurare il percorso per dotare la Società di processi e procedure volte a tutelare i temi ESG.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Punteggio questionario BIA	80	61,5	59,5	41,6

PROGETTO

Diventare una B-CORP attraverso un processo virtuoso che porterà l'azienda a integrare nel proprio business i temi della sostenibilità.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Punteggio questionario BIA	Società Benefit e B Corp	-	-	-

La certificazione **B Corp** è uno standard riconosciuto da un ente terzo che richiede alle aziende di rispettare elevate performance di sostenibilità sociale e ambientale e di rendere trasparente pubblicamente il **punteggio** ottenuto attraverso il **protocollo B Impact Assessment**. Si applica all'intera azienda, comprende tutte le linee di prodotto o servizio e tutte le aree aziendali e qualsiasi azienda è potenzialmente ammissibile per la certificazione.

La B Corp identifica le organizzazioni che, oltre a perseguire obiettivi economici di profitto, rispondono anche agli standard più elevati di **tutela ambientale** ed **equità sociale**. L'azienda certificata B Corp si impegna pubblicamente a rispettare livelli minimi molto ambiziosi nella valutazione dell'impatto positivo che le proprie attività hanno sull'organizzazione stessa, la società e l'ecosistema in cui è inserita.



2.4 La strategia aziendale

Il Piano di Sostenibilità di ARD è stato sviluppato attraverso un processo metodologico rigoroso, integrando le esigenze del mercato con gli obiettivi di lungo termine dell'azienda. Questo percorso ha incluso l'individuazione delle tematiche materiali più rilevanti per il business e per gli stakehol-

der e la definizione di specifici Key Performance Indicators (KPI) a cui associare gli obiettivi aziendali di miglioramento e monitorarne costantemente i progressi e l'impatto delle azioni implementate.

Il percorso si è basato sui seguenti passaggi chiave:

Il percorso si è basato sui seguenti passaggi chiave:

Tematiche materiali: nell'ambito del processo di analisi della materialità, come descritto nel paragrafo 2.3, ARD ha identificato 23 tematiche materiali rilevanti per il suo business. Queste sono state raggruppate nei sei ambiti di intervento e riflettono le priorità strategiche dell'azienda;

Identificazione dei KPI: per ognuno dei 23 temi materiali, sono stati definiti specifici indicatori di performance (KPI) scelti in modo da essere comparabili con i Global Reporting Initiative (GRI). Questo allineamento consente di garantire trasparenza e di confrontare le performance aziendali con quelle di altre organizzazioni nel medesimo settore;

Definizione degli obiettivi: gli obiettivi di miglioramento dei KPI riflettono l'impegno dell'azienda a migliorare le proprie performance ambientali, sociali e di governance. Sono stati individuati in coerenza con la visione a lungo termine dell'azienda e il suo Piano Industriale. In questa fase, sono state analizzate le priorità strategiche aziendali, come la riduzione dell'impronta di carbonio, l'efficienza energetica, la promozione del benessere dei dipendenti o la gestione etica della supply chain;

Piano di azione: la strategia aziendale è stata sviluppata integrando il disegno definito nel Piano Industriale 2022-2026, il quale già metteva lo sviluppo sostenibile al centro della visione strategica aziendale con le best practice del settore, per garantire azioni di qualità e riconosciute nel contesto di riferimento.

Questo approccio ha permesso di allineare le azioni di sostenibilità con gli obiettivi operativi e strategici dell'azienda, creando una sinergia tra lo sviluppo economico e la responsabilità sociale e ambientale.

Di seguito sono riassunti gli obiettivi del Piano di Sosteni-

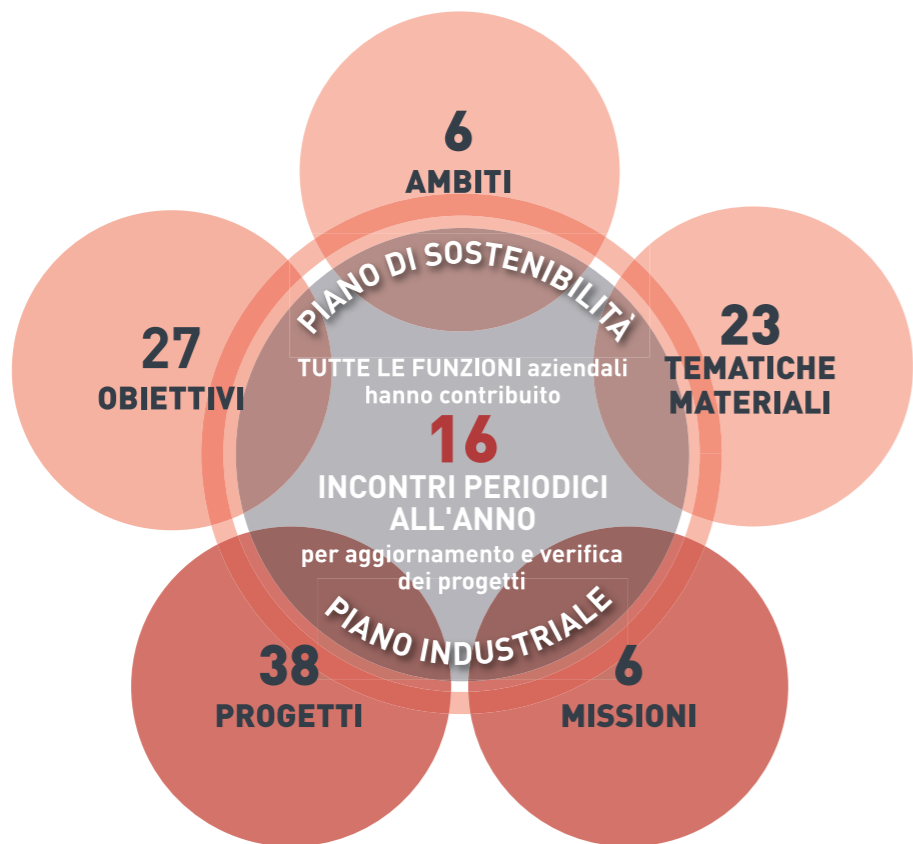
bilità nel quale sono stati integrati i 7 nuovi KPI derivanti dall'aggiornamenti dell'analisi di materialità i cui raggiungimento è stato prefissato per il 2026. Ogni singolo tema materiale è stato successivamente dettagliato nella rispettiva sezione del presente Report di Sostenibilità.

AMBITO	TEMA MATERIALE	KPI	PAG.
Aspetti ambientali relativi ai processi produttivi e alla gestione degli edifici dell'azienda	1. GESTIONE E TUTELA DELLE RISORSE IDRICHE	Litri acqua di lavaggio / ton prodotto	69
	2. GESTIONE EFFICIENTE DELL'ENERGIA	Energia consumata GJ/ ton prodotto	71
	3. LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO	Emissioni totali di tCO ² e scope 1 e 2	73
	4. GESTIONE RESPONSABILE DEI RIFIUTI	Percentuale di rifiuti destinati al recupero	75
	5. ECONOMIA CIRCOLARE	% di materie prime acquistate con certificazione ambientale	56
Collaboratori e rispetto dei diritti umani	6. BENESSERE AZIENDALE DIVERSITÀ E INCLUSIONE	Risultato complessivo questionario GPTW	87
	7. FORMAZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI	Ore di formazione media per dipendente	90
	8. SALUTE, SICUREZZA E TUTELA DEI LAVORATORI	Infortuni gravi	92
	9. DIVERSITÀ ED INCLUSIONE	Ottenimento certificazione B CORP	41
Gestione della governance aziendale	10. NUOVE GENERAZIONI	Incidenza under 30 sul totale dipendenti	82
	11. ETICA E INTEGRITÀ DEL BUSINESS	Punteggio questionarioClima aziendale	87
	12. PERFORMANCE ECONOMICHE	Valore economico generato	48
		Fatturato Estero / Fatturato totale	19
		EBITDA %	48
13. BRAND EXPERIENCE	Copertura Social	97	
14. BUSINESS MODEL RESILIENCE	Strumenti di governance	26	
Qualità e sostenibilità dei prodotti	15. CYBERSICUREZZA	Adeguamento normativa sulla cybersicurezza	26
	16. SOSTENIBILITÀ DEI PRODOTTI	% fatturato generato da prodotti con certificazione ambientale (EPD)	59
	17. QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI	Numero di clienti e applicatori coinvolti nell'attività formativa	61
	18. INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO	Introduzione di uno o più prodottiEcodesign	64
	19. SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	Survey Clienti	99
Supply Chain	20. APPROVIGIONAMENTO RESPONSABILE E GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN	Misurazione Emissioni Scope 3 Trasporti a cliente	56
	21. GESTIONE SUPPLY CHAIN	Durata rapporto fornitori	53
	22. SUPPORTO CLIENTI E FORNITORI	Numero audit ai fornitori	56
Supporto alla comunità	23. SOSTEGNO E SVILUPPO DELLE COMUNITÀ	Valore Economico distribuito alla Comunità / Utile dell'anno	107
		% di valore economico distribuito a fornitori di prossimità (100 km)	54



PIANIFICAZIONE E CONDIVISIONE

In coerenza con la sua mission e i valori aziendali, il Consiglio di Amministrazione ha definito il primo Piano Industriale quinquennale (2022 - 2026) che vede la coerenza, l'etica e la sostenibilità al centro della strategia aziendale. La visione strategica che emerge da questo documento deriva da azioni concrete in risposta alle necessità dei clienti, oltre che alle collaborazioni con i dipendenti per l'identificazione dei punti di forza e delle aree di miglioramento.



Il Piano, frutto di un percorso condiviso a livello aziendale costituisce un riferimento strategico essenziale per l'intera organizzazione. Esso orienta la valutazione delle iniziative intraprese e supporta l'identificazione tempestiva di eventuali criticità, consentendo interventi mirati per prevenirle e/o gestirle efficacemente.

Dopo un'analisi approfondita tra opportunità, punti di forza e debolezza, analisi di eventuali minacce e un'analisi di posizionamento nel mercato, è nata la strategia declinata nelle 6 missioni nelle quali **sviluppo sostenibile, crescita e motivazione** del personale rappresentano i due pilastri su cui sono state sviluppate le 4 direttive operative.

- 01** Aumentare il fatturato attraverso una crescita sana
- 02** Migliorare l'immagine della società
- 03** Approccio orientato al cliente e alla sostenibilità

- 04** Crescita delle competenze e motivazione del personale
- 05** Migliorare la capacità produttiva e di approvvigionamento
- 06** Migliorare la gestione scorte del magazzino



MONITORAGGIO

Il raggiungimento degli obiettivi prefissati nel Piano Industriale e nel Piano di Sostenibilità non può prescindere da un adeguato sistema di monitoraggio e di comunicazione periodica tra la Direzione Generale e le funzioni preposte. Per questo ARD ha ritenuto fondamentale istituzionalizzare dei momenti di allineamento periodici tra i responsabili di progetto e gli Amministratori stessi.

Mensilmente sono schedate le riunioni di progetto che permettono di aggiornare gli Amministratori sullo stato di avanzamento dei progetti e allineare il team di lavoro su obiettivi, priorità tempi e risorse, consentendo allo stesso tempo di risolvere eventuali criticità emerse nel corso del mese che potrebbero pregiudicare il completo raggiungimento degli obiettivi stessi.

Trimestralmente tutti i team di lavoro sono coinvolti collegialmente in un briefing di aggiornamento nel quale i presenti sono informati sull'andamento generale della Società e sullo stato di avanzamento dei progetti previsti nei Piani.

Annualmente è prevista la redazione del Budget dettagliato che fornisce le risorse adeguate alla realizzazione dei Piani, definendo gli obiettivi da raggiungere nel corso dell'anno, integrandoli con l'evoluzione delle opportunità e dei rischi connessi al contesto macroeconomico e di mercato.

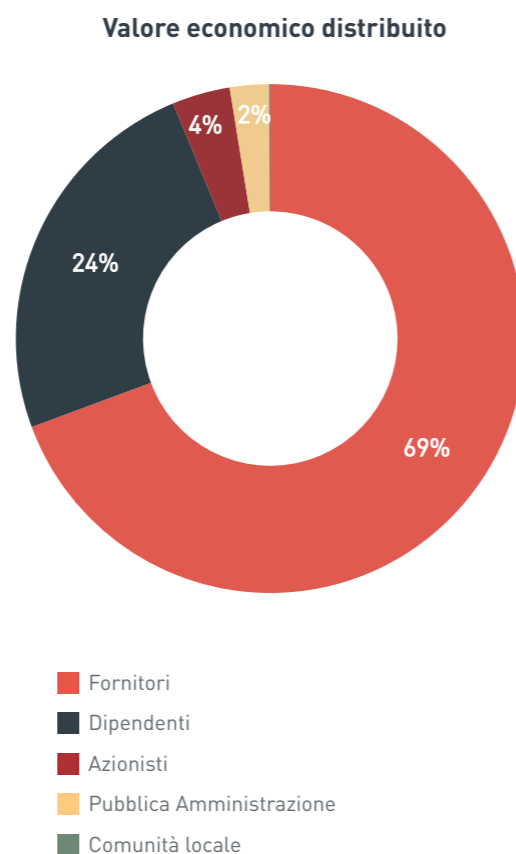
Nel corso del 2024 sono proseguite le attività per lo sviluppo di tutti i 26 progetti definiti all'interno del Piano Industriale ed integrati nel corso dell'anno 12 ulteriori progetti di cui 20 sono stati completati nel corso dell'anno. All'interno del Piano Industriale, lo sviluppo sostenibile è posto al centro della strategia aziendale, in coerenza con la mission e i valori societari. Nel 2023, ARD ha pertanto definito e adottato il Piano di Sostenibilità 2023/2026 che si integra nel percorso tracciato dal Piano Industriale. Il documento strategico stabilisce le azioni, le iniziative e gli obiettivi che si intendono intraprendere per garantire una gestione e una crescita sostenibile e responsabile. Questa sinergia consente di allineare gli obiettivi economici e operativi con quelli legati alla tutela ambientale, alla responsabilità sociale e alla buona governance delineando una visione integrata e coesa che mira alla sostenibilità e all'equilibrio nel raggiungimento degli obiettivi.



2.5 Valore economico generato

La strategia di sviluppo di ARD è improntata sulla consapevolezza della propria responsabilità sociale nei confronti degli stakeholder, quali dipendenti, clienti, fornitori, azionisti, comunità, istituzioni, associazioni di categoria e nuove generazioni. Di conseguenza, l'azienda adotta una strategia di crescita volta ad aumentare non solo il valore economico dell'organizzazione, ma anche il suo sviluppo e l'impatto positivo sulla società.

Il valore economico generato dall'Azienda nel 2024 risulta in diminuzione del 0,06% rispetto all'anno precedente. Il valore economico trattenuto di ARD è determinato dal valore generato nel periodo di riferimento in seguito alla vendita di servizi e prodotti e da altri ricavi (proventi finanziari, ricavi da attività di ricerca e sviluppo, etc), al netto degli ammortamenti, e dal valore ridistribuito ai propri stakeholder in varie forme. Il 93% del valore economico generato dall'azienda, che ammonta a 29,5 milioni di euro, è stato ridistribuito tra gli stakeholder sotto forma di remunerazione ai dipendenti, pagamenti ai fornitori, versamento di imposte e contributi alla pubblica amministrazione, remunerazione degli azionisti e donazioni a sostegno alla comunità locale. Come evidenziato nel grafico che segue, il 69% del valore economico distribuito è stato erogato ai fornitori, il 24% ai dipendenti ed il restante 6% alle altre categorie di stakeholder.



Di seguito viene rappresentato il valore economico generato, distribuito e trattenuto di ARD, calcolato sulla base delle voci del conto economico al 31 dicembre 2024. Nello specifico, nella tabella viene proposta una riclassificazione del Bilancio di Esercizio al fine di determinare il valore economico che l'azienda ha generato tramite la sua attività, il valore che durante l'esercizio è stato ridistribuito ai propri stakeholder

ed infine il valore trattenuto, ovvero quanto del valore economico generato è rimasto all'interno dell'azienda. Per quanto riguarda il valore economico distribuito, le voci del Conto Economico sono state suddivise sulla base dei pagamenti effettuati verso cinque categorie di stakeholder: fornitori, dipendenti, azionisti, pubblica amministrazione e comunità.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO	2024	2023	2022
Valore economico diretto generato - ricavi	29.551	29.569	29.990
Ricavi delle vendite di prodotti e delle prestazioni	28.666	28.769	28.982
Ricavi delle vendite di altri materiali	5	105	5
Altri ricavi operativi	731	676	1.002
Proventi finanziari	147	19	2
Valutazioni delle Partecipazioni in società collegate con il metodo del patrimonio netto	0	0	0
Utili o perdite su cambi	1	0	-1
VALORE ECONOMICO GENERATO	29.551	29.569	29.990
Valore economico distribuito - costi operativi	18.981	18.683	20.231
Approvvigionamenti/acquisti	11.257	10.473	13.552
Costi di locazione e affitto/utilizzo di beni terzi	969	966	896
Costi per servizi	6.917	6.187	6.590
Altri costi operativi	161	120	131
Variazioni sulle rimanenze	-322	938	-938
Valore economico distribuito - stipendi dei dipendenti e benefit	6.681	6.406	6.160
Costo del personale	6.681	6.406	6.160
Valore economico distribuito - pagamenti agli azionisti	1.008	510	0
Dividendi pagati	1.008	510	0
Totale oneri finanziari	0	0	0
Valore economico distribuito - pagamenti alla pubblica amministrazione	676	1.034	669
Totale imposte correnti	676	1.034	669
Valore economico distribuito - investimenti nella comunità	23	23	22
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	27.369	26.655	27.082
Accantonamenti e svalutazioni	48	55	52
Totale imposte differite e da anni precedenti	30	-116	57
Ammortamenti	1.484	1.267	1.072
Riserve	620	1.211	1.217
Dividendi pagati	0	498	510
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO DA ARD RACCANELLO	2.182	2.914	2.908



3. LA FILIERA PRODUTTIVA. DAL FORNITORE ALLA GAMMA DI PRODOTTI E SERVIZI

TEMA: PERFORMANCE ECONOMICHE



PROGETTO

La Società sta proseguendo il percorso di crescita del valore economico generato favorita nell'ultimo triennio dai bonus edilizi. L'obiettivo è sviluppare nuove opportunità di mercato per coprire l'effetto generato dalla riduzione dei bonus.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Valore economico generato	> 30 mln	29.551	29.569	29.990

PROGETTO

L'equilibrio economico rappresenta il fattore critico per garantire copertura finanziaria ai progetti previsti nel percorso di sostenibilità. L'efficiamento degli attuali fattori produttivi potrà garantire il miglioramento della marginalità.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
EBITDA %	18%	12,67%	15,14%	12,21%

12 mln di kg
Quantità prodotte

94%
Fornitori nazionali

629
mila euro
Investimenti R&S

12
Addetti R&S

3.1 Il processo produttivo di ARD

ARD dispone di due siti produttivi, uno presso la sede storica di Padova e uno a Castelguglielmo, in provincia di Rovigo. La sede storica di Padova rimane un punto fermo dell'azienda e uno dei luoghi simbolo della sua identità, nel quale sono presenti gli uffici direzionali e le strutture strategiche aziendali. Entrambi i siti sono dotati di attrezzature all'avanguardia e di personale altamente specializzato, in grado di garantire la massima qualità dei prodotti ARD. La presenza di due siti produttivi consente all'azienda di garantire una maggiore efficienza nella gestione della produzione e una maggiore flessibilità nella risposta alle esigenze dei clienti.

Presso la sede di Padova sono dislocati il Reparto Orizzontale (RO), dove si realizzano vernici, smalti, idropitture e occasionalmente diluenti, ed il Reparto Verticale (RV), dedicato alla realizzazione di rivestimenti a spessore, idropitture a base calce e idropitture a base acqua.

Nello stabilimento di Castelguglielmo invece, si realizzano la maggior parte delle idropitture a base d'acqua e a base di calce e, a partire dal 2023, i rivestimenti a spessore. Questo sito produttivo è caratterizzato da un alto grado di

automazione ottenuto grazie ad una progettazione impiantistica sperimentale e innovativa che ha permesso la razionalizzazione delle fasi produttive senza perdere flessibilità. Pur realizzando le stesse tipologie di prodotti, i due siti si distinguono infatti principalmente per le modalità di realizzazione.



Per la sede di Padova

Il processo produttivo è suddiviso nelle seguenti fasi:

01

Il processo ha inizio con l'introduzione dei materiali di base, come materie prime e semilavorati, in specifici contenitori mobili, e con l'azione di macchine idonee (c.d. dispersori) si miscelano ed omogenizzano i materiali fino all'ottenimento, in alcuni casi di prodotti finiti pronti per il collaudo, e in altri casi degli "impasti" da avviare alle fasi di lavorazione successive.

02

Le lavorazioni successive possono essere:

la macinazione, processo di raffinazione che consiste nella riduzione delle cariche e dei pigmenti mediante l'ausilio di specifiche macchine denominate mulini;

la fase di tinteggiatura e completamento, operazione che consiste nell'aggiunta di coloranti fino al raggiungimento della tonalità prestabilita.

03

Il prodotto finito così ottenuto, previo collaudo, viene inviato, mediante l'ausilio di pompe, dal serbatoio mobile alla macchina confezionatrice. In relazione ai quantitativi e alla tipologia di prodotto previsti per ogni singolo ordine di lavoro; il confezionamento è effettuato mediante macchina a funzionamento automatico o manuale.

Per il sito di Castelguglielmo

I processi di produzione vengono azionati e controllati da un sistema informatizzato che garantisce l'automazione delle fasi di lavorazione. La lavorazione comporta l'impiego di materie prime sfuse in polvere (carbonati di calcio, caolino, biossido di titanio, calce, feldspato), di addensanti (idrossietilcellulosa), di leganti (dispersioni acquose di polimeri vinilici e acrilici), e di additivi (antischiuma, sospensionanti, coalescenti, antibatterici e antimuffa).

01

L'idrossietilcellulosa (IEC) viene introdotta in serbatoi di idratazione in cui viene caricato circa il 95% di acqua, il 5% di IEC e additivi per formare il semilavorato che sta alla base del processo.

02

Il semilavorato viene trasferito in dispersori ove vengono successivamente introdotte le materie prime in polvere (caolino, quarzo, biossido di titanio, ecc.), i leganti e i vari additivi di completamento della dispersione. Dopo la dispersione della massa avviene il suo trasferimento in vasche di maturazione (omogeneizzatori) ove si omogeneizzano 4 unità di produzione per ottenere un unico lotto di prodotto finito.

03

Previo collaudo, il prodotto finito viene inviato nell'impianto di confezionamento automatizzato, da cui l'idropittura esce confezionata in contenitori di varie misure (principalmente contenitori da 14 litri), successivamente pallettizzata ed introdotta nel magazzino.



3.2 Attenzione alle materie prime e ai fornitori

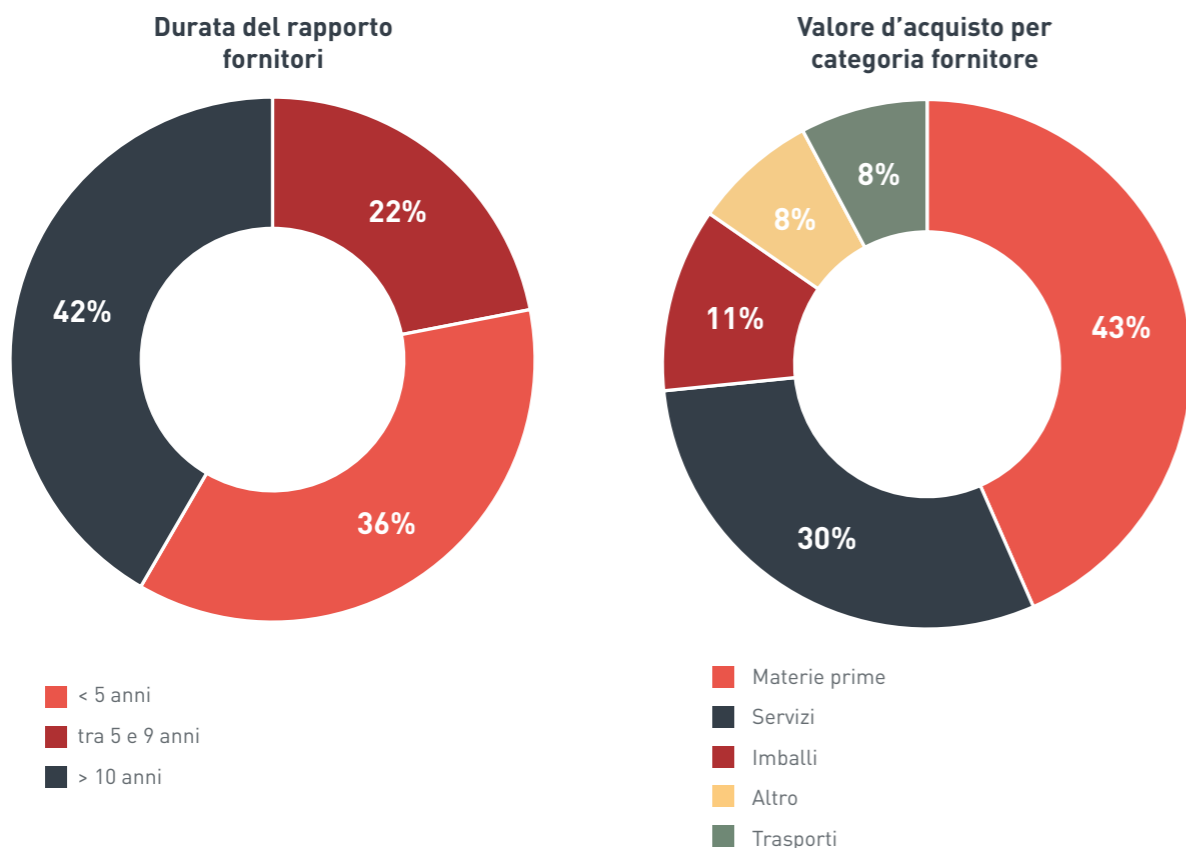
ARD riconosce l'importanza strategica di una gestione sostenibile lungo l'intera catena del valore. Per questo motivo, da sempre dedica particolare attenzione alla selezione e al coinvolgimento dei propri fornitori, promuovendo relazioni improntate alla trasparenza, alla responsabilità e al miglioramento continuo. L'azienda richiede ai propri partner di condividere gli stessi standard etici definiti nel Codice Etico aziendale, ambientali e sociali che si è data, in coerenza con i principi che guidano la propria attività. In particolare, ARD si attende che i fornitori si impegnino attivamente nella riduzione degli impatti ambientali attraverso l'adozione di processi produttivi più efficienti, l'uso responsabile delle risorse e l'innovazione orientata alla sostenibilità.

La società in linea con il modello Gestione Ambiente ISO 14001, ha implementato un processo di valutazione del parco fornitori che si basa su tre ambiti: qualitativi, servizio ed ambientali, come meglio descritto nel paragrafo successivo.

L'azienda dedica cura e attenzione ad ogni singola fase della filiera, dall'approvvigionamento delle risorse fino alla consegna del prodotto finito. La sostenibilità della filiera "a monte" e gli elevati standard delle materie prime, assicurano garanzia di qualità del prodotto finale "a valle", garantendo la soddisfazione dei clienti e degli utilizzatori dei prodotti firmati ARD.

ARD si avvale esclusivamente di fornitori altamente specializzati, la cui selezione e fidelizzazione costituisce un elemento chiave. Nel tempo sono state instaurate collaborazioni durature, fondate sulla fiducia e sullo scambio di informazioni e competenze. Come illustrato nel grafico il 42% dei fornitori collabora con ARD da oltre 10 anni, il 22% da meno di 10 anni e il 36% da meno di 5 anni.

Al 31 dicembre 2024 l'Azienda vanta collaborazioni con oltre 400 fornitori. La maggior parte sono fornitori di materie prime, i quali ricoprono il 43% del valore degli acquisti, seguiti da fornitori di servizi e di imballi.



ARD Raccanello, in coerenza con i propri valori fondanti di qualità e promozione del Made in Italy, si impegna da sempre nello sviluppo del territorio, valorizzando le eccellenze italiane e privilegiando una filiera corta e responsabile. In questa direzione, l'Azienda seleziona accuratamente beni e servizi provenienti in larga parte da fornitori italiani, con l'obiettivo di contribuire alla crescita economica delle comunità locali e preservare il tessuto produttivo nazionale. A conferma di questa vocazione, ARD si pone l'obiettivo di proseguire nel proprio percorso di crescita economica mantenendo stabile la quota di valore economico distribuito a fornitori di prossimità, evitando delocalizzazioni che potrebbero penalizzare l'economia locale.

Nel 2024, il 25% del valore economico generato è stato redistribuito a fornitori situati entro un raggio di 100 km dalle sedi aziendali.

Nell'approvvigionamento di prodotti chimici vengono prevalentemente selezionati fornitori esteri, mentre i fornitori italiani risultano essere i principali produttori di emulsioni e di cariche minerali. In quest'ultimo caso, si tratta principalmente di prodotti a km zero, ottenuti da attività estrattive o minerarie e provenienti prevalentemente dal Nord Italia. Questo consente all'azienda di ridurre significativamente i consumi e le emissioni legate ai trasporti, con una conseguente diminuzione dei costi logistici.

I NUMERI DI ARD



TEMA: GESTIONE SUPPLY CHAIN



PROGETTO

Nel corso degli anni ARD ha costruito relazioni solide con i propri fornitori, basate sulla fiducia reciproca e sulla condivisione di informazioni e competenze. L'impegno è quello di preservare e rafforzare nel tempo questi legami, trasformandoli in un valore duraturo per entrambe le parti.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Durata rapporto fornitori	>30% +10 anni	37%	37%	44%



TEMA: SOSTEGNO E SVILUPPO DELLE COMUNITÀ



PROGETTO

L'obiettivo è di realizzare un percorso di crescita aziendale senza penalizzare l'economia locale, mantenendo la quota attuale di valore economico generato redistribuito ai fornitori di prossimità.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
% di valore economico distribuito a fornitori di prossimità (100 km)	30%	25%	29%	28%

SELEZIONE DEI FORNITORI

ARD seleziona e sceglie i fornitori di materie prime che condividono lo stesso approccio ambientale e sociale dell'azienda. Per completare l'iter di selezione, a tutti i nuovi fornitori vengono inviati dei questionari specifici per ciascuna categoria, come materie prime, imballi, logistica e servizi. I dati raccolti vengono analizzati dal responsabile ambientale (RA) per gli aspetti di sostenibilità ambientale e dal responsabile del sistema qualità (RSQ) per gli aspetti operativi e di qualità. Oltre al rispetto dei requisiti cogenti, la presenza di certificazioni rappresenta un valore aggiunto per il fornitore. Tutti questi aspetti insieme contribuiscono, in modo non vincolante, alla valutazione e qualifica dei fornitori, come da procedura operativa interna.

I questionari sono inviati periodicamente a tutti i fornitori, assicurando l'aggiornamento delle informazioni almeno ogni due anni. Particolare attenzione è rivolta ai fornitori che presentano criticità, quali problemi logistici, difficoltà nel soddisfare i requisiti richiesti o assenza di certificazioni ambientali. Questi ultimi vengono sottoposti a valutazione annuale da parte dell'azienda.

A partire dal 2023, ARD ha inoltre aggiornato il proprio processo di valutazione introducendo, nella fase di indagine del profilo del fornitore, nuovi indicatori utili per valutare l'attenzione del fornitore stesso sulle tematiche ESG.

I vettori che si occupano del trasporto dagli stabilimenti ai clienti sono caratterizzati da un rapporto consolidato nel tempo che ha rafforzato la collaborazione e la fiducia. Tutti rispettano i requisiti cogenti per il trasporto delle merci che viaggiano via strada, via mare, via aerea (regolamenti - ADR - IMDG - IATA). Ciascun fornitore assicura la propria idoneità al trasporto, il rispetto dei tempi di consegna stabiliti, nonché l'integrità delle merci e/o delle attrezzature trasportate.

ARD valuta la qualità del servizio offerto dai vettori con cui collabora, tenendo conto delle aree in cui operano. Il feedback principale sulla qualità del servizio proviene dagli eventuali disservizi segnalati dall'ufficio commerciale all'ufficio spedizioni, come ad esempio ritardi nelle consegne. In caso di insoddisfazione comunicata dall'ufficio commerciale, l'ufficio spedizioni verifica il problema segnalato, collaborando direttamente con il vettore e conducendo eventuali indagini interne, se necessario.

La strategia di sostenibilità della società prevede di attivare una prima fase di monitoraggio delle emissioni Scope 3 entro il 2026. Successivamente a questa prima fase saranno definite delle strategie di efficientamento delle performance, favorendo scelte ambientalmente sostenibili anche su questo aspetto della filiera.

RICERCA DELLE MATERIE PRIME

Nonostante la Società non sia stata esente dalle problematiche relative alla scarsità delle risorse che sta caratterizzando l'ultimo triennio, è stata in grado di garantire la continuità della produzione grazie a politiche commerciali di acquisto consolidate negli anni e a solidi rapporti costruiti con i principali fornitori di materie prime strategiche.

L'azienda, in ottica di riduzione degli impatti dei propri prodotti, pone particolare attenzione alla ricerca e selezione di materie prime innovative e certificate.

Queste attività sono supportate principalmente dall'Area tecnica e R&D, impegnata a selezionare materie prime con il minor impatto su persone e ambiente. Tutta la documentazione a supporto delle materie prime viene analizzata prima di eseguire l'analisi tecnica, garantendone un uso sicuro, escludendo tutti quei materiali che possano comportare pericolosità elevate sia per i dipendenti, che devono operare a contatto con i materiali, sia per il consumatore finale. La valutazione dell'impatto delle materie prime utilizzate viene

condotta attraverso un'analisi approfondita delle schede di sicurezza, verificando il rispetto di quanto previsto dai Regolamenti (UE) 878/2020 e 1272/2008 (regolamento CLP).

L'ampliamento continuo del portafoglio delle materie omologate rappresenta un obiettivo fondamentale per ARD. La sfida principale di tale operazione oggi, consiste nel trovare materiali alternativi tra loro che offrano non solo le stesse prestazioni tecniche ma anche un livello di pericolosità comparabile o inferiore. Tale processo, oltre a rendere più efficace economicamente la politica degli acquisti, tende a ridurre notevolmente i rischi insiti all'utilizzo di prodotti legati ad un singolo fornitore.

A questo si aggiunge l'attenzione che da sempre l'azienda pone sulla scelta delle sostanze chimiche impiegate nelle produzioni, valutando la pericolosità come variabile principale, spesso a discapito della variabile economica.

La priorità è di ridurre al minimo l'impatto sulla salute delle persone e sull'ambiente.



TEMA: APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE E GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN



PROGETTO

La prima fase del progetto prevede di attivare un processo di misurazione delle emissioni Scope 3. Successivamente alla prima misurazione si individueranno gli obiettivi di miglioramento.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Misurazione Emissioni Scope 3 Trasporti a cliente	Misurazione Scope 3	-	-	-

TEMA: ECONOMIA CIRCOLARE



PROGETTO

La prima fase del progetto prevede di attivare un processo di misurazione delle materie prime e imballi con certificazione ambientale. Successivamente alla prima misurazione si individueranno gli obiettivi di miglioramento.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
% di materie prime acquistate con certificazione ambientale	Attivare un processo di misurazione	-	-	-

TEMA: SUPPORTO CLIENTI E FORNITORI



PROGETTO

Misurazione emissioni scope 3 supply chain fornitori entro il 2030. La prima fase prevederà l'assessment iniziale per attivare lo strumento di misurazione

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Numero audit ai fornitori	40%	33%	25%	27%

3.3 I prodotti e i servizi ARD



LA GAMMA DI PRODOTTI ARD

ARD vanta un'ampia gamma di prodotti tra cui prodotti di preparazione per legno, prodotti di preparazione per muro, vernici per legno, pitture ai silicati, pitture elastomeriche, decorativi, malte, prodotti di preparazione per ferro, smalti, pitture murali, pitture ai silossani, pitture alla calce, stucchi e altri prodotti complementari.

ARD nel 2024 ha prodotto quasi **12 milioni di kg** di prodotto tra preparazioni, vernici, pitture, smalti, decorativi. Per i prodotti dedicati agli ambienti interni, ARD sta proseguendo il percorso di revisione delle formulazioni degli stessi con l'obiettivo di tutelare la salute degli applicatori e di coloro che vivono l'ambiente domestico grazie allo sviluppo di prodotti con ridotto contenuto di sostanze organiche volatili. Tale impegno viene rappresentato anche dal conseguimento per alcuni prodotti della classe migliorativa **A+** secondo la normativa Indoor Air Quality e **EPD** (Environmental Product Declaration) che approfondiamo nel paragrafo successivo.

Primer per legno e metallo

Primer per muro

Smalti

Vernici per legno

Lavabili

Traspiranti

Antimuffa

Quarzi

Rivestimenti a spessore

Finiture per calcestruzzo

Silicati

Silossani

Elastomerici

Decorativi

Polveri

Paste coloranti

Varie



Classe A+



Nell'ambito dello sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale e finalizzati alla protezione della salute delle persone, il laboratorio R&D sta portando avanti da diversi anni un progetto volto alla riduzione dei composti organici volatili (COV), sia nel prodotto confezionato che nelle emissioni post-applicazione.

L'attribuzione della classe **A+** in conformità ai limiti stabiliti dal Decreto Francese n°321/2011 del 23/03/2011 e Arrêté del 19/04/2011, basati sull'emissione in aria di COV, formaldeide e altri composti pericolosi dopo 28 giorni dall'applicazione, garantisce la massima salubrità per chi ci vive. Questa specifica classificazione, relativa alla qualità dell'aria interna (**Indoor Air Quality**), prevede l'assegnazione di classi simili a quelle utilizzate per gli elettrodomestici ed è ormai ampiamente riconosciuta a livello internazionale.

La logica del processo è valutare non solo il contenuto di sostanze potenzialmente dannose presenti al momento dell'applicazione, che vanno pertanto ad impattare sulla salute dell'applicatore, ma anche l'emissione delle stesse a distanza di un mese, ponendo attenzione su chi abita nell'ambiente pitturato.

Ad oggi rientrano in classe **A+ 23 prodotti** a catalogo ARD:

1. Creative Ard Sand
2. Creative Antique
3. Creative Setard
4. Creative Shiny Design
5. Creative Ardtexture
6. Creative Morpho
7. Creative Desert Stone
8. Creative Archistar
9. Ard Lime
10. Creative Ard Lime R
11. Creative Ard Lime Rasato
12. Creative Ard Lime Carrara
13. Ironard Fondo
14. Ard Lime Intonachino 0,5mm
15. Ard Lime Intonachino 1mm
16. Over Opaco
17. Over Satinato
18. Ardtop
19. Ardsalus Air Refresh
20. Domotica
21. Thermoigloo
22. AB Paint Traspirante
23. Unique

CERTIFICAZIONE EPD

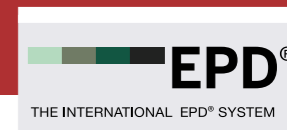
La dichiarazione ambientale di prodotto EPD (Environmental Product Declaration) è una certificazione ambientale di tipo 3 normata dalla ISO 14025. Si tratta di un documento volontario che trasmette in modo trasparente le informazioni sul ciclo di vita e sull'impatto ambientale di un prodotto.

Per ottenere l'EPD è necessario avere preventivamente svolto uno studio LCA (Life Cycle Assessment). Esso definisce il consumo di risorse (materiali, acqua, energia) e gli impatti sull'ambiente di un prodotto durante tutte le sue fasi di vita. L'LCA viene eseguito seguendo specifiche linee guida per il prodotto considerato, denominate PCR (Product Category Rules) e viene anch'esso governato da specifiche normative (le norme ISO 21930 ed EN 15804 costituiscono il riferimento quadro per le PCR).

I risultati dell'EPD forniscono una visione trasparente e credibile (convalidata da un organismo esterno di verifica) dell'impatto ambientale di un prodotto, non prevedendo tuttavia modalità di valutazione, criteri di preferibilità o livelli minimi prestazionali.

Le fasi incluse nello studio sono la fase di produzione (modulo A1-A3) e la fase di distribuzione del prodotto (modulo A4). Per la definizione della certificazione sono stati presi in considerazione tutti i processi di estrazione delle materie prime con i relativi trasporti, la fase di produzione del prodotto e dell'imballo, lo stoccaggio del prodotto e la sua distribuzione.

A fine 2024 sono 4 i prodotti a catalogo ARD che hanno ottenuto l'EPD:



BIANCO COPRENTE è una pittura murale opaca ad alta copertura per interni, dotata di rilevanti requisiti prestazionali: eccellente punto di bianco, ottima permeabilità al vapore, aspetto antiriflesso, ottima distensione e liscia al tatto.



DOMOTICA è una idropittura murale formulata con criteri innovativi e dotata di ottime caratteristiche generali e di facile applicazione. Possiede infatti un buon punto di bianco e buon potere coprente accompagnati ad una ottima lavabilità. DOMOTICA è una idropittura moderna ad elevate prestazioni, fra cui spicca un buon grado di ritoccabilità.



INTERIOR è una idropittura murale, concepita sulla base dei più moderni criteri formulativi; possiede un ottimo punto di bianco e potere coprente accompagnati da una adeguata lavabilità.



MAISON è una pittura murale ad alte prestazioni caratterizzata da ottima resistenza al lavaggio e ritoccabilità, elevato potere coprente, eccezionale bianchezza e buona permeabilità al vapore acqueo.

TEMA: SOSTENIBILITÀ DEI PRODOTTI



PROGETTO

A partire dal 2022 è iniziato il processo di misurazione dell'LCA per 4 prodotti, rinnovata successivamente. Obiettivo è incrementare le referenze certificate EPD.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
% fatturato generato da prodotti con certificazione ambientale EPD	30%	20,98%	19,28%	16,40%



I SERVIZI DI QUALITÀ AL CLIENTE

La cura con cui sviluppiamo e preserviamo le relazioni con i nostri clienti è un elemento centrale della strategia di ARD. L'azienda è costantemente tesa ad instaurare e rafforzare solidi legami relazionali tra tutti gli attori della filiera: dal distributore al professionista, con la finalità di diffondere benessere attraverso il colore.

Per realizzare questo obiettivo, ci affidiamo a un team di professionisti altamente qualificati, in grado di fornire un supporto a 360° al cliente.

ASSISTENZA TECNICA E SOPRALLUOGHI IN CANTIERE

Servizio gratuito di consulenza pre e post-vendita, per individuare le soluzioni applicative più idonee, anche con visite ai cantieri e relazioni tecniche ad hoc. Il nostro team supporta poi i negozi nella partecipazione a fiere ed altri eventi di settore, in cui siano richiesti interventi specifici sul tema. Per il solo mercato italiano, offriamo inoltre polizze assicurative pluriennali per sistemi a cappotto e cicli di verniciatura.

ASSISTENZA COLORIMETRICA

Servizio pre e post vendita fornito dal centro Ricerca & Sviluppo ARD per realizzare tinte tailor-made e dare supporto nell'utilizzo dello spettrofotometro. Il team, inoltre, ricerca e sviluppa direttamente nuove collezioni colore esclusive di ARD.

ASSISTENZA TINTOMETRICA

Servizio pre e post vendita che aiuta nella scelta della soluzione migliore per realizzare i nostri colori all'interno del singolo punto vendita e mantenere la funzionalità

delle macchine tintometriche nel tempo. Il servizio viene fornito direttamente dall'azienda per garantire la velocità di risposta, con un magazzino ricambi dedicato. L'esclusiva tecnologia in cloud, sul software e sulle attrezzature, consente la gestione multiplatforma di tutti i dati relativi alla tintometria.

ARD ACADEMY

ARD offre corsi di formazione e aggiornamento presso la propria sede, includendo sessioni specifiche sui prodotti presenti a listino, su quelli di nuova acquisizione e sulla corretta posa del sistema di isolamento termico a cappotto.

ALLESTIMENTI PUNTI VENDITA

ARD mette a disposizione un servizio di allestimento punto vendita a partire da soluzioni standard, selezionabili e combinabili in base alle singole esigenze commerciali, consultando il catalogo dedicato.

Da una valutazione con il cliente, effettuabile anche in loco con un sopralluogo ad hoc, si progetta l'inserimento della personalizzazione ARD, più o meno complessa a seconda delle necessità e delle proposte scelte: dai totem e pannelli espositivi o graficati a strutture decorative istituzionali e di prodotto, offriamo una gamma di materiale pubblicitario varia e funzionale, in grado di rispondere a diversi obiettivi attraverso composizioni visive, testuali e tattili che favoriscono una migliore comprensione. Possiamo anche studiare e far realizzare un allestimento completo dello spazio commerciale, adattandolo caso per caso con dei progetti esclusivi.



TEMA: QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI



PROGETTO

L'offerta formativa ai clienti è un elemento fondamentale della qualità proposta da ARD. Dopo la sospensione causata dalla pandemia di Covid nel 2020-2021, a partire dal 2023 si è registrata una ripresa degli Open Day e dei Technical Meeting.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Numero di clienti e applicatori coinvolti nell'attività formativa	500	256	 540	55

LA SICUREZZA DEI PRODOTTI

Il rispetto delle normative in ambito sicurezza è da sempre uno dei principali driver di ARD, costituendo un elemento fondamentale per garantire tutela sia ai consumatori finali che ai propri dipendenti. Proprio per questo motivo nel settore è imprescindibile garantire la conformità con le normative specifiche, prestando particolare attenzione alla trasparenza nella comunicazione lungo tutta la filiera. Le etichette, realizzate ed applicate sugli imballaggi di ciascun prodotto, sono conformi agli standard delle normative vigenti ed includono, tra gli altri, i seguenti elementi:

- Istruzioni di utilizzo come, per esempio, diluizione e attrezzature da utilizzare per l'applicazione;
- Contenuto massimo di composti organici volatili (VOC) per categorie di prodotto secondo direttiva 2004/42/CE e D.L. 161.

In caso di prodotto pericoloso, ai sensi dell'articolo 17 del Reg. CE 1272/2008 CLP, vengono incluse nell'etichetta:

- **Pittogrammi**
- **Avvertenze**
- **Indicazioni di pericolo**
- **Consigli di prudenza**
- **Sostanze che concorrono alla pericolosità del prodotto**
- **Eventuali informazioni supplementari**

Inoltre, sull'imballaggio viene applicato il codice UFI (Indicatore Unico di Formula), che consente di risalire alla composizione del prodotto notificata a livello europeo tramite il PCN (Poison Center Notification).

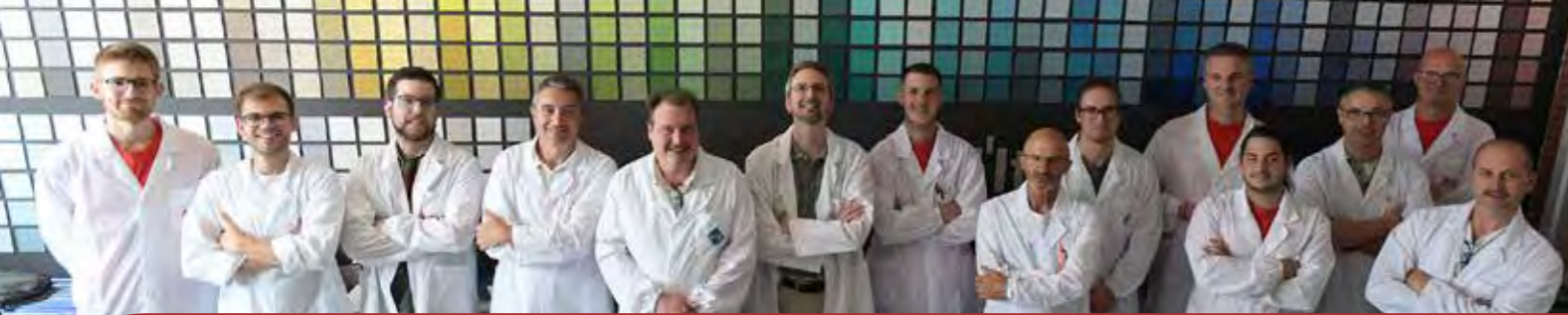
Il 100% delle materie prime e dei prodotti finiti vengono va-

lutati in base agli impatti potenziali sulla salute e sicurezza dei clienti. L'azienda mette volontariamente a disposizione le schede di sicurezza anche per i prodotti non pericolosi, al fine di fornire maggiori informazioni ai propri clienti e agli applicatori.

Grazie alle approfondite analisi condotte dai tecnici del reparto R&D nell'ultimo triennio non è stato riscontrato alcun episodio di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti informazioni, etichettatura o impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi.

Per quanto riguarda la valutazione della possibile pericolosità dei prodotti finiti, viene verificato l'allineamento delle distinte base e della documentazione alle normative vigenti in tema di Schede di Sicurezza ed etichettatura di pericolo, con un monitoraggio periodico delle stesse.

Al fine di assicurare un efficace intervento da parte dei Centri Antiveneni (CAV) in caso di emergenza, per tutti i prodotti classificati come pericolosi, vengono registrate le notifiche PCN (Poison Center Notification) a livello europeo. Tali informazioni vengono messe a disposizione ad ogni CAV degli stati membri dell'UE dove viene commercializzato il prodotto.



3.4 Ricerca e Innovazione

L'attività di ricerca e sviluppo è principalmente affidata ai tecnici del reparto R&D, composto da **12 addetti**.

Il reparto R&D esegue test per valutare la conformità dei prodotti e valutarne la qualità e la durabilità attraverso ricerche e analisi per creare prodotti sempre migliori. La funzione collabora con le università e con laboratori esterni per eseguire test e analisi specifiche che richiedono attrezzature e strumentazioni dedicate.

Nell'ultimo anno l'azienda ha investito nella ricerca **429 mila euro**.

Nel corso del 2024 era stata eseguito un benchmark sulla linea legno, intesa come prodotti trasparenti o semi-co-prenenti specifici per superfici in legno a vista.

Fino ad oggi la gamma ARD è rappresentata da un impregnante, una finitura cerata e una vernice a solvente e da una proposta simile all'acqua: si tratta di un totale di 6 prodotti, molto consolidati sul mercato:



ARD DECOR è un protettivo trasparente incolore o pigmentato che nobilita il legno con tonalità pregiate, ne esalta l'aspetto naturale e lo protegge dalle intemperie.



ARD LASUR è un protettivo trasparente incolore o pigmentato per legno a base di resine sintetiche in combinazione con cere, pigmenti trasparenti e particolari sostanze che, filtrando le radiazioni U.V., impediscono la degradazione del legno.



ARD SHIP è una vernice trasparente per legno a base di resine alchidiche oleouretaniche che conferiscono al prodotto eccezionale resistenza agli agenti atmosferici ed all'immersione prolungata in acqua anche salmastra.



TEMA FINITURA BRILLANTE PER LEGNO è una vernice incolore trasparente brillante per legno, idonea per la protezione e decorazione del legno. Ha un'ottima resistenza agli agenti atmosferici e buona elasticità, che consente al film di seguire le variazioni dimensionali del legno.



TEMA FINITURA CERATA PER LEGNO è un protettivo trasparente incolore o pigmentato per legno. Il film, oltre a filtrare le radiazioni U.V., è protetto dall'attacco di muffe e funghi. Ha una buona penetrazione nel legno, elevata elasticità, effetto idrorepellente e buona permeabilità al vapore acqueo.



TEMA IMPREGNANTE PER LEGNO è un protettivo trasparente incolore o pigmentato per legno, idoneo per la protezione e decorazione del legno. È, inoltre, protetto dall'attacco di muffe e funghi.

Da un punto di vista tecnico, l'impregnante per legno ha primariamente una funzione decorativa, permettendo di donare al substrato la colorazione tipica di alcune essenze lignee. La finitura cerata ha una funzione più spiccatamente protettiva per il legno, avendo un più alto residuo solido (dovuto a una maggior percentuale di polimero) e proprietà idrorepellenti legate all'utilizzo di cere, pur lasciando un aspetto piuttosto naturale del supporto. La vernice, infine, è caratterizzata da un film continuo e trasparente, che garantisce protezione al manufatto donando al contempo aspetto lucido o opaco (a seconda della versione).

Il benchmark eseguito ha mostrato una opportunità di mercato per una fascia di prodotti che si potesse porre tra un impregnante e una finitura cerata: l'obiettivo risultava, pertanto, un prodotto che avesse sia valenza decorativa, intesa come colorazione e impregnazione del legno, sia una valenza protettiva, grazie al contenuto in cera e a un residuo solido più elevato.

L'azienda ha valutato con maggior interesse lo sviluppo di un prodotto a base acqua, considerando il possibile minor **impatto ambientale** rispetto a un prodotto a base solvente. La scelta è ricaduta su una innovativa emulsione all'acqua di natura "acrilica ibrida, specifica per legno, che permette di ottenere finiture a "erosione controllata": la finitura, una volta esposta all'esterno, non si degrada pertanto in maniera repentina, dando vita a indesiderati fenomeni di sfogliamento parziale, ma piuttosto si erode lentamente, di fatto consumandosi e "autopulendosi". Così facendo, nel momento in cui il manufatto deve essere ripristinato, non è necessario sverniciare o carteggiare il supporto, ma è possibile applicare direttamente il nuovo strato di prodotto sulla superficie già verniciata.

Si è iniziato successivamente a formulare un nuovo prodotto che avrebbe dovuto essere un fondo-finitura, in grado di ravvivare e colorare il legno, garantendo penetrazione e adesione, e al contempo offrire protezione al supporto come una finitura cerata.

Nasce così **Tema Wood Pro**, impregnante protettivo cerato in gel per legno, entrato sul mercato a novembre 2024.





TEMA: INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO



PROGETTO

Il progetto prevede l'introduzione di uno o più prodotti ottenuti in ambito di Ecodesing, partendo da materie prime di origine bio-based.

KPI	OBBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Introduzione di uno o più prodotti Ecodesing	1	-	-	-



COLLABORAZIONE CON LE VILLAGE

A partire dal 2022, ARD aderisce alla community di Le Village, un network internazionale che comprende più di 43 Hub di innovazione in Italia, Francia e Lussemburgo e che coinvolge oltre 1.300 startup e 700 imprese partner. Le Village rappresenta un ecosistema aperto, progettato per supportare la crescita delle startup e accelerare l'innovazione nelle aziende partner, stimolando sinergie e connessioni tra imprese, startup e investitori. Oltre al rilevante coinvolgimento degli attori locali nel progetto, Le Village si distingue per la particolare attenzione dedicata alle startup che integrano uno o più Obiettivi di Sostenibilità dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Nel 2024 sono stati organizzati numerosi eventi di alto profilo, dedicati all'approfondimento di tematiche di grande attualità e rilevanza strategica. ARD ha preso parte all'edizione annuale dell'iniziativa nazionale "Call4Startup – Business Matching AI", un'importante occasione di incontro e confronto con l'ecosistema dell'innovazione. L'evento, che ha visto la candidatura di oltre 140 startup, ha rappresentato un'opportunità strategica per esplorare soluzioni tecnologiche emergenti e promuovere nuove collaborazioni. In particolare, l'edizione ha posto un forte accento sull'intelligenza artificiale, ambito su cui ARD ha potuto approfondire direttamente, attraverso incontri in presenza, il potenziale applicativo delle tecnologie presentate dalle startup partecipanti.

COLLABORAZIONE CON CORTEXA



Nel 2024 anche ARD Raccanello S.p.A entra a far parte del **Consorzio Cortexa**, un progetto associativo nato nel 2007 che riunisce le più importanti aziende specializzate nel settore dell'Isolamento Termico a Cappotto in Italia, aziende che hanno creduto nella forza di un percorso comune e che condividono la stessa filosofia di attenzione e priorità per la qualità del costruire, nel rispetto dell'ambiente.

Da oltre quindici anni i consorziati Cortexa condividono le conoscenze e la propria esperienza maturate da protagonisti nel settore del cappotto termico, sviluppando progetti e iniziative di informazione e formazione orientate a veicolare, diffondere e condividere la cultura dell'isolamento a cappotto e dell'edilizia di qualità. Con l'adesione al Consorzio, ARD consolida la propria presenza tra i protagonisti del cambiamento del comparto edilizio, contribuendo in maniera attiva alla diffusione di pratiche costruttive attente alla qualità e alla riduzione dell'impatto ambientale. Questo ingresso rappresenta anche un'opportunità per intensificare l'impegno in attività di ricerca, sviluppo e innovazione nell'ambito delle soluzioni vernicianti per sistemi a cappotto, promuovendo materiali ad alte prestazioni, compatibili con gli obiettivi europei in tema di decarbonizzazione e riqualificazione energetica del patrimonio edilizio esistente.





4. L'ATTENZIONE VERSO L'AMBIENTE

0,38 litri di acqua
consumo per ogni
kg prodotto

100%
energia rinnovabile
utilizzata

-1%
diminuzione energia
consumata per ogni kg
prodotto rispetto al 2023

48%
imballaggi utilizzati che
provengono da riutilizzo

ARD si dedica attivamente a una gestione aziendale responsabile per limitare l'impatto sull'ambiente. Questo impegno, che coinvolge tutti i dipendenti, mira a rispettare rigorosamente gli standard e le normative ambientali, ridurre le emissioni inquinanti e gestire in modo efficace i rifiuti derivanti dalle attività produttive. In particolare, l'azienda sostiene iniziative volte a diminuire l'impatto ambientale della produzione, promuovendo l'efficienza energetica, riducendo l'uso di plastica monouso e adottando pratiche eco-sostenibili.

Come evidenziato nei capitoli precedenti, ARD si impegna a garantire un'efficiente gestione ambientale mantenendo e rinnovando il Sistema di Gestione Certificato ISO 14001:2015 presso tutti i propri siti produttivi. Per monitorare i propri impatti ARD ha individuato degli indicatori di performance ambientale specifici, i quali vengono aggiornati periodicamente. I KPI ambientali rappresentano infatti uno strumento fondamentale per verificare l'accuratezza delle prestazioni dell'azienda e il suo impegno verso lo sviluppo sostenibile.

4.1 Acqua: gestione e protezione delle risorse idriche

Un elemento fondamentale dell'attività di ARD e al contempo, il principale scarto di produzione dell'azienda è l'acqua. Viene utilizzata sia nel processo produttivo sia nella pulizia degli impianti che entrano in contatto con il prodotto. L'azienda è attenta all'ottimizzazione e all'efficientamento dell'utilizzo delle risorse idriche. A tal fine, ARD ha realizzato l'impianto di Castelguglielmo specificatamente per la produzione di idropitture, rivestimenti a spessore e decorativi a base calce nelle varianti bianche e neutre. Tale scelta, combinata alla particolare struttura dell'impianto, permette un impiego limitato di acqua rispetto agli impianti tradizionali. Lo stabilimento di Padova è adibito principalmente alla produzione di tinte colorate, smalti e rivestimenti a spessore. Inoltre, per contenere il consumo di acqua², ARD

programma la produzione in modo da limitare i lavaggi necessari ad ogni cambio colore.



2,09%

Aumento acqua consumata
per kg prodotto vs 2023



+ 115k kg

Prodotti vs 2023

2 - I consumi idrici di ARD si riferiscono esclusivamente all'acqua dolce



Nel 2024, a seguito dell'aumento delle quantità prodotte rispetto l'anno precedente, il consumo di acqua è stato di 4,461 mega litri, con un aumento del 3% rispetto ai 4,327 mega litri del 2023. In particolare, l'azienda ha consumato meno di 0,38 litri per kg prodotti, con un aumento d'acqua per kg del 2,09% rispetto al 2023. È importante sottolineare che, sebbene si rilevi un aumento rispetto all'anno precedente, l'indicatore del prelievo idrico per tonnellata di prodotto resta comunque inferiore rispetto al trend degli ultimi anni; in particolare, rispetto al 2021, si registra una diminuzione del 5%. Le risorse idriche rappresentano per l'azienda la principale componente impiegata nella produzione dei propri prodotti. Per tale motivo, al fine di ridurre ulteriormente la concentrazione di carica batterica e garantire la qualità ai prodotti ARD, le acque vengono sottoposte ad appositi trattamenti. Per entrambi i siti le acque impiegate provengono dal servizio di acquedotto locale. Inoltre, l'azienda ha equipaggiato gli stabilimenti di Padova e Castelguglielmo con un sistema che permette di intercettare eventuali contaminanti dovuti a sversamenti accidentali. Le acque provenienti dalle attività produttive vengono invece smaltite come rifiuto (CER 080120) e rendicontate nel capitolo 4.4.

Le restanti acque vengono utilizzate per usi civili, per il lavaggio delle linee d'impianto, dei contenitori mobili industriali e per le attività dei laboratori controllo qualità e R&S. Nel dettaglio, le acque di lavaggio in entrambi i siti vengono gestite come rifiuto non pericoloso e inviate a idonei impianti autorizzati per lo smaltimento. Nel sito di Castelguglielmo, le acque per gli usi civili sono destinate ad un impianto di subirrigazione per dispersione nel terreno, essendo la lottizzazione priva di fognatura. Nel sito di Padova, invece, gli scarichi idrici sono rappresentati esclusivamente dalle acque per uso civile e dalle acque meteoriche che convogliano entrambe nella rete fognaria di Padova³. Tra gli scarichi idrici presenti nei due stabilimenti sono presenti anche le acque meteoriche, le quali non vengono utilizzate per alcun uso interno⁴. Tutte le acque di scorrimento provenienti dei tetti e dei piazzali per il sito di Castelguglielmo convogliano in un bacino di laminazione e successivamente nel canale consorziale Canda, invece per il sito di Padova vengono canalizzate direttamente nel collettore di acque miste della rete fognaria.

TEMA: GESTIONE E TUTELA DELLE RISORSE IDRICHE



PROGETTO

Il nuovo Impianto Rivestimenti di Castelguglielmo, completato nel 2023 come da cronoprogramma, rappresenta un fondamentale fattore abilitante per raggiungere l'obiettivo.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Litri acqua di lavaggio / ton prodotto	50,08 -25% RISPETTO A 2021	57,51	52,84	50,28

3 - Dal punto di vista normativo l'azienda è assoggettata a quanto previsto dal PTA della Regione Veneto e dal momento che nessuno dei due siti genera forme di scarico e le acque meteoriche non producono alcuna forma di dilavamento di sostanza pericolose, non sono previsti obblighi di adeguamento o di autorizzazioni in riferimento all'art 39 del Piano di Tutela delle Acque predisposto dalla Regione Veneto.

4 - Si precisa che dal punto di vista normativo (PTA della Regione Veneto) l'azienda, viste le caratteristiche degli insediamenti e degli scarichi per entrambi i siti non sono previsti obblighi di adeguamento o di autorizzazioni in riferimento all'art 39 (controlli analitici, impianti di prima pioggia).

“Per ARD essere GREEN vuol dire poterlo sempre dimostrare”



4.2 Energia: monitoraggio dei consumi energetici

ARD ha sempre prestato grande attenzione ad una gestione efficiente dell'energia. L'azienda si impegna infatti ad utilizzare l'energia in modo razionale ed efficiente, adottando tecnologie all'avanguardia e promuovendo l'adozione di comportamenti virtuosi.

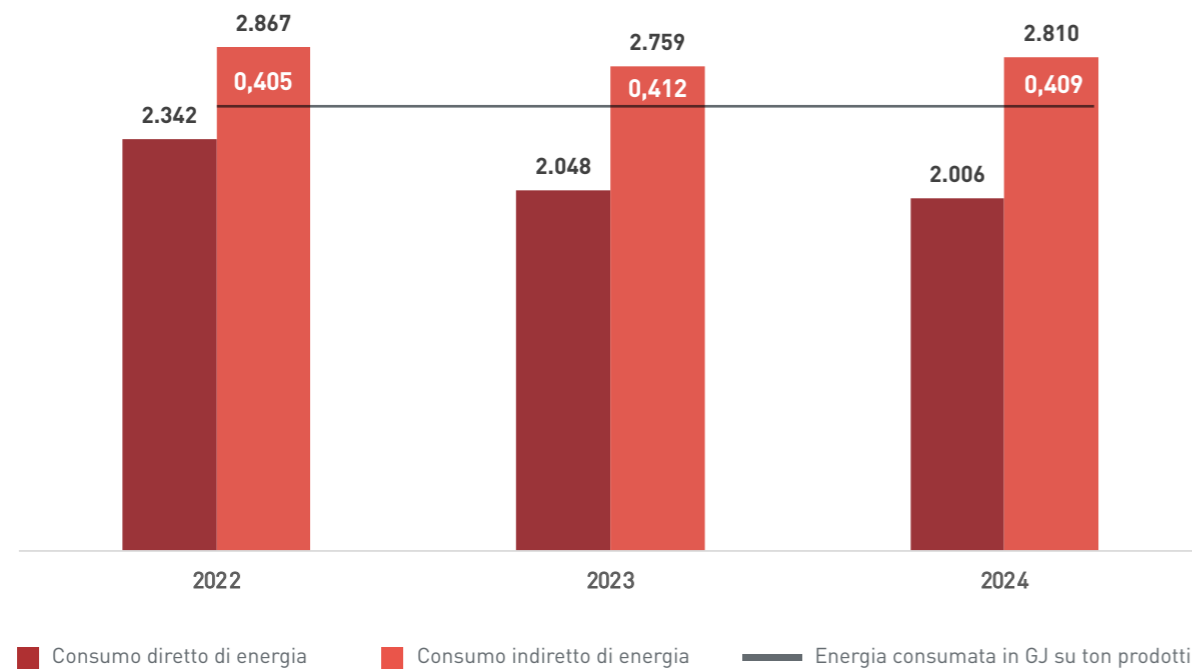
ARD utilizza principalmente energia elettrica per i processi produttivi e l'illuminazione, mentre per il riscaldamento degli stabilimenti e degli uffici impiega soprattutto gas naturale. Nello stabilimento di Padova viene impiegato principalmente metano, mentre in quello di Castलगuglielmo è utilizzato GPL.

L'intero consumo energetico (elettrico) del sito produttivo è coperto esclusivamente da fonti rinnovabili certificate, confermando l'impegno dell'azienda nella promozione di

pratiche sostenibili. L'energia elettrica impiegata viene acquistata da un'azienda esterna, Dolomiti Energia, la quale ha certificato che il 100% dell'energia proviene da **fonte rinnovabile**.

Mensilmente l'azienda svolge un'attività di monitoraggio dei consumi energetici per identificare azioni di miglioramento e di efficientamento.

Nel 2024 ARD ha registrato un consumo energetico di circa **4.816⁵ GJ**, con una quota significativa attribuibile al sito produttivo di Padova, strettamente legato ai processi non produttivi. Rispetto all'anno precedente, si è osservato un lieve aumento del consumo di energia del 0,18% rispetto lo scorso anno.



5 - Sono stati aggiornati i fattori di conversione rispetto lo scorso anno in modo da consentire la comparabilità dei dati nel tempo.



Di seguito si riportano in dettaglio i consumi diretti ed indiretti suddivisi per tipologia:

CONSUMI ENERGETICI DIRETTI E INDIRETTI (GJ) ⁶	2024	2023	2022
Consumo diretto di energia	2.006	2.048	2.342
Da fonti non rinnovabili			
Gas naturale	1.517	1.574	1.746
GPL	488	474	596
Consumo indiretto di energia	2.810	2.759	2.867
Elettricità da fonti non rinnovabili	-	-	-
Elettricità da fonti rinnovabili	2.810	2.759	2.867
% Energia rinnovabile	100%	100%	100%
Totale	4.816	4.807	5.209

L'indicatore dell'intensità energetica è stato calcolato in base alle tonnellate prodotte nell'anno e ammonta a circa **0,409 GJ per tonnellata prodotta**. Nel corso dell'anno l'azienda ha registrato una diminuzione dei consumi di energia per tonnellata prodotto del **0,8%** rispetto al 2023. Inoltre, si evidenzia che l'indicatore presenta un trend in diminuzione del 91% rispetto al 2022 e del 29% rispetto il 2021.

TEMA: GESTIONE EFFICIENTE DELL'ENERGIA⁷



PROGETTO

Il nuovo Impianto Rivestimenti di Castलगuglielmo, completato nel 2023 come da cronoprogramma, rappresenta un fondamentale fattore abilitante per raggiungere l'obiettivo.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Energia consumata GJ/ton prodotto	0,389 -33% RISPETTO A 2021	0,409	0,412	0,405

6 - Quando i dati relativi alle superfici (m²) non erano disponibili, sono state effettuate stime basate su medie specifiche per paese e marca. Le intensità basate sui m² sono state ponderate con un coefficiente che tiene conto del numero di mesi in un anno in cui il negozio è stato aperto; sono stati aggiornati i fattori di conversione rispetto lo scorso anno in modo da consentire la comparabilità dei dati nel tempo.

7 - Sono stati aggiornati i fattori di conversione rispetto lo scorso anno in modo da consentire la comparabilità dei dati nel tempo.



4.3 Emissioni: combattere il cambiamento climatico

Il cambiamento climatico genera impatti inevitabili che influenzano concretamente le aziende. Nel caso di ARD, sono stati identificati:

- impatti **indiretti** sull'ambiente circostante, come il rischio di ridotta disponibilità delle risorse idriche;
- impatti **diretti** sull'attività produttiva con il rischio di una minore efficienza dal punto di vista operativo e con conseguente necessità di una riorganizzazione interna delle risorse (i.e. riorganizzazione dei turni per evitare le fasce più calde).

Questi impatti accrescono l'attenzione dell'azienda verso la riduzione delle proprie emissioni atmosferiche. In linea con la normativa locale, entrambi i siti produttivi possiedono le autorizzazioni previste per le emissioni di aeriformi in atmosfera, nelle quali sono identificate le modalità di emissione,

natura e concentrazioni limite. Il processo produttivo di ARD è caratterizzato da un approccio "a ciclo chiuso", ad eccezione della fase di rifornimento dei silos di stoccaggio. Questo metodo consente di evitare la generazione di emissioni, sia interne che esterne, garantendo un impatto ambientale minimo. Poiché la maggior parte dei prodotti sono a base d'acqua le potenziali emissioni riguardano specialmente polveri inerti. Al fine di contenerne la dispersione nell'ambiente sono stati implementati specifici sistemi di estrazione collegati a sistemi di abbattimento e filtri. Il corretto funzionamento dei processi di abbattimento delle polveri viene garantito dal monitoraggio continuo e dalla manutenzione prevista dal sistema di gestione ambientale.

Il Sito di Padova è inoltre dotato del Piano Gestione Solventi che viene aggiornato puntualmente con cadenza annuale.

Emissioni di gas serra per ambito (in tonnellate di CO2e) ⁸	2024	2023	2022
Scope 1⁹	106,89	108,25	124,00
Gas Naturale	77,79	80,00	88,49
GPL	29,10	28,25	35,52
Scope 2	184,43	181,09	230,31
Scope 2 - Market Based	-	-	-
Scope 2 - Location Based	184,43	181,09	230,31

Le emissioni di gas a effetto serra (GHG) si distinguono in:

- emissioni dirette Scope 1 generate dalle fonti di approvvigionamento legate al consumo di GPL e Gas Naturale (compensato al 100%), principalmente per il riscaldamento
- emissioni indirette Scope 2 sono legate al consumo di energia elettrica acquistata dalla rete e vengono rappresentate in due modi complementari:
 - **Location Based** il calcolo è basato sul fattore di emissione medio della rete nazionale/regionale dove avviene il consumo. Non considera contratti o certificati; rappresenta l'impatto del sistema elettrico locale
 - **Market Based** riflette le scelte di acquisto (fornitori, contratti, Garanzie di Origine/GO) della società che nel nostro caso sono pari a zero perché vengono utilizzate fonti di tipo rinnovabile

8 - Sono stati aggiornati i fattori di conversione rispetto lo scorso anno in modo da consentire la comparabilità dei dati nel tempo.

9 - Lo standard utilizzato per la redazione del presente Report (GRI Standard 2021) prevede due diverse metodologie per calcolare le emissioni di Ambito 2: "Location-based" e "Market-based". L'approccio "Location-based" utilizza fattori di emissione medi relativi al mix energetico di generazione di energia elettrica specifico per ogni nazione. L'approccio "Market-based", invece, utilizza fattori di emissione definiti sulla base di accordi contrattuali con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici accordi contrattuali tra l'azienda e il fornitore di energia elettrica (ad esempio, acquisto di Garanzie di Origine), il fattore di emissione relativo al mix residuale nazionale è stato utilizzato per l'approccio "Market-based". Il calcolo delle emissioni equivalenti di CO2 (che includono CH4, NO2, HFC, PFC, SF6 e NF3, se presenti) è stato eseguito seguendo le linee guida del GHG Protocol. Per determinare le emissioni di CO2eq, sono stati utilizzati i fattori di emissione provenienti da diverse fonti, tra cui ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale) e Terna.



Durante l'anno si conferma il trend positivo di **riduzione** delle **emissioni Scope 1: -1%** rispetto al **2023**, **-14%** rispetto al **2022** e **-37%** rispetto al **2021**. Mentre per le **emissioni Scope 2** calcolate con il metodo Location Based¹⁰ si evidenzia un lieve aumento del 2% rispetto al 2023 seppur mantenendo un trend positivo di riduzione rispetto al **2022** e **2021** rispettivamente per **-12%** e **-42%**. L'indicatore delle **emissioni totali di tCO2e** in relazione alle tonnellate prodotte è lievemente **diminuito del 0,30%** rispetto al **2023**, confermando l'efficacia delle azioni intraprese dall'azienda per gestire e limitare l'impatto ambientale delle sue attività. Nello specifico, per ciascuna tonnellata prodotta da ARD vengono generate circa **0,02 TonCO2e**¹¹.

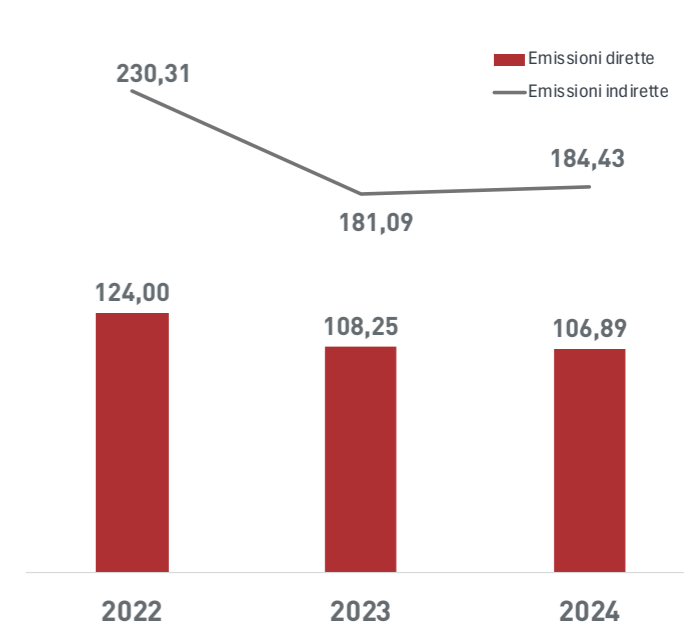
Invece, considerando il metodo Market Based l'azienda non presenta alcuna emissione in quanto, come anticipato, si approvvigiona esclusivamente da fonti energetiche rinnovabili. L'attenzione di ARD alla sostenibilità e alla riduzione delle emissioni continua a essere un punto focale della strategia aziendale, con l'obiettivo di garantire un equilibrio tra crescita economica e rispetto dell'ambiente.

ARD vigila attentamente tutte le emissioni prodotte dalle sue attività, incluse quelle dei composti organici volatili (VOC). Per monitorare anche tali emissioni, l'azienda ha adottato misurazioni dirette dei solventi rilasciati nell'atmosfera attraverso i punti di emissione autorizzati dalla Provincia di Padova. Tali misurazioni sono state effettuate da un laboratorio esterno, seguendo le disposizioni dell'allegato VI

alla Parte V del D.Lgs 152/2006 e utilizzando il metodo UNI CEN/TS 13649:2015 per il campionamento.

Nel 2024 le emissioni di sostanze VOC rilasciate in atmosfera sono aumentate, passando da 0,33 tonnellate del 2023 a 1,46 tonnellate.

Emissioni dirette ed indirette (tCO2e)



TEMA: LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO



PROGETTO

Efficientare la gestione calorifica degli stabilimenti produttivi.
Sostituire gli attuali impianti di riscaldamento con tecnologie meno impattanti.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Emissioni totali di tCO2e Scope 1 e 2	237,39 -30% RISPETTO A 2021	291,32	289,35	354,32

10 - Il metodo di rendicontazione Location Based differisce dal Market Based in quanto nel primo non vengono prese in considerazione le forniture certificate rinnovabili del Gruppo (con garanzia di origine), mentre secondo il metodo market-based l'elettricità certificata rinnovabile equivale a zero emissioni.

11 - Sono stati aggiornati i fattori di conversione rispetto lo scorso anno in modo da consentire la comparabilità dei dati nel tempo.



4.4 Recupero, riuso e smaltimento: la gestione dei rifiuti

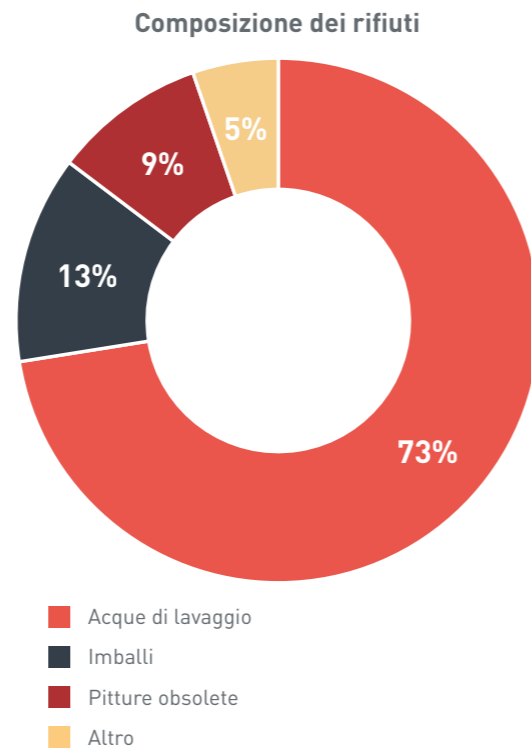
La gestione dei rifiuti prodotti all'interno dei siti produttivi è un fattore di attenzione costante.

L'azienda ha adottato una serie di politiche e iniziative volte a ridurre la produzione di rifiuti, garantendo una corretta separazione e un adeguato smaltimento finale.

Nel 2024 ARD ha prodotto **934 tonnellate** di rifiuti, di cui il **20%** destinati ad operazioni di **recupero**, mentre il restante **80%** destinati ad operazioni di **smaltimento**.

Come si vede dal grafico buona parte dei rifiuti generati dal processo produttivo dell'azienda è costituita dalle acque di lavaggio e dai materiali che vengono impiegati dai fornitori per la consegna della merce, i quali sono principalmente rappresentati da imballi di carta e plastica. Inoltre, una quota minoritaria di rifiuti è costituita da pitture obsolete.

Nell'ultimo anno, i rifiuti prodotti da ARD risultano in aumento in linea con le maggiori quantità prodotte rispetto lo scorso anno. Dai dati si nota che nel tempo l'azienda ha incrementato la quota di rifiuti destinati al recupero, dimostrando un impegno costante nella gestione sostenibile dei materiali di scarto.



Questo risultato deriva direttamente dalla possibilità di acquistare le materie prime in formato sfuso, sprovviste d'imballaggio, grazie all'uso di silos per lo stoccaggio. Circa l'84% dei rifiuti attualmente generati da ARD derivano dal sito di Padova. I rifiuti destinati allo smaltimento e quelli destinati al recupero vengono gestiti completamente presso un sito esterno autorizzato. Per quanto riguarda gli imballaggi dei prodotti finiti, dal 2020 ARD ha iniziato a utilizzare imballi realizzati in parte con plastica rigenerata e riciclata. L'azienda, inoltre, incentiva i clienti a restituire i pallet utilizzati per la consegna della merce, al fine di poterli riutilizzare. Dal 2021 ARD ha ricevuto in restituzione dai suoi clienti 873 tonnellate di materiali di imballaggio di cui 278

tonnellate solo nel 2024, incentivandone il riutilizzo. Nell'ultimo anno, il 48% dei pallet utilizzati per gli imballi è stato riciclato e proviene dai resi dei clienti. Nell'ipotesi in cui una lavorazione non dovesse avere successo, laddove possibile, l'azienda cerca di riutilizzare il materiale, lavorandolo per renderlo nuovamente compatibile. Nel caso in cui questo non sia possibile, il materiale viene gestito come rifiuto speciale, nel rispetto dalle normative vigenti. L'azienda si impegna inoltre a riutilizzare, quando possibile, scarti e residui provenienti da altre filiere produttive, come ad esempio la polvere di scarto dalle cave di marmo riutilizzata nella produzione del pigmento bianco.

Composizione dei rifiuti (in tonnellate)	2024			2023			2022		
	Rifiuti prodotti	di cui destinati al recupero (t)	di cui destinati a recupero (%)	Rifiuti prodotti	di cui destinati al recupero (t)	di cui destinati a recupero (%)	Rifiuti prodotti	di cui destinati al recupero (t)	di cui destinati a recupero (%)
Acque di lavaggio	677	0	0%	616	0	0%	647	0	0%
Imballi	120	119	100%	79	78	100%	85	85	99%
Materiali assorbenti	3	2	62%	2	1	41%	0	0	0%
Pannelli di legno	0	0	0%	0	0	0%	1	1	0%
Pitture obsolete	88	51	58%	33	30	90%	56	25	45%
Plastica	0	0	0%	0	0	0%	1	1	0%
Prodotti finiti non conformi	0	0	0%	0	0	0%	4	0	0%
Altro ¹²	46	18	38%	40	14	34%	38	10	26%
Totale	934	189	20%	769	122	16%	833	122	15%

¹² Altro: la categoria include batterie e accumulatori, condizionatori, apparecchiature elettroniche non pericolose, solvente esausto ed olio idraulico, polveri da impianto di aspirazione, neon, acciaio e ferro.

TEMA: GESTIONE RESPONSABILE DEI RIFIUTI



PROGETTO

Preferire materiali da imballaggio riciclato e collaborare con fornitori che utilizzano packaging sostenibile. Ridurre la produzione di rifiuti speciali non riciclabili attraverso l'adozione di tecnologie di produzione più sostenibili.

KPI	OBBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Percentuale di rifiuti destinati al recupero	20%	20%	16%	15%

ard

5. VIVERE ARD RACCANELLO



112

Numero di dipendenti
al 31.12.2024

98%

Dipendenti
A tempo indeterminato

38 ore

Formazione media per
dipendente

0

Infortunio sul lavoro
registrato

5.1 Benessere ed inclusione

Per ARD, il valore dell'impresa si misura anche attraverso il benessere delle persone che ogni giorno contribuiscono alla sua crescita. Non si tratta solo di condizioni lavorative o iniziative di welfare, ma della costruzione di un ambiente in cui ogni persona possa sentirsi accolta, valorizzata e stimolata. Inclusione, rispetto, sicurezza e sviluppo personale rappresentano i capisaldi di una cultura aziendale che pone la persona al centro.

Nel suo percorso verso un modello di sostenibilità solido e coerente, l'azienda ha scelto di investire su ciò che più rappresenta: **le sue persone**. Gli interventi in ambito for-

mativo, le misure per la conciliazione vita privata-lavoro e l'attenzione alla sicurezza non sono azioni episodiche, ma parte di una visione strategica che mira a creare un contesto generativo, capace di attrarre e far crescere il talento.

Questa sezione raccoglie le principali iniziative, sfide e obiettivi dell'azienda nel promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, partecipativo e orientato al benessere collettivo. Un luogo in cui il contributo di ciascuno è riconosciuto e in cui la diversità viene considerata una risorsa preziosa per costruire un futuro più resiliente, umano e condiviso.





LE PERSONE DI ARD

Nel corso dell'ultimo triennio, la struttura organizzativa di ARD ha registrato alcune variazioni legate alla naturale evoluzione aziendale.

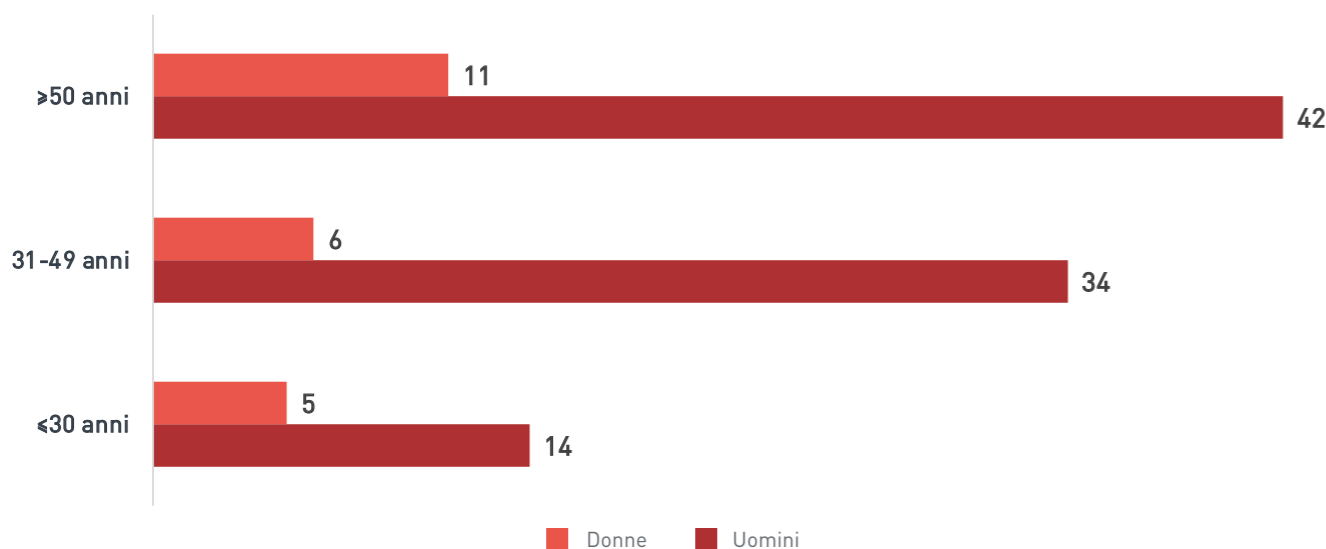
Al 31/12/2024, ARD conta complessivamente **112** dipendenti (90 uomini e 22 donne), in aumento rispetto al 2023 dell'8%.

La capacità di ARD di mantenere elevata la retention del proprio personale è dimostrata dal contenuto numero di dimissionari, pari a 11 nel corso del 2024, di cui 1 per sca-

denza contratto a tempo determinato, 3 per dimissioni volontarie e 5 per pensionamento. Al netto di quest'ultimi, il turnover in uscita si attesta al 5% in lieve aumento rispetto lo scorso anno dell'1%.

La stabilità di ARD si basa anche sulla capacità di offrire ai propri dipendenti sicurezza, opportunità e prospettive future. Il 98% della forza lavoro dell'azienda gode di contratti a tempo indeterminato, dato stabile dal 2023. Inoltre, i contratti "full-time" coprono il 96% dei dipendenti, mentre il 4% lavora "part-time".

Distribuzione dipendenti per fasce d'età 2024



■ Donne ■ Uomini



DIVERSITÀ ED INCLUSIONE

Per ARD, l'eliminazione di stereotipi e pregiudizi rappresenta un impegno concreto e continuativo. L'azienda considera la diversità una risorsa strategica, capace di generare valore a livello personale, professionale e organizzativo. Oggi come ieri, essa è la leva per ogni cambiamento sostenibile e autentico.

La diversità è accolta come fonte di ispirazione, innovazione e apertura: nuove idee e prospettive emergono proprio dall'incontro di differenze, e ARD si impegna a trasformar-

le in vantaggi competitivi e culturali, mettendole a servizio dell'intera organizzazione.

L'approccio organizzativo promosso è basato su comprensione, rispetto e valorizzazione delle unicità di ciascuna persona, all'interno e all'esterno dell'impresa. Questo orientamento si traduce in azioni concrete a favore dell'inclusione e dell'equità, in linea con una visione moderna e responsabile del fare impresa.

UNA RETE PER IL CAMBIAMENTO

Nel 2024, ARD ha dato ulteriore impulso a questo impegno avviando una collaborazione con **Valore D**, la prima associazione italiana di imprese che dal 2009 promuove una cultura inclusiva e l'equilibrio di genere all'interno delle organizzazioni.

Il network di Valore D conta oggi oltre 350 aziende e si distingue per un approccio sistemico nato attorno alle grandi imprese e che si è recentemente esteso anche al mondo delle PMI, riconoscendone il ruolo cruciale nella diffusione di pratiche inclusive.

Questa partnership rappresenta un passo strategico per attrarre nuovi talenti, rispondere alle aspettative delle giovani generazioni e integrare pienamente le tematiche di parità e inclusione all'interno della propria strategia ESG, contribuendo attivamente alla costruzione di un contesto professionale più equo, aperto e sostenibile.

Attraverso questa partnership, ARD ha avuto l'opportunità di valutare il proprio impatto in termini di inclusione, grazie

all'**Inclusion Impact Index**, un assessment strutturato che ha permesso di individuare con chiarezza i gap da colmare e le aree di miglioramento per i prossimi anni.

A conferma dell'orientamento aziendale verso un cambiamento reale e partecipato, sono stati coinvolti 10 dipendenti in un percorso formativo personalizzato sui temi della Diversità, Equità e Inclusione (DE&I), attraverso strumenti forniti da Valore D e dalla piattaforma Yonicity. I partecipanti hanno potuto approfondire queste tematiche grazie a:

- Moduli e-learning
- Talks e seminari online
- Pillole formative ricche di esempi concreti e spunti operativi

Questo percorso ha favorito una maggiore consapevolezza individuale e si è concluso con la creazione di due focus group interni. Questi gruppi hanno elaborato idee e buone pratiche da sottoporre agli Amministratori Delegati, con l'obiettivo di avviare nuove azioni migliorative e rafforzare ulteriormente l'impegno di ARD nella promozione della DE&I.



PARI OPPORTUNITÀ

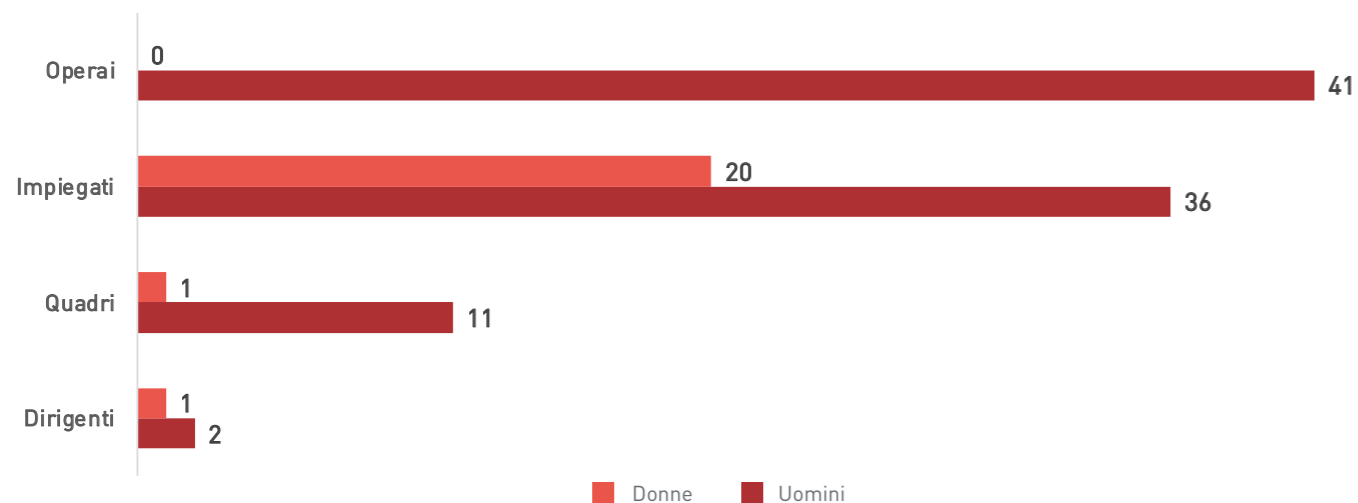
ARD agisce concretamente e quotidianamente per ridurre la disparità di genere all'interno dell'azienda per garantire pari opportunità per tutti i dipendenti. L'azienda non si limita esclusivamente a rispettare le previsioni normative, ma persegue scelte sulla base di valori di uguaglianza in cui la leadership crede fortemente.

Storicamente il settore chimico ha sempre avuto una prevalenza maschile, tuttavia, nonostante nel reparto produttivo

vi sia un organico composto esclusivamente da figure maschili, la componente femminile rappresenta il 48,5% degli impiegati ed il 20% del totale dell'organico. La prevalenza femminile è invece evidente all'interno del board di ARD che per l'80% è composto da donne.

Nel grafico che segue vengono rappresentati per l'anno 2024 i dipendenti per qualifica e genere.

Dipendenti per categoria e genere al 2024



ATTENZIONE VERSO LE DISABILITÀ

L'organico di ARD accoglie al suo interno 6 risorse appartenenti a categorie protette. L'ufficio Risorse Umane ha partecipato ad un corso di formazione affrontando temi quali la disabilità, la diversità e l'inclusione, al fine di migliorare l'integrazione e fornire alle persone con disabilità l'opportunità di raggiungere la propria autonomia, arricchendo

allo stesso tempo il lavoro di gruppo. Il team di lavoro ha inoltre partecipato a diversi corsi di formazione in questi ultimi due anni su tematiche come il collocamento mirato, il disability management e la gender equity, con l'obiettivo di aggiornarsi continuamente e acquisire nuovi spunti da applicare nella realtà aziendale.



POLITICHE DI REMUNERAZIONE E VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE

La società riconosce l'importanza di adottare una politica retributiva equa, trasparente e coerente con i principi di valorizzazione delle persone. Per questo motivo, si impegna ad attuare costantemente misure e strumenti di controllo volti ad assicurare la correttezza e l'equità del sistema retributivo, contribuendo al benessere e alla motivazione dei collaboratori.

Il Top Management, aderendo al CCNL Dirigenti Industria, dispone di tutte le tutele previste dal contratto collettivo, nonché della possibilità di aderire volontariamente al fondo sanitario e di previdenza complementare. Per questa categoria professionale, già negli anni passati, è stata affiancata una parte variabile alla retribuzione fissa, erogata al raggiungimento di determinati obiettivi personali e aziendali definiti annualmente.

Per la specificità di alcune posizioni, prevalentemente apicali e commerciali, è stata altresì integrata una componente di retribuzione variabile. Questa parte di retribuzione è strettamente legata al raggiungimento di obiettivi specifici di area, che possono essere sia quantitativi che qualitativi, garantendo così che la remunerazione rispecchi in modo accurato le performance e i risultati ottenuti. Anche in que-

sto caso, gli obiettivi vengono definiti annualmente.

Per tutto il personale aderente al CCNL Chimica Industria è stato stipulato con le OO.SS. un accordo di secondo livello che riconosce un premio sulla base dei risultati conseguiti dall'intera organizzazione, rispetto agli obiettivi definiti nell'accordo stesso.

L'azienda ha poi avviato, per tutte le figure aziendali, un percorso di verifica sulle retribuzioni che tiene in considerazione l'esperienza, l'omogeneità all'interno del team e il benchmark di mercato. Per lo sviluppo di questo progetto, delineato anche nel Piano Industriale, l'azienda si è dotata di un database fornito da una società di consulenza tra le più note nel panorama internazionale. Lo scopo sarà anche quello di promuovere la parità di genere e l'inclusione nelle politiche retributive, assicurando che non vi siano disparità salariali basate su genere, etnia o altre caratteristiche personali. Lo stesso strumento viene attualmente già utilizzato anche in fase di assunzione di nuove risorse, permettendo di confrontarsi costantemente con le evoluzioni del mercato. Sulla base di ciò, viene predisposta una proposta migliorativa al fine di incentivare la migrazione, garantendo i benefit già ottenuti o previsti dalla posizione stessa.

NUOVI TALENTI

L'azienda ha avviato un percorso di rafforzamento della propria attrattività come datore di lavoro, adottando un approccio più strategico alla gestione e valorizzazione del capitale umano. Le iniziative si sono focalizzate sul potenziamento dei canali di reclutamento, sulla strutturazione dei processi di onboarding e sul consolidamento del dialogo con il mondo accademico, con l'obiettivo di favorire l'inclusione, lo sviluppo delle competenze e la creazione di opportunità concrete per i giovani talenti.

ATTRAZIONE E RECLUTAMENTO

Nel 2023 è stato intrapreso un percorso strutturato volto a rafforzare la propria attrattività come datore di lavoro, ponendo le basi per un approccio più strategico alla valorizzazione del capitale umano. In particolare, è stata implementata una pianificazione editoriale su LinkedIn con l'obiettivo

di raccontare in modo autentico, continuo e coinvolgente l'esperienza lavorativa in azienda, i valori organizzativi e le opportunità di crescita. Questo primo passo ha segnato l'inizio di un progetto più ampio orientato al dialogo con le nuove generazioni e al consolidamento della presenza



dell'azienda nei contesti formativi.

Nel corso del 2024 LinkedIn è stato ulteriormente potenziato grazie all'utilizzo di un account Recruiter Lite, che consente all'ufficio Risorse Umane di raggiungere una platea ancora più ampia e qualificata di candidati. L'azienda collabora inoltre con una società di head hunter di fiducia per il reclutamento di figure di middle e top management e si affida alle più importanti società di somministrazione per l'assunzione di profili operativi. Le offerte di lavoro vengono poste in modo neutro, comunicando l'apertura dell'azienda a lavoratori di ogni genere, cultura, orientamento politico e religioso. L'attenzione alle tematiche di genere e inclusività si riflette pertanto nel processo di selezione, formalizzato per creare una procedura strutturata e trasparente dalla candidatura all'offerta finale, coinvolgendo sia la funzione Risorse Umane sia il team di Qualità e Sicurezza.

PROCESSO DI ONBOARDING

Per ogni nuova assunzione è previsto un incontro iniziale tra il neoassunto e l'RSPP (Responsabile del servizio di prevenzione e protezione), per assicurare che il dipendente venga informato sulle procedure di salute e sicurezza sul lavoro. Successivamente, ogni responsabile di funzione gestisce autonomamente il processo di onboarding.

Per i contratti di apprendistato, ARD si assicura che siano strutturati in funzione alle competenze che ogni apprendista deve sviluppare, garantendo l'affiancamento di un tutor. Il tutor non si occupa solo della formazione ma è responsabile del monitoraggio, della verifica e della mappatura delle competenze acquisite.

UNIVERSITA'

Nel 2024 ARD ha collaborato con l'Università di Padova nell'ambito di un'iniziativa promossa da Confindustria Veneto Est - Area Education. L'azienda ha accolto presso lo stabilimento produttivo di Castelguglielmo un gruppo di laureandi della Facoltà di Chimica, offrendo loro un'esperienza immersiva finalizzata a esplorare da vicino le dinamiche di uno stabilimento industriale. Gli studenti hanno avuto l'opportunità di seguire da vicino le diverse fasi del processo produttivo e di confrontarsi direttamente con il Direttore di Stabilimento. L'iniziativa ha permesso di tradurre in pratica le competenze acquisite nel percorso accademico, rappresentando un concreto punto di contatto tra il mondo universitario e quello aziendale, con l'obiettivo di favorire l'orientamento professionale e rafforzare il legame tra formazione e impresa.

ARD mantiene inoltre attive numerose convenzioni per stage curricolari ed extracurricolari, facilitando così l'ingresso degli studenti nel mondo del lavoro. Recentemente, è stata accolta una giovane studentessa proveniente dall'Università Ca' Foscari di Venezia, che ha potuto mettere in pratica le conoscenze teoriche acquisite durante il percorso universitario, arricchendo la sua preparazione grazie a un'esperienza diretta in azienda. Tra il 2023 e il 2024, inoltre, la maggior parte degli stagisti ospitati in ARD è stata assunta in modo stabile al termine del tirocinio, confermando l'efficacia dei programmi formativi nel garantire reali opportunità di carriera e sviluppo professionale ai giovani talenti.

TEMA: NUOVE GENERAZIONI



PROGETTO

Per ARD la sfida è chiara: identificare, attrarre, sviluppare e trattenere talenti. La crescita dipende dalla capacità di assumere e valorizzare persone qualificate, con competenze solide e conoscenza di prodotti e mercati.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Incidenza Under 30 sul totale dipendenti	20%	17%	14%	13%



WELFARE AZIENDALE

Il welfare aziendale rappresenta un pilastro fondamentale per valorizzare il benessere delle persone. Non si tratta solo di benefit o servizi, ma di un impegno concreto nel creare un ambiente di lavoro attento alle esigenze individuali, capace di coniugare crescita professionale, qualità della vita e senso di appartenenza. In quest'ottica si inseriscono le principali misure attivate dall'azienda, che spaziano da strumenti contrattuali a iniziative sanitarie, previdenziali e di conciliazione vita-lavoro.

ACCORDO DI SECONDO LIVELLO

L'azienda per il triennio 2022-2024 ha rinnovato l'accordo collettivo di secondo livello, prevedendo un premio di risultato fino a 2.500 euro lordi a dipendente. Il premio può essere corrisposto in busta paga oppure sotto forma di welfare aziendale. In quest'ultimo caso, è possibile utilizzare l'importo per il rimborso di spese sostenute per i figli (ad esempio, per l'acquisto di libri scolastici, iscrizione a centri estivi, corsi sportivi o rette scolastiche), per l'assistenza agli anziani (quali servizi di badanti o strutture dedicate), per versamenti al fondo di previdenza complementare, oppure mediante l'erogazione di buoni spesa spendibili presso esercizi convenzionati.

L'accordo inoltre prevede l'erogazione di un monte annuo pari a 24 ore di permessi retribuiti, destinati allo svolgimento di visite mediche da parte di ciascun dipendente.

ASSICURAZIONE SULLA VITA EXTRA PROFESSIONALE

L'azienda ha attivato una copertura assicurativa sulla vita extra professionale destinata ai quadri e agli impiegati che effettuano trasferte per almeno il 30% del loro tempo lavorativo annuo. L'iniziativa nasce dalla volontà di riconoscere e tutelare l'impegno del personale coinvolto in attività lavorative che comportano una frequente mobilità sul territorio. Questa misura si inserisce nel quadro delle politiche aziendali orientate alla sicurezza, alla responsabilità e alla valorizzazione delle persone.

ASSICURAZIONI SANITARIE PER I DIPENDENTI

Tutti i dipendenti beneficiano di un fondo assistenza sanitaria integrativa, pensata per offrire una protezione aggiuntiva rispetto al Servizio Sanitario Nazionale. La copertura include:

- Rimborso delle spese mediche per visite specialistiche, esami diagnostici e terapie;
- Interventi chirurgici e ricoveri in strutture convenzionate o private;
- Ticket, odontoiatria, prestazioni private per gravi malattie, assistenza alla non autosufficienza, campagne di prevenzione.

Oltre alle tradizionali assicurazioni sanitarie, sono previste convenzioni con alcuni dei Centri Medici del territorio.



PREVIDENZA COMPLEMENTARE

L'azienda riconosce il valore della previdenza complementare come parte integrante del welfare aziendale e, in linea con quanto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) di riferimento, incentiva l'adesione dei propri dipendenti al fondo pensione negoziale FONCHIM.

Fonchim è il fondo pensione per i lavoratori dell'industria chimica, farmaceutica e settori affini, nato nel 1998 per iniziativa congiunta delle parti sociali. Si tratta di un fondo che consente agli iscritti di costruire una pensione complementare a quella pubblica, grazie all'accantonamento di risorse investite in modo professionale e trasparente.

L'azienda, in conformità con quanto previsto dal CCNL, integra il trattamento di fine rapporto (TFR) destinato al fondo con una quota contributiva aggiuntiva.

Fonchim è iscritto all'albo COVIP (Commissione di vigilanza sui Fondi Pensione) e offre diversi comparti di investimento, tra cui ciascun iscritto può scegliere in base al proprio profilo di rischio e agli obiettivi previdenziali personali.

LAVORO AGILE

La modalità di smart working è ormai da anni una prassi consolidata, adottata in funzione della tipologia di mansione svolta. Il lavoro agile si è dimostrato uno strumento efficace per favorire l'equilibrio tra vita privata e professionale, incentivare la motivazione individuale e contribuire a una cultura aziendale inclusiva e orientata all'innovazione.

POLICY GENITORIALITA'

Nel corso del 2024 ARD ha introdotto una nuova policy aziendale specificamente dedicata al sostegno della genitorialità. Include interventi di welfare che accompagnano i genitori dalla fase prenatale fino al rientro lavorativo. Tra le azioni introdotte figurano l'integrazione di ulteriori cinque giorni al congedo di paternità obbligatorio previsto dalla legge, un bonus economico alla nascita del figlio e un ulteriore contributo al compimento del primo anno di vita del bambino. Inoltre, ARD garantisce quattro ore di permesso retribuito per le visite mediche dei figli e la possibilità di aumentare il numero di giornate in smart working rispetto a quanto già previsto da accordi individuali rinnovati annualmente.

PREMIO DI RISULTATO E BUONI SPESA

Nel 2024, nonostante sia stato raggiunto solo uno dei tre obiettivi previsti per l'assegnazione del premio di risultato, ARD ha deciso comunque di valorizzare l'impegno dei propri dipendenti. In aggiunta al premio di risultato, pertanto, l'azienda ha erogato a tutto il personale in forza un ulteriore riconoscimento usufruibile tramite buoni spesa, buoni carburante e/o buoni per acquisti online.

Grazie alla sua solida presenza sul territorio, l'azienda continua ad ampliare e aggiornare la propria offerta di servizi di welfare, potenziando costantemente le convenzioni già attive. L'elenco comprende hotel, negozi, palestre, strutture sanitarie per visite mediche, nonché servizi di noleggio e vendita di auto, con l'obiettivo di offrire soluzioni sempre più diversificate e rispondenti alle esigenze dei collaboratori.



WE ARD

Oltre il lavoro: dove le persone si incontrano

Il benessere non si ferma nel luogo di lavoro. L'Azienda promuove una concezione di sostenibilità che prende forma attraverso relazioni autentiche, momenti di condivisione e un clima in cui ciascuno possa sentirsi parte di una comunità viva e dinamica.

È in quest'ottica che è nato il progetto **WE ARD**: uno spazio dedicato all'incontro, all'espressione e alla crescita personale, pensato per avvicinare le persone, rafforzare i legami interni e riconoscere il valore dell'individuo oltre il ruolo professionale.

L'interazione tra generazioni e la comprensione delle dinamiche che si susseguono contribuiscono al benessere aziendale e il senso di appartenenza passa anche attraverso la condivisione di momenti non lavorativi. Per questa ragione, ormai da anni, l'azienda ha messo a disposizione un budget per il progetto.

Il **WE ARD** ha diversi obiettivi: creare un ambiente di lavoro più positivo e armonioso attraverso attività ricreative e sociali, favorire la creazione di legami tra dipendenti, contribuire a migliorare il clima aziendale, promuovere la pratica sportiva e l'attività fisica, migliorare il benessere fisico e mentale.

La partecipazione alle attività è aperta a tutti i dipendenti dell'azienda e anche ai loro familiari. Tutto il personale può contribuire attivamente proponendo idee per nuove attività e collaborare all'organizzazione degli eventi. Anche il budget destinato a queste iniziative viene gestito direttamente da loro.

Nel 2024 tra le numerose attività realizzate vi sono la visita al Lago d'Iseo con degustazione di vini della Franciacorta, competizioni sportive come kart, padel, beach volley e calcio quest'ultime sempre accompagnate da un aperitivo, una pizza o una grigliata in compagnia.



LE PERSONE RACCONTANO ARD

L'attenzione alla dimensione sociale della sostenibilità si traduce in azioni concrete volte a promuovere il benessere organizzativo e il coinvolgimento delle persone. Attraverso survey strutturate, anche anonime, e strumenti digitali di ascolto continuo, vengono monitorate le percezioni interne e raccolte proposte utili a orientare interventi di miglioramento. Questo approccio ha contribuito al conseguimento, per il secondo anno, della certificazione Great Place to Work, riconoscimento dell'impegno nel costruire un ambiente di lavoro inclusivo, partecipativo e in evoluzione costante.

VALORIZZARE LE IDEE INTERNE

ARD promuove il dialogo con i propri dipendenti mediante survey, anonime e non, che consentono di monitorare il benessere dei collaboratori e di comprendere al meglio le loro esigenze, al fine di migliorare costantemente la loro percezione del vissuto aziendale.

Per favorire ulteriormente questo processo, l'azienda ha messo a disposizione di tutti i dipendenti un QR Code che, una volta scansionato, consente a ciascun collaboratore di condividere facilmente proposte, suggerimenti e idee volti a migliorare l'esperienza lavorativa.

Da febbraio 2024, attraverso questo strumento, sono arri-

vate **52 segnalazioni**: di queste, soltanto 13 non sono state ritenute attuabili, mentre altre 15 sono già state realizzate e le restanti sono attualmente in fase di analisi e/o programmazione.

Questa iniziativa si inserisce in un contesto più ampio di attività già avviate negli ultimi anni. Ad esempio, attraverso questionari mirati, i dipendenti hanno identificato gli esercenti di maggiore interesse, permettendo così all'azienda di avviare collaborazioni e stipulare convenzioni con hotel, negozi, palestre, strutture sanitarie e concessionarie auto, offrendo ai dipendenti benefici concreti come sconti e vantaggi economici.

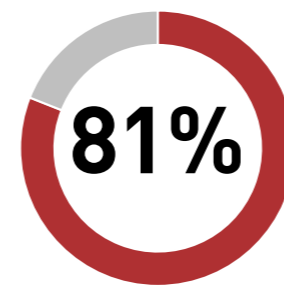


GREAT PLACE TO WORK

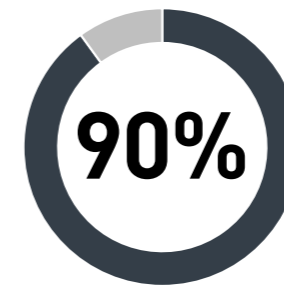
Per il secondo anno consecutivo, l'Azienda ha scelto di sottoporsi alla valutazione del **Great Place To Work**. Si tratta di uno strumento di un'organizzazione internazionale specializzata nella consulenza e certificazione degli ambienti lavorativi, che analizza vari aspetti quali il clima aziendale, la fiducia verso il management e la soddisfazione personale e professionale dei dipendenti. Attraverso un questionario digitale, con una sessantina di domande aperte e chiuse, raccoglie le opinioni dei collaboratori e il loro vissuto all'interno dell'organizzazione, comparandolo con i benchmark di mercato.

Il raggiungimento di una soglia minima di punteggio permette di ottenere la certificazione come Great Place to Work. Ad ARD è stata riconosciuta la prestigiosa certificazione, per il secondo anno consecutivo.

Il **tasso di partecipazione** al sondaggio è stato del **93%** (+2% rispetto al 2023) degli aventi diritto e l'**81%** (+14% rispetto al 2023) dei votanti ha dato un **giudizio positivo dell'azienda** e più del **90%** delle persone ha dichiarato di essere **orgoglioso di lavorare in ARD**, riconoscendola come un ambiente di lavoro eccellente.



TRUST INDEX ©



"Tutto considerato, direi che questo è un eccellente ambiente di lavoro"

Response Rate **93%**

Credibilità 85%



Rispetto 80%



Equità 77%



Orgoglio 82%



Coesione 81%



Al termine dell'indagine l'Azienda ha organizzato su base volontaria dei focus group per permettere ai dipendenti di esprimere liberamente le proprie opinioni e proporre miglioramenti concreti. Sono stati creati tre gruppi eterogenei, formati da operai e impiegati, e un quarto gruppo dedicato esclusivamente ai quadri. I quattro team, raccogliendo le idee emerse, hanno presentato le loro proposte agli Amministratori Delegati, che hanno successivamente valutato e integrato le soluzioni avanzate. Da questa analisi è nato un piano d'azione pluriennale, poi condiviso con i partecipanti ai focus group e con tutta la popolazione aziendale. I risultati ottenuti dalle survey nel 2023 e nel 2024 hanno permesso all'azienda di essere nominata nelle classifiche promosse da Great Place to Work. ARD è rientrata per due anni consecutivi tra i **10 Best Workplaces for Blue Collar**, migliorando significativamente la propria posizione dal nono posto del 2023 al **quinto** del **2024**. Questa classifica premia

le aziende che si sono distinte per la capacità di creare un'esperienza lavorativa positiva per la popolazione aziendale.

A conferma di questi dati c'è la testimonianza dei dipendenti che alla domanda aperta "C'è qualcosa di unico o speciale in questa azienda, che ne fa un eccellente ambiente di lavoro?" hanno risposto con le seguenti affermazioni:

- «Il rispetto tra i colleghi in ogni comparto, il servizio che offre ai Clienti, l'umiltà della proprietà che serve da esempio a tutti per dare ognuno il meglio di sé.»
- «1) Disponibilità dei responsabili al dialogo 2) Equilibrio vita privata-lavoro 3) Investimenti nel benessere dei dipendenti.»
- «Le persone e la storia. La qualità dei dipendenti e il percorso che ha portato ARD fino a qui garantiscono all'azienda la possibilità di continuare a crescere sapendo di avere alla base di tutto un'organizzazione molto solida.»

TEMA: BENESSERE AZIENDALE DIVERSITÀ E INCLUSIONE



PROGETTO

Prima survey di misurazione clima aziendale nel 2023 con Great Place to Work. Promossi Focus Group tra i dipendenti per identificare soluzioni al fine di migliorare il benessere aziendale.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Risultato valutazione complessiva clima aziendale	>80%	81%	67%	—

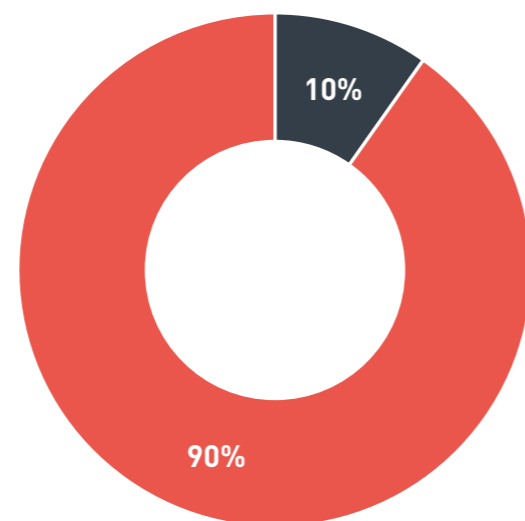


5.2 Formazione e Sviluppo delle risorse

L'organizzazione riconosce nella formazione e nello sviluppo professionale un pilastro strategico per il consolidamento delle competenze interne e il raggiungimento degli obiettivi aziendali. In quest'ottica, a partire dal 2019 è stato adottato un sistema integrato composto da una procedura formalizzata e da un gestionale dedicato, finalizzato alla registrazione e al monitoraggio di tutte le attività formative svolte, sia interne che esterne. Il sistema consente di distinguere in modo puntuale tra formazione obbligatoria e facoltativa.

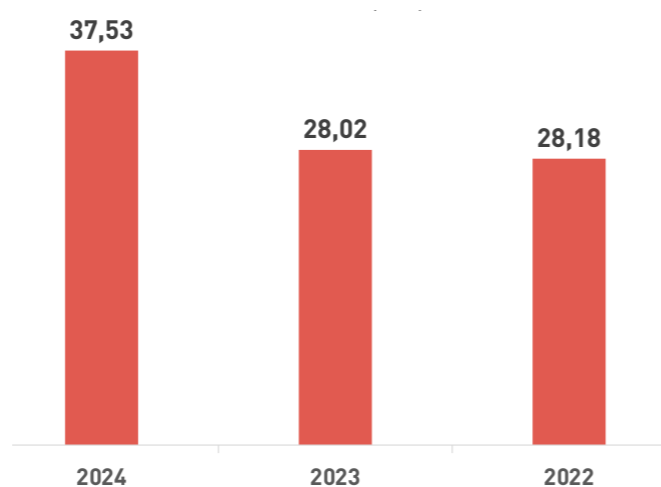
Su base annuale viene predisposto un report analitico che documenta il numero di ore erogate per ciascuna tipologia di formazione, fornendo così uno strumento utile per la rendicontazione e la valutazione delle iniziative intraprese. I risultati vengono sistematicamente analizzati attraverso un processo strutturato di misurazione dell'efficacia formativa, che prevede la raccolta di feedback da parte dei partecipanti e dei responsabili. Tali riscontri permettono di rilevare il livello di soddisfazione, individuare opportunità di miglioramento, consolidare gli apprendimenti, formulare un giudizio complessivo sulla qualità della docenza e di conseguenza garantire un presidio costante sulla qualità dei percorsi formativi orientando le future azioni in un'ottica di miglioramento continuo e coerenza con le priorità strategiche aziendali.

Numero di ore di formazione divise tra obbligatorie e non obbligatorie



- Formazione non obbligatoria
- Formazione obbligatoria

Ore di formazione media per dipendente



I NUMERI DELLA FORMAZIONE

Nel corso del 2024 sono state erogate complessivamente **4.503 ore** di formazione, più di **37,53 ore** di formazione media annua per dipendente, registrando un aumento del **34%** rispetto all'anno precedente. In generale negli ultimi 4 anni il numero di ore di formazione è più che **triplicato**.



FORMAZIONE E SPECIALIZZAZIONE

Nel 2024, una parte significativa della formazione aziendale ha riguardato per il 28% corsi tecnici relativi alla mansione specifica e per il 25% le competenze digitali con particolare attenzione all'utilizzo della suite Microsoft.

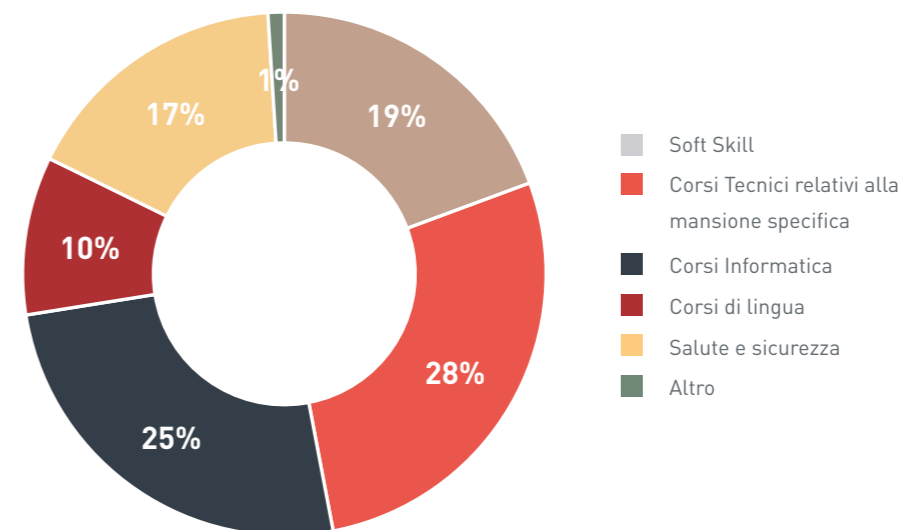
Il 17% della formazione erogata ha interessato un percorso di approfondimento tecnico sui prodotti sviluppati internamente. L'iniziativa, originariamente avviata in risposta a esigenze puntuali espresse da alcuni collaboratori, è stata successivamente estesa a tutta la popolazione aziendale, riconoscendone il valore strategico e trasversale per la diffusione del know-how interno. Per garantire la massima partecipazione, sono state organizzate diverse edizioni dello stesso corso, articolate per aree tematiche: pitture per esterni, pitture per interni e problem solving.

La formazione è stata curata dal team di Assistenza Tecnica e si è svolta in due fasi: una prima parte teorica, dedicata alla spiegazione delle caratteristiche dei prodotti e dei

relativi cicli applicativi, e una seconda fase pratica, in cui i partecipanti hanno potuto cimentarsi direttamente con l'applicazione dei prodotti.

Lo sviluppo sulle soft skills rappresenta il 15% delle ore totali, con tematiche quali: leadership, gestione dei conflitti, team building e scrittura efficace. Un ulteriore 15% ha riguardato le tematiche di sicurezza sul lavoro, includendo approfondimenti specifici sulla gestione delle emergenze e procedure di evacuazione dei due siti produttivi. Un altro 10% delle ore è stato impiegato per lo sviluppo delle competenze linguistiche, corsi finanziati attraverso il Fondo interprofessionale di Fondimpresa. Infine, è opportuno segnalare un 4% delle ore di formazione rivolte al welfare aziendale, con approfondimenti specifici sulle tematiche pensionistiche legate al fondo di previdenza complementare Fonchim. Le restanti ore hanno riguardato approfondimenti tecnici specifici di ciascuna funzione aziendale.

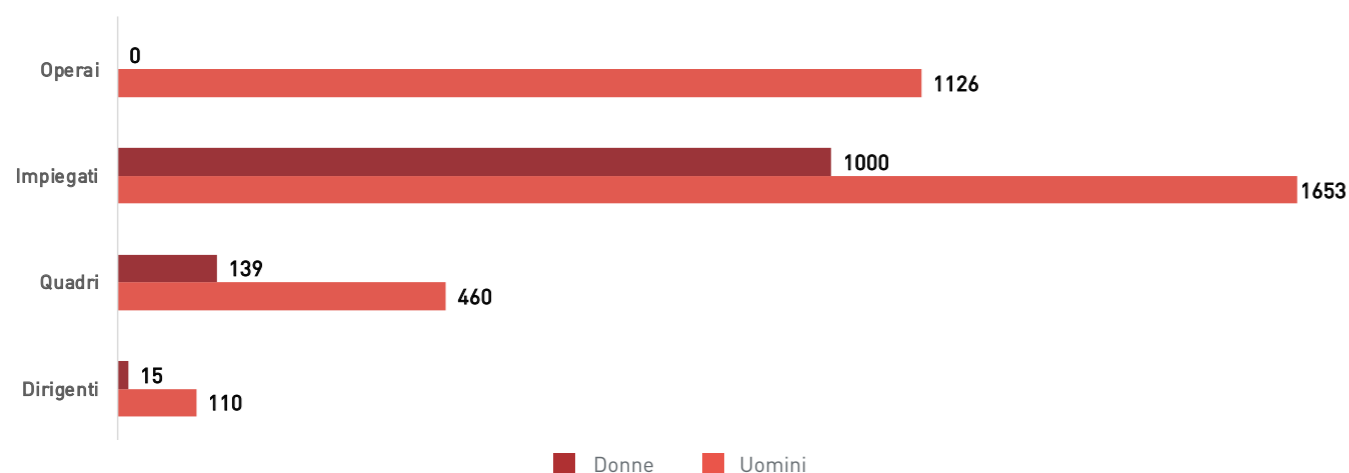
Aree di formazione





ARD promuove la formazione inclusiva, assicurando che tutte le attività formative siano accessibili a tutti i dipendenti, indipendentemente dal loro background o livello professionale. Questo approccio garantisce pari opportunità di sviluppo per tutti. È importante evidenziare che nel 2023 la formazione è stata fornita al 94% della forza lavoro totale, mentre nel 2024 si è raggiunto il 98%, coinvolgendo così quasi la totalità dei collaboratori. Questo dato dimostra concretamente l'impegno aziendale nel valorizzare e accrescere le competenze e le conoscenze di ciascuna risorsa, indipendentemente dal ruolo ricoperto.

Ore di formazione totali per sesso e categoria di dipendenti



TEMA: FORMAZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI



PROGETTO

Focus su formazione di qualità. Nel 2023 è stato avviato processo che porterà all'identificazione del fabbisogno formativo per ogni collaboratore sulla base del ruolo svolto.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Ore di formazione media per dipendente	30 ore	37,53	28,02 ¹³	28,18 ¹⁴

13 - Il dato è stato ricalcolato considerando nel totale dei dipendenti anche i lavoratori somministrati, allineando il metodo di calcolo a quanto effettuato nel 2024.
14 - Il dato è stato ricalcolato considerando nel totale dei dipendenti anche i lavoratori somministrati, allineando il metodo di calcolo a quanto effettuato nel 2024.



5.3 Lavorare in sicurezza

ARD opera con piena consapevolezza dell'importanza di tutelare la salute e la sicurezza sul lavoro, sia per il proprio personale sia per i terzi, con l'obiettivo di migliorare costantemente le proprie prestazioni. La sensibilità dell'azienda in questo delicato settore è visibile nella progettazione dello svolgimento di tutte le attività lavorative. Sotto questo aspetto l'informazione e la formazione rivestono un ruolo di estrema importanza sin dal momento di assunzione della risorsa in Azienda. Ad integrazione della formazione istituzionalmente prevista all'ingresso per i nuovi lavoratori, l'azienda eroga una specifica attività formativa gestita dal RSPP, per le tematiche della salute e sicurezza. Tra gli argomenti trattati in sede di formazione ai nuovi assunti, si evidenziano l'attenzione verso la prevenzione dei rischi aziendali, i soggetti e i ruoli coinvolti nella gestione della sicurezza, i luoghi di lavoro, la segnaletica di salute e sicurezza e i comportamenti da attuare in caso di emergenza. È previsto altresì un incontro dedicato ai rischi specifici della rispettiva mansione, avente lo scopo di informare il lavoratore in merito a quali siano i rischi a cui è soggetto e quali siano le disposizioni prese dall'azienda in merito. In particolare, i rischi specifici presenti in azienda riguardano:



i rischi derivanti dal rumore e vibrazioni



l'uso e la manipolazione delle sostanze chimiche pericolose



l'uso di macchine industriali ed attrezzature





In ambito "Health and Safety" l'Azienda, nel corso del 2024, ha provveduto alla revisione completa del DVR (Documento di Valutazione dei Rischi), il quale riporta l'analisi della valutazione dei rischi per singola mansione. In tale occasione, ARD ha prontamente provveduto a descrivere ed inserire tutte le misure di prevenzione e protezione dedicate ai suoi dipendenti volte a contenere alla loro esposizione ai sopracitati rischi.

L'affidamento delle macchine industriali viene, invece, concesso esclusivamente ai dipendenti che hanno ricevuto adeguata formazione e specifica autorizzazione per la stessa. In azienda è inoltre presente il servizio di manutenzione interna che segue e monitora costantemente il corretto funzionamento delle macchine dal punto di vista della sicurezza, al fine di limitare al minimo la probabilità di accadimento di un incidente riconducibile a un guasto. Al fine di prevenire infortuni sul lavoro, l'azienda si preoccupa di informare tutti i suoi dipendenti sui DPI che vengono assegnati, rendendoli altresì consapevoli del loro corretto utilizzo. A monitoraggio di quanto descritto, ogni anno in sede di Riunione Periodica tutte le figure coinvolte in ambito salute e sicurezza dei lavoratori, tra cui il Datore di Lavoro, l'RSPP ed il Medico Competente, discutono e presentano tutti gli interventi di miglioramento individuati, esponendo la loro relativa pianificazione e l'esito del monitoraggio sanitario condotto. L'azienda ha definito in modo chiaro le procedure per gestire gli incidenti sul lavoro e gli eventi che potrebbero causare incidenti, noti come "near-miss". Tutti

i lavoratori sono stati informati, tramite comunicazione riportata nel portale dipendenti, di questa nuova modalità di gestione e a tutti è stata chiesta massima collaborazione per l'individuazione dei possibili eventi. Qualora un lavoratore sia coinvolto o intercetti un evento di questo tipo si deve rivolgere al proprio preposto e compilare il modulo di rilevazione di mancato infortunio riportando la descrizione dell'evento. A seguito dell'analisi dell'accaduto, l'RSPP determina e propone al Datore di Lavoro le necessarie misure di sicurezza e/o tecnico-organizzative da attuare. Una volta definite tali misure, qualora si renda necessario, si procederà all'apertura di azioni correttive o di miglioramento, come previsto dal sistema di gestione della qualità di ARD, che consente un monitoraggio dell'andamento e della buona riuscita dell'azione intrapresa. La prevenzione ed il monitoraggio della sicurezza garantiscono la corretta gestione degli infortuni e degli incidenti sul lavoro e la conseguente implementazione delle adeguate azioni di miglioramento.

La riduzione del numero di incidenti negli ultimi 10 anni è una conferma tangibile dell'impegno dell'azienda nella prevenzione degli infortuni: nell'ultimo triennio sono stati registrati solo quattro incidenti.

I principali tipi di infortuni riscontrati sono stati ricondotti prevalentemente a traumi generati durante l'utilizzo di carrelli elevatori, ferite e schiacciamento generati da macchinari industriali, e da cadute o scivolamento da scale.

6. IL BRAND

TEMA: SALUTE, SICUREZZA E TUTELA DEI LAVORATORI



PROGETTO

Mantenimento di una forte cultura della sicurezza in azienda attraverso formazione di tutto il personale.
Automatizzare le operazioni manuali ad alto rischio.
Ridurre i fattori di rischio.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
N infortuni gravi sul lavoro	ZERO	ZERO	ZERO	ZERO





6.1 Il Marchio storico e la comunicazione

IL MARCHIO

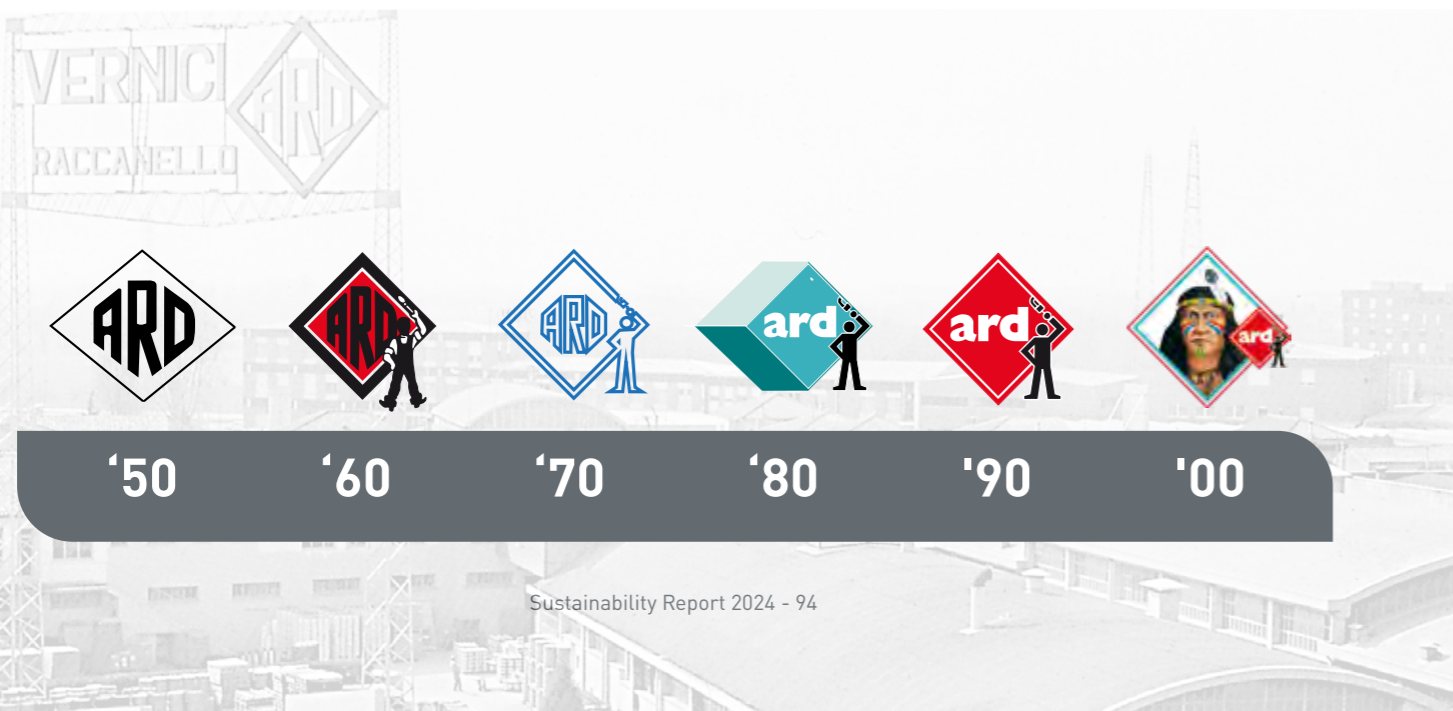
Il marchio aziendale, con la sua lunga storia, rappresenta molto più di un semplice simbolo: è un emblema che comunica **tradizione, qualità e autenticità**. Ogni elemento del marchio riflette l'eredità di un percorso costruito negli anni, radicando l'azienda nel patrimonio culturale e industriale del «Made in Italy». La sua storicità non solo racconta l'evoluzione e crescita della società, ma trasmette anche i valori e il prestigio che da sempre caratterizzano i prodotti, facendo del marchio un riferimento di eccellenza e affidabilità, riconosciuto a livello nazionale e internazionale.

Sin dalle sue origini, ARD ha mostrato una profonda attenzione nel rappresentare la propria identità attraverso un'immagine coerente e significativa. A partire dal 1961, l'azienda ha adottato un logo distintivo che unisce il simbolo del rombo con la figura di una persona intenta ad applicare un prodotto verniciante: un chiaro richiamo alla centralità del lavoro umano e all'eccellenza dei sistemi vernicianti. Nel corso dei decenni, questo emblema è divenuto il segno tangibile dei valori fondanti dell'impresa – qualità, affidabilità, attenzione all'ambiente – fino a ottenere il ri-

conoscimento di **“Marchio Storico di Interesse Nazionale”**, autentica espressione del patrimonio produttivo italiano.

Nel tempo, il logo è stato affiancato e arricchito da altri elementi simbolici, come la figura dell'“**Indiano ARD**” che è divenuta un elemento iconico della sua identità, contribuendo in modo significativo alla riconoscibilità del marchio e alla sua radicazione nella memoria collettiva dei consumatori, tanto da essere associata in modo naturale all'espressione “i colori dell'Indiano”. Questo simbolo ha incarnato valori profondi come il senso di appartenenza a una tribù, la connessione armonica con la natura e il rispetto per l'ambiente.

Le successive rivisitazioni grafiche hanno accompagnato l'evoluzione dell'immagine mantenendone l'essenza e preservando la coerenza con i valori originari. In questa prospettiva di continuità tra radici storiche e visione futura si inserisce il recente percorso di **rebranding** avviato nel 2024: un'evoluzione identitaria pensata per rafforzare ulteriormente il legame con il pubblico, rinnovando il linguaggio visivo senza snaturarne la forza simbolica.



REBRANDING

Il rebranding di ARD è stato un passaggio strategico e culturale, pensato per raccontare chi siamo oggi e chi vogliamo diventare domani. Non si è trattato di un semplice cambio di logo o colori, ma di un processo profondo che ha coinvolto persone, valori e visione d'impresa.

Il precedente logo non rappresentava più l'identità attuale di ARD.

Oggi questa realtà si fonda su due stabilimenti produttivi, Padova e Rovigo: quest'ultimo altamente automatizzato è la testimonianza di un'organizzazione moderna ed efficiente.

È inequivocabile che l'immagine dell'indiano di ARD, figlia di un'altra generazione e di un'altra cultura dovesse essere aggiornata per allinearsi ancora di più con i valori e la vision aziendale.

Il restyling ha preso avvio da un processo di revisione strategica più ampio, nel quale ARD ha aggiornato la propria identità aziendale con l'obiettivo di rafforzare l'allineamento tra immagine visiva, posizionamento sul mercato e valori comunicati.

Lo sguardo austero e serio necessitava di maggiore empatia, apertura e ottimismo, per ridurre la distanza col consumatore e guardare verso il futuro. L'indiano doveva evolvere diventando più moderno ed essenziale per coniugare innovazione e contemporaneità e rendersi pertanto adatto anche alla comunicazione digitale. Anche il tratto del disegno molto dettagliato e pittorico necessitava di ordine, armonia e bilanciamento. Il colore dominante rosso molto presente nei loghi degli altri player del settore poteva lasciare spazio a diverse combinazioni cromatiche, facendo capo al nostro colore più antico che richiama il verde Tiffany. Questa nuance è pertanto un fil rouge fra tradizione e innovazione.

In quest'ottica sono stati finalizzati tre loghi: il **rombo ston-dato** con il lettering di **“ARD”** iscritto al centro è utilizzato per la comunicazione istituzionale e i prodotti decorativi, **l'indiano** connota i prodotti per la linea da interno e il **rombo con l'omino** è il logo dei prodotti per la linea da esterno.



MONOGRAMMA



LINEA INTERNO



LINEA ESTERNO

LA COMUNICAZIONE

Nel contesto di un mercato sempre più interconnesso e sensibile ai valori di trasparenza, autenticità e responsabilità, la comunicazione aziendale assume un ruolo centrale nella strategia. Comunicare oggi non significa solo promuovere prodotti e servizi, ma costruire un dialogo aperto e continuo con tutti gli stakeholder. Nel 2024, con il lancio del rebranding la comunicazione è stata uno strumento fondamentale per veicolare i cambiamenti in atto, sostenere l'identità del brand e valorizzare l'impegno dell'azienda nei confronti della sostenibilità ambientale, sociale e culturale.

RESTYLING E RINNOVAMENTO

A partire dalla creazione dei nuovi loghi, è stato sviluppato un font esclusivo per ARD, registrato ufficialmente, che richiama le stesse curvature distintive presenti nell'identità visiva del marchio. Anche l'immagine di imballi e cartelle è diventata minimal, con un'onda di colore che sembra traci-mare dal vaso e riprende il colore del coperchio con nuance e fantasie che identificano le diverse famiglie di prodotto. Al contempo riporta al filo conduttore dei rombi usati fino ad oggi nei packaging. Sono stati ridotti i testi e aumentato l'utilizzo di pittogrammi, icone, simboli e QR code per

una comunicazione molto più immediata ed efficace. Le cartelle seguono il layout degli imballi e con l'occasione sono state rinnovate molte tinte, virando su tonalità più di tendenza come i neutri e i grigi. I decorativi seguono una linea speciale: nelle geometrie in contrasto tra nero e verde Tiffany, cercando con attenzione, si può anche qui trovare l'onda che caratterizza i nuovi imballi tradizionali, mantenendo pertanto un family feeling con il resto dell'offerta, pur distinguendosi e proponendosi come un vero e proprio oggetto di design.



UN'ICONA CHE RESISTE NEL TEMPO

Nonostante il percorso di rinnovamento intrapreso, ARD ha scelto di mantenere un legame simbolico con il proprio passato. Il prodotto più storico e iconico dell'azienda, l'Idropaint, continuerà infatti a essere distribuito nel tradizionale imballo in metallo, riportante il classico logo dell'indiano. Una scelta identitaria, pensata per preservare e onorare la tradizione.



VILLA SELVATICO, SCENARIO DI UN'IDENTITÀ CHE SI RINNOVA

Infine, nella meravigliosa cornice di Villa Selvatico, si è tenuto un evento esclusivo dedicato a una selezione qualificata di clienti, durante il quale è stato presentato il risultato del percorso di rebranding aziendale. La serata non aveva l'unico obiettivo di mostrare la nuova immagine di ARD, ma intendeva trasmettere un messaggio più profondo: la ricerca di coerenza tra ciò che l'azienda è realmente diventata e come desidera raccontarsi e proporsi al mercato, con autenticità, consapevolezza e visione.

L'obiettivo complessivo del rebranding è stato costruire un'immagine aziendale coerente con i valori fondanti, la strategia e la visione futura, allineata ai contenuti tecnici e prestazionali dei prodotti, alla dimensione raggiunta dall'impresa e alla sua storia. Il tutto senza perdere la riconoscibilità acquisita nel tempo, ma anzi rafforzandola con una comunicazione più contemporanea e internazionale, capace di sostenere anche lo sviluppo dell'export.

TEMA: BRAND EXPERIENCE



PROGETTO

Dopo la campagna pubblicitaria sulle reti RAI del 2022, nel 2023 è iniziato il progetto di rebranding che ha visto nel 2024 l'aggiornamento dell'immagine societaria, del packaging di prodotto e il potenziamento degli strumenti social a supporto.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Copertura Social	Media 10 milioni all'anno su ultimi 3 anni	8.563.626	3.220.679	16.580.297



6.2 L'attenzione al cliente

La "customers experience" è uno degli aspetti principali a cui ARD dedica attenzione e risorse al fine di fornire una linea guida al management nella definizione e nell'attuazione delle strategie aziendali.

L'Azienda considera la customer experience la chiave per differenziare i servizi e creare un vantaggio competitivo.

L'integrazione efficace dell'esperienza del cliente nella visione strategica aziendale è essenziale per lo sviluppo e la creazione di servizi in linea con i requisiti specifici di ARD. Questo implica non solo la considerazione dei processi aziendali, ma anche delle esigenze dei clienti, garantendo così un approccio chiaro e tangibile alla progettazione dei servizi.

Nel 2024, ARD ha organizzato **21 eventi**, tra corsi di formazione e focus group, coinvolgendo 197 partecipanti.

Le opinioni e i feedback dei clienti sono essenziali al fine di garantire un continuo miglioramento dei servizi ed una fiducia reciproca. Per questo motivo, ogni due anni, viene condotta un'attività di monitoraggio della soddisfazione dei clienti, in occasione delle quali vengono effettuate anche interviste in presenza, consentendo ai clienti di esprimere il proprio parere tramite un confronto diretto.

All'interno del Piano Industriale, ARD ha definito anche una strategia di Customer Relationship Management (CRM) da adottare per raggiungere i seguenti obiettivi:

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT



Tinte d'Italia
by ard raccanello

Il Marketing di ARD è responsabile sia della comunicazione adottata sia dell'esperienza del cliente.

Tale funzione si occupa anche dell'esposizione dei prodotti nel punto vendita, proponendo elementi visivi che possano essere integrati nel layout espositivo. Inoltre, si impegna a creare un ambiente accattivante e coerente con l'immagine del brand, al fine di migliorare l'esperienza di acquisto e attrarre l'attenzione dei clienti.

L'attenzione verso i clienti è dimostrata anche dai servizi offerti ai distributori. Come accennato nel capitolo "3.3 I prodotti e i servizi offerti da ARD", la società mette a disposizione gratuitamente un servizio di Assistenza Tecnica pre e post-vendita che orienta i clienti nella scelta di soluzioni e cicli applicativi più idonei, con visite nei cantieri e consulenze. La tecnologia colorimetrica e l'assistenza ai punti vendita nella definizione di richieste particolari viene invece gestita dal Laboratorio Colorimetrico. I tecnici affiancano i distributori nei sopralluoghi in cantiere con lo scopo di individuare la miglior soluzione tecnica da offrire. L'Assistenza Tecnica si occupa anche della formazione sul campo e in sede per clienti e applicatori. Collaborano inoltre con i rivenditori per la partecipazione a fiere, convegni e altri eventi nei quali sia richiesta una divulgazione

di carattere tecnico. Tra i servizi proposti è presente anche quello di colorimetria fornita dal centro Ricerca & Sviluppo ARD attraverso lo staff tecnico che è a disposizione della clientela per offrire assistenza alle esigenze formulative dei distributori. Grazie ai software di gestione i tecnici possono consultare tempestivamente gli archivi ed effettuare la formulazione di tinte personalizzate che si aggiungono alla vasta scelta di tinte presenti nelle collezioni.

L'Assistenza Tintometrica si occupa in particolare delle attrezzature tintometriche, fondamentali per la realizzazione del prodotto finito presso il distributore e viene gestita direttamente dall'azienda grazie alle competenze e al know-how dei propri collaboratori. I servizi di assistenza sono gestiti con immediatezza e, nel caso di problemi non complessi, è altresì prevista l'assistenza da remoto, che consente di guidare il cliente nella risoluzione del problema.

ARD offre inoltre una convenzione che prevede una visita di manutenzione ordinaria ed una straordinaria delle attrezzature presso i distributori con cadenza annuale.

Infine, consapevole dell'elevata affidabilità dei propri cicli, ARD offre per il mercato italiano coperture assicurative pluriennali per sistemi a cappotto e per cicli di verniciatura.

TEMA: SODDISFAZIONE DEL CLIENTE



PROGETTO

Realizzare con cadenza biennale dei sondaggi per misurare la soddisfazione dei clienti in merito ai prodotti e ai servizi offerti da ARD.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Survey Clienti	Effettuazione survey cliente	Effettuata survey cliente	-	Effettuata survey cliente



ard

7. IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO

ARD aderisce a molteplici associazioni di settore, ad organizzazioni nazionali e internazionali, partecipando in modo importante al loro sviluppo e alla loro crescita e rafforzando al contempo i rapporti con il territorio.



ASSOCIAZIONI

CONFINDUSTRIA VENETO EST

Dal 2023 ARD e gli imprenditori delle province di Venezia, Padova, Rovigo e Treviso hanno unito le loro forze per dare vita a Confindustria Veneto Est, una grande organizzazione con 5.000 aziende aderenti. L'obiettivo di questo grande e innovativo progetto associativo è concorrere a sostenere il sistema territoriale locale nella sfida della Quarta Rivoluzione Industriale. I mercati, la tecnologia, i robot, l'intelligenza artificiale e l'internet delle cose, insieme all'internazionalizzazione e al reshoring stanno cambiando le fabbriche, il lavoro e la società veneta. La Mission di Confindustria Veneto Est è sia l'affiancamento delle imprese in questa grande trasformazione, sia l'impegno per sollecitare una politica industriale – regionale e nazionale – in grado di supportare efficacemente le aziende nel loro cambiamento.

GIOVANI IMPRENDITORI ASSINDUSTRIA VENETOCENTRO

Il Gruppo Giovani Imprenditori di Assindustria Veneto-Centro coinvolge imprenditori tra i 18 e i 40 anni. Le attività svolte dall'Associazione seguono le tematiche più attuali e di forte interesse comune. La partecipazione permette alla nuova generazione di imprenditori di confrontarsi su temi di Politica Industriale, Internazionalizzazione, Sostenibilità, Innovazione, Digital Security e molto altro, organizzando momenti di networking e formazione per generare contenuti di Valore e visite aziendali per far conoscere le realtà ed eccellenze del nostro Territorio.

In questo contesto, a dicembre 2024, è stato eletto Luigi Gorza – Amministratore Delegato di ARD Raccanello – come Presidente dei Giovani Imprenditori per il quadriennio 2024-2028. Un incarico che raccoglie il testimone dell'importante lavoro svolto dalla Presidente uscente Alice Pretto e che segna l'avvio di un percorso condiviso: costruire una vera e propria "palestra" dove i giovani imprenditori possano affrontare e vincere le sfide del futuro.

«In anni particolarmente sfidanti, saremo una palestra per affrontare e vincere assieme le sfide del futuro delle nostre imprese e dei nostri territori. Con la forza del gruppo, dell'ascolto e dell'apprendere dagli altri».

Luigi Gorza



AVISA

È l'Associazione nazionale che rappresenta le imprese produttrici di adesivi e sigillanti, inchiostri da stampa, pitture e vernici.

ARD partecipa attivamente alle dinamiche evolutive del comparto delle vernici per edilizia e industria, grazie al costante coinvolgimento nei comitati tecnici e nei gruppi di lavoro promossi in ambito associativo, in particolare da AVISA-Federchimica. Questo impegno si concretizza in un'attività strutturata e continuativa di monitoraggio tecnico e normativo, che consente di presidiare con tempestività i principali aggiornamenti legislativi e regolatori di interesse per il settore.

L'attività si sviluppa lungo più direttrici, che comprendono la raccolta e l'analisi di dati statistici e di mercato, la promozione della ricerca applicata e la definizione di strategie settoriali condivise. Attraverso questi strumenti, ARD contribuisce a garantire una comunicazione trasparente, affidabile e scientificamente fondata sulle caratteristiche prestazionali dei prodotti vernicianti e sui relativi cicli applicativi.

All'interno di AVISA, l'azienda beneficia di un'articolazione settoriale che facilita il confronto tra operatori con esigenze omogenee e obiettivi comuni. In questo contesto, i comitati e i gruppi di lavoro si configurano come vere e proprie piattaforme di dialogo tecnico, che permettono lo sviluppo congiunto di proposte normative, la condivisione di best practice e l'organizzazione di attività di aggiornamento e formazione professionale, quali convegni, workshop e seminari.

Questa partecipazione attiva rafforza il ruolo di ARD nel promuovere una cultura dell'innovazione e della qualità nel settore, sostenendo anche la competitività delle imprese italiane sui mercati internazionali, in linea con gli obiettivi associativi di valorizzazione dell'export e di supporto allo sviluppo sostenibile del comparto.

CEPE

È il Consiglio Europeo delle industrie di vernici e inchiostri. Collabora con le istituzioni Europee nella stesura dei regolamenti comunitari e nella definizione delle strategie politiche.

FAI

"Fondo per l'Ambiente Italiano" è una fondazione senza scopo di lucro nata nel 1975, sul modello del National Trust, con il fine di tutelare e valorizzare il patrimonio storico, artistico e paesaggistico italiano. ARD è partner dell'Associazione, condividendo da oltre 10 anni i valori fondanti della stessa: conoscenza e competenza, concretezza, coerenza, indipendenza, qualità, curiosità e operosità.

LE VILLAGE TRIVENETO

Le Village by Crédit Agricole sostiene le giovani aziende ad alta innovazione e potenziale di crescita attraverso un sistema collaborativo basato sulla contaminazione con aziende consolidate e partner. Le Village è un ecosistema aperto che sostiene la crescita delle startup e accelera l'innovazione delle aziende, grazie alla sinergia e alla connessione tra le grandi corporate, le giovani imprese, gli investitori e il mondo finanziario. Le Village Triveneto è il primo Village dedicato alla sostenibilità.



7.1 Impegni e riconoscimenti



PADOVA 2030: VERSO LA NEUTRALITÀ CLIMATICA

Nel 2024 ARD ha confermato il proprio impegno verso la sostenibilità ambientale aderendo al "Climate City Contract" promosso dal Comune di Padova. Questo accordo, parte della Missione europea "100 città intelligenti e a impatto climatico zero", mira a raggiungere la neutralità climatica entro il 2030 attraverso una strategia integrata e partecipata. Essere tra i firmatari del contratto significa per ARD contribuire attivamente alla decarbonizzazione del territorio, collaborando con enti pubblici, imprese e cittadini per ridurre le emissioni climalteranti, migliorare l'efficienza energetica e promuovere pratiche industriali sostenibili. L'adesione a questo patto rappresenta un ulteriore passo nel percorso di responsabilità ambientale dell'azienda, in coerenza con i suoi valori fondanti e con una visione a lungo termine che vede nella sinergia con le comunità locali uno strumento fondamentale per costruire un futuro più sostenibile e a basse emissioni di carbonio.



PREMIO LUCA OMETTO

Nel 2024, l'azienda è stata selezionata e premiata dalla Fondazione Luca Ometto, organizzazione no profit del territorio padovano impegnata nel sostegno alla ricerca oncologica e in iniziative solidali a favore della comunità. Il riconoscimento, giunto alla sua quinta edizione, valorizza l'impegno delle imprese in ambito di welfare e sostenibilità ambientale e sociale. Con una cerimonia in presenza, presso la prestigiosa cornice del Caffè Pedrocchi, è stato conferito un premio per le pratiche di welfare aziendale, riconoscendo l'approccio consapevole e responsabile nella gestione dei temi legati alla sostenibilità e all'attenzione verso il benessere delle persone.

Di seguito un estratto dell'intervista fatta alla Responsabile Risorse Umane, Anita Zuin: "...valori che portiamo avanti con l'operatività quotidiana, perché crediamo che l'efficienza e la qualità della vita dei nostri dipendenti siano indispensabili."



L'11 dicembre 2024 si è tenuta, presso l'**Aula Magna dell'Università di Padova**, la cerimonia annuale di premiazione dei **donatori del Veneto Institute of Molecular Medicine (VIMM)**, un appuntamento che celebra il legame profondo tra il centro di ricerca, il territorio e tutti coloro che ne sostengono la missione scientifica. La serata, aperta dagli interventi istituzionali della Magnifica Rettore Daniela Mapelli e del Presidente della Regione Veneto Luca Zaia, ha rappresentato un'occasione preziosa per riflettere sul presente e sul futuro della ricerca biomedica.

In questo contesto prestigioso, anche ARD Raccanello ha ricevuto un riconoscimento da parte della Fondazione VIMM per il proprio contributo a sostegno della ricerca. La premiazione ha sottolineato l'importanza della collaborazione tra imprese e istituzioni scientifiche, evidenziando come il supporto dei donatori sia essenziale per alimentare l'innovazione, dotare i laboratori di strumenti all'avanguardia e avviare nuovi progetti di ricerca. La partecipazione di ARD a questa rete virtuosa testimonia l'impegno dell'azienda verso la responsabilità sociale, la promozione della salute pubblica e il progresso della conoscenza scientifica a beneficio delle generazioni future.



Le aziende familiari rappresentano una delle colonne portanti dell'economia italiana: realtà imprenditoriali radicate nel territorio, che uniscono tradizione e innovazione e che, con coraggio, passione e visione, continuano a generare valore anche in contesti di forte incertezza. È proprio per dare risalto a queste esperienze virtuose che nasce il progetto **"Ambasciatori d'Impresa"**, un'iniziativa promossa da **KPMG** e **UBS**, in collaborazione con il **Politecnico di Milano** e con la media partnership del **Il Sole 24 Ore**.

L'obiettivo del progetto è individuare, raccontare e valorizzare le storie di successo delle imprese familiari italiane che si sono distinte per capacità di crescita, attenzione al capitale umano, impegno nella sostenibilità e impatto positivo sul territorio. Queste aziende non solo generano ricchezza economica, ma rivestono anche un ruolo sociale centrale, contribuendo al benessere delle comunità locali e influenzando positivamente il contesto culturale e imprenditoriale in cui operano.

La prima edizione del progetto si è svolta presso la sala Parterre di Borsa Italiana, dove sono stati riuniti imprenditori, studiosi ed esperti del settore per condividere esperienze e buone pratiche, creando un'occasione concreta di confronto e ispirazione per l'intero sistema produttivo nazionale.

Tra oltre 110 famiglie imprenditoriali coinvolte in questa prima edizione, ARD Raccanello è stata una delle 36 realtà selezionate a ricevere la menzione speciale di **"Ambasciatore d'Impresa"**, conferita alle aziende che si sono particolarmente distinte per la loro capacità di affrontare il tema centrale di quest'anno: **"L'adattamento al nuovo secolo del modello di business"**. Il riconoscimento è stato ufficialmente conferito ad ARD Raccanello nel corso dell'evento, a testimonianza del valore del percorso di trasformazione e innovazione intrapreso dall'azienda.

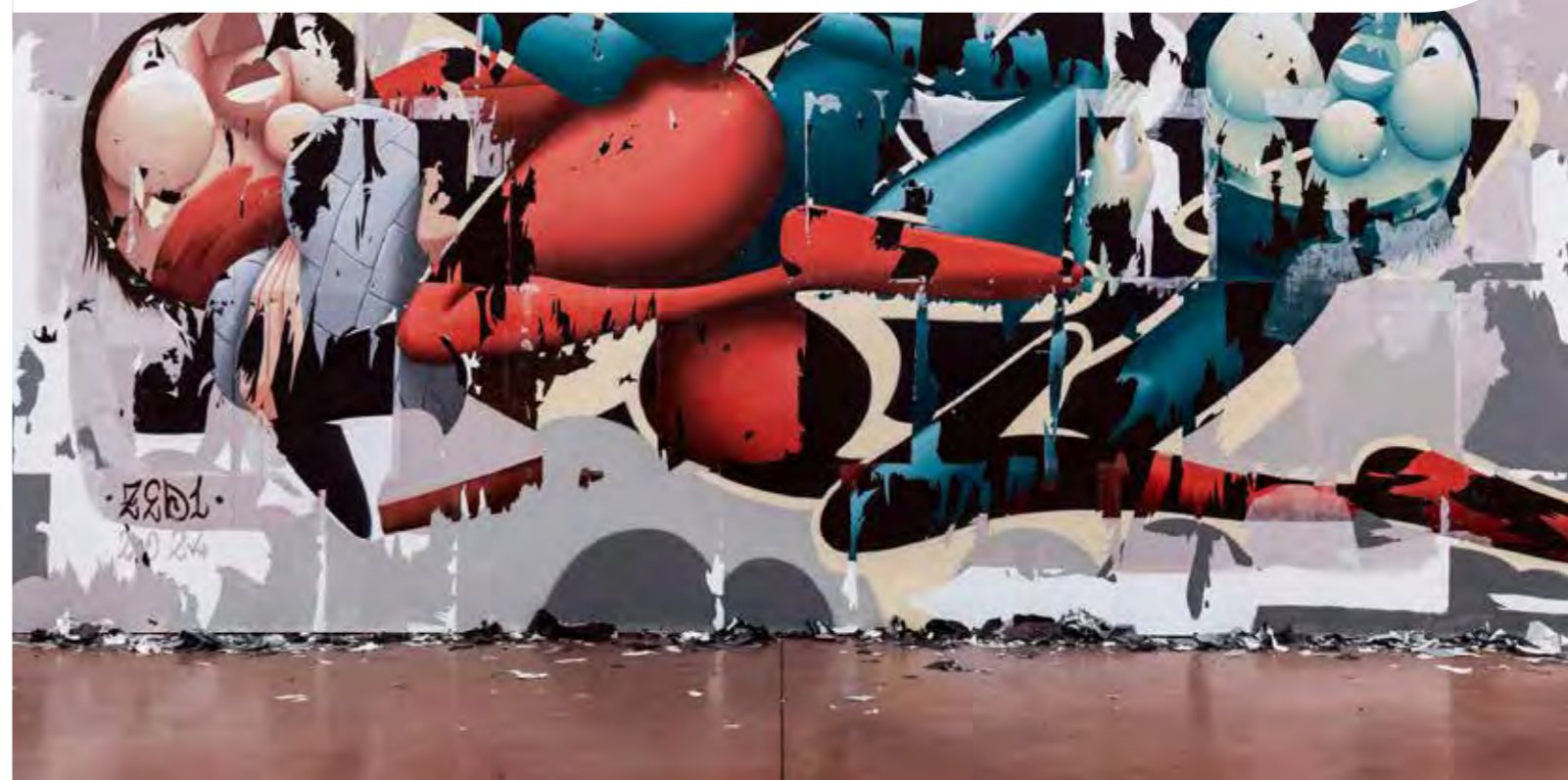


7.2 ARD e la Street Art

L'attenzione verso l'arte, la cultura e il contesto territoriale rappresenta un elemento distintivo dell'identità aziendale. Questo impegno si è tradotto nel tempo in una partecipazione attiva a numerose iniziative di valore, che hanno permesso di promuovere non solo la qualità dei prodotti, ma anche una visione d'impresa orientata alla valorizzazione del patrimonio culturale e sociale dei territori in cui opera.

Negli anni sono molteplici le collaborazioni che la società vanta con artisti nazionali e internazionali. Si tratta di partnership sempre più solide e strategiche, in grado di valorizzare il patrimonio edilizio, di riqualificare zone degradate, di contribuire alla realizzazione di opere d'arte a cielo aperto garantendone protezione e performance, di sostenere importanti campagne di comunicazione e anche di scambiare preziose informazioni su aspetti tecnici e applicativi che permettono ad ARD di proporre soluzioni all'avanguardia sull'edilizia professionale.

- ◆ Giulio Rosk
- ◆ Tony Gallo
- ◆ Zed1
- ◆ Gera1
- ◆ Boogie
- ◆ Made 514
- ◆ Vesod
- ◆ C0110
- ◆ Egeon Mantra
- ◆ Helen Bur Artez
- ◆ Slim Safont
- ◆ Alessio B





EVENTI

Nel 2024 l'azienda ha scelto di sostenere, per la prima volta, un'iniziativa di street art di rilievo internazionale: la mostra IN MY NAME, organizzata da Unlike Events e ospitata nelle città di Treviso e Monopoli. Il progetto ha coinvolto 17 artisti di fama mondiale con l'obiettivo di valorizzare il potere trasformativo dell'arte urbana sugli spazi pubblici. Il contributo si è concretizzato nella fornitura dei colori utilizzati per la realizzazione delle opere principali, a conferma dell'impegno nel promuovere cultura, creatività e rigenerazione urbana in chiave sostenibile.



IN MY NAME

Il progetto è risultato subito molto ambizioso ed interessante, in linea con l'idea che ARD Raccanello ha della Street Art. Lo scopo dell'iniziativa è divulgare una nuova consapevolezza sul valore ed il ruolo sempre più affermato dell'arte urbana nel rigenerare e rivitalizzare gli spazi urbani delle comunità, in particolare quelle aree degradate e bisognose di nuova linfa. La mostra rappresenta anche un'occasione per avvicinare l'arte e la cultura 'street art' ad un pubblico variegato ed in parte diverso dagli abituali frequentatori di questo mondo, avendo l'opportunità inoltre, di ammirare le creazioni di artisti di calibro internazionali come Jorit, Proembrion, Nesto, Vesod. Siamo stati onorati di aver potuto contribuire con il nostro prodotto ad un evento temporaneo di grande intensità e spessore, che abbraccia pienamente le nostre convinzioni sull'arte, la creatività e l'apporto benefico alla comunità, grazie anche al colore.

ZED1 PER IN MY NAME

"Marco Burrelli, in arte ZED1, è uno street artist, nel significato più genuino del termine. Tramite un costante e variegato sviluppo della tecnica, il suo stile si evolve conseguentemente alla sua attività di writer, che lo porta a dipingere treni, muri e superfici di ogni tipo. Seguendo la sua predilezione per il figurativo, arriva a creare un mondo di burattini umanoidei, che, nella loro apparente asetticità, interagiscono con la realtà che li circonda, evolvendosi tanto nello spazio quanto nel tempo..."
 (Davide Barbieri)

L'opera di ZED1 a 'IN MY NAME' interagisce con il pubblico, autorizzato a scartare la superficie decorata su carta, in modo da scoprire sotto l'opera dipinta, un tag, metafora dell'evoluzione dell'artista negli anni.

7.3. Charity Program

Nel quadro del suo impegno per la sostenibilità e la creazione di valore condiviso, l'azienda ha sviluppato il Charity Program, una componente strategica che riflette la volontà di contribuire concretamente al benessere delle comunità in cui opera.

Attraverso questo programma, l'impresa sostiene iniziative volte a promuovere il progresso sociale, economico e ambientale, selezionando progetti e organizzazioni che rispecchiano i suoi valori e obiettivi.

La scelta dei progetti da sostenere viene effettuata ogni fine

anno dal Consiglio di Amministrazione, garantendo così un processo di selezione rigoroso e allineato con le priorità strategiche dell'azienda e con i bisogni emergenti delle comunità. Questo approccio assicura che le risorse siano destinate a iniziative in grado di generare un impatto positivo e duraturo.

Attraverso il Charity Program, l'azienda ribadisce il proprio ruolo di attore responsabile, contribuendo a generare benefici concreti per la collettività e dimostrando che l'impegno verso la sostenibilità può tradursi in un cambiamento significativo e condiviso.

TEMA: SOSTEGNO E SVILUPPO DELLE COMUNITÀ



PROGETTO

L'obiettivo è incrementare la quota del reddito generato dall'azienda da distribuire alle organizzazioni territoriali identificate impegnate in Charity Programs sulla base delle aree di intervento identificate da ARD.

KPI	OBIETTIVO 2026	2024	2023	2022
Valore Economico distribuito alla Comunità / Utile dell'anno	2,00%	1,41%	1,04%	1,25%



8.1 Tabelle e grafici

Dipendenti per tipologia di contratto e genere (No.)	2024			2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo indeterminato	89	20	109	82	20	102	85	18	103
Tempo determinato	1	2	3	1	1	2	1	1	2
TOTALE	90	22	112	83	21	104	86	19	105

Dipendenti per tipologia di contratto e genere (No.)	2024			2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full time	88	19	107	83	17	100	86	16	102
Part time	2	3	5	0	4	4	0	3	3
Totale	90	22	112	83	21	104	86	19	105

Totale della forza lavoro per genere (dipendenti esclusi)	2024			2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Somministrati	4	0	4	3	0	3	1	0	1
Internships e Stage	2	2	4	1	3	4	0	0	0
Totale	6	2	8	4	3	7	1	0	1

Ore di formazione totali per sesso e categoria di dipendenti	2024			2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	110	15	125	82	2	84	244	37	281
Quadri	460	139	599	629	208	837	679	83	762
Impiegati	1.653	1.000	2.653	1.222	456	1.678	840	533	1.373
Operai	1.126	0	1.126	507	4	511	571	0	571
Totale	3.349	1.154	4.503	2.440	670	3.110	2.334	653	2.987

Numero di nuove assunzioni e dimissionari (No.)	2024			2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Assunzioni	12	5	17	4	4	8	6	2	8
Dimissionari	5	4	9	7	2	9	5	0	6

8. APPENDIX



Turnover per genere %	2024		
	Uomini	Donne	Totale
Turnover in entrata	16%	23%	17%
Turnover in uscita	8%	18%	10%

Turnover per fasce d'età %	2024		
	≤30	31-49	≥50
Turnover in entrata	47%	18%	6%
Turnover in uscita	11%	8%	11%

Dipendenti per categoria e genere	2024			2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	2	1	3	2	1	3	2	1	3
≤30 anni	0	0	0	0	0	0	1	0	1
31-49 anni	1	0	1	1	0	1	0	0	0
≥50 anni	1	1	2	1	1	2	1	1	2
Quadri	11	1	12	11	1	12	11	1	12
≤30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31-49 anni	5	1	6	6	1	7	6	1	7
≥50 anni	6	0	6	5	0	5	5	0	5
Impiegati	36	20	56	27	18	45	27	17	44
≤30 anni	6	5	11	2	5	7	3	3	6
31-49 anni	16	5	21	14	4	18	17	5	22
≥50 anni	14	10	24	11	9	20	7	9	16
Operai	41	0	41	43	1	44	46	0	46
≤30 anni	8	0	8	8	0	8	7	0	7
31-49 anni	12	0	12	16	1	17	17	0	17
≥50 anni	21	0	21	19	0	19	22	0	22
Totale	90	22	112	83	21	104	86	19	105
≤30 anni	14	5	19	10	5	15	11	3	14
31-49 anni	34	6	40	37	6	43	40	6	46
≥50 anni	42	11	53	36	10	46	35	10	45



Composizione dei rifiuti (in tonnellate)	2024			2023			2022		
	Rifiuti prodotti	Di cui destinati al recupero (t)	Di cui destinati a recupero (%)	Rifiuti prodotti	Di cui destinati al recupero (t)	Di cui destinati a recupero (%)	Rifiuti prodotti	Di cui destinati al recupero (t)	Di cui destinati a recupero (%)
Acque di lavaggio	677	0	0%	616	0	0%	647	0	0%
Imballi	120	119	100%	79	78	100%	85	85	99%
Materiali assorbenti	3	2	62%	2	1	41%	0	0	0%
Pannelli di legno	0	0	0%	0	0	0%	1	1	0%
Pitture obsolete	88	51	58%	33	30	90%	56	25	45%
Plastica	0	0	0%	0	0	0%	1	1	0%
Prodotti finiti non conformi	0	0	0%	0	0	0%	4	0	0%
Altro ¹⁵	46	18	38%	40	14	34%	38	10	26%
Totale	934	189	20%	769	123	16%	833	122	15%

Rifiuti recuperati in tonnellate	2024			2023 ¹⁶			2022		
	In loco	Presso un sito esterno	Totale	In loco	Presso un sito esterno	Totale	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Rifiuti pericolosi									
Preparazione per il riutilizzo	0	31	31	0	21	21	0	16	16
Pitture Obsolete	0	6	6	0	0	0	0	2	2
Altro	0	13	13	0	12	12	0	4	4
Imballi	0	12	12	0	9	9	0	10	10
Totale rifiuti non pericolosi	0	31	31	0	21	21	0	16	16
Rifiuti non pericolosi									
Preparazione per il riutilizzo	0	154	154	0	101	101	0	102	102
Pitture Obsolete	0	44	44	0	30	30	0	23	23
Materiali assorbenti	0	2	2	0	1	1	0	1	1
Imballi	0	108	108	0	69	69	0	75	75
Altro	0	0	0	0	1	1	0	2	2
Pannelli di legno	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Altre operazioni di recupero	0	5	5	0	1	1	0	4	4
ferro e acciaio	0	5	5	0	1	1	0	4	4
Totale rifiuti pericolosi	0	159	159	0	102	102	0	106	106
Totale complessivo	0	189	189	0	123	123	0	122	122

15 - Altro: la categoria include batterie e accumulatori, condizionatori, apparecchiature elettroniche non pericolose, solvente esausto ed olio idraulico, polveri da impianto di aspirazione, neon, acciaio e ferro.

16 - Al fine di garantire la comparabilità delle informazioni, i dati relativi agli esercizi precedenti sono stati riclassificati secondo i criteri adottati nell'esercizio corrente. Tale riclassifica non ha comportato variazioni nei risultati complessivi precedentemente comunicati.



8.2 Tabella di raccordo temi materiali - impatti

RIFIUTI DESTINATI ALLO SMALTIMENTO	2024			2023 ¹⁷			2022 ¹⁸		
	In loco	Presso un sito esterno	Totale	In loco	Presso un sito esterno	Totale	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Rifiuti pericolosi									
Incenerimento con recupero di energia	0	38	38	0	4	4	0	3	3
Pitture Obsolete	0	37	37	0	3	3	0	1	1
Materiale Assorbente	0	1	1	0	1	1	0	0	0
Altro	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Altre operazioni di smaltimento	0	1	1	0	0	0	0	29	29
Imballi	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Pitture obsolete	0	0	0	0	0	0	0	29	29
Sacchi di carta	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	0	39	39	0	4	4	0	32	32
Rifiuti non pericolosi									
Incenerimento con recupero di energia	0	5	5	0	3	3	0	5	5
Polveri	0	5	5	0	3	3	0	5	5
Materiale Assorbente	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altre operazioni di smaltimento	0	701	701	0	640	640	0	673	673
Acque di lavaggio	0	677	677	0	616	616	0	647	647
Pitture Obsolete	0	0	0	0	1	1	0	1	1
Polveri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prodotti finiti non conformi	0	0	0	0	0	0	0	4	4
Altro	0	24	24	0	23	23	0	21	21
TOTALE	0	705	705	0	643	643	0	678	678
Totale	0	744	744	0	647	647	0	710	710

EMISSIONI	2024	2023	2022
Nox	0	0	0
Sox	0	0	0
Inquinanti organici persistenti (POP)	0	0	0
Composti organici volatili (VOC)	1,46	0,30	0,56
Inquinanti in atmosfera pericolosi (HAP)	0	0	0
Altre categorie standard di emissioni identificate nella normativa applicabile	0	0	0

17 - Al fine di garantire la comparabilità delle informazioni, i dati relativi agli esercizi precedenti sono stati riclassificati secondo i criteri adottati nell'esercizio corrente. Tale riclassifica non ha comportato variazioni nei risultati complessivi precedentemente comunicati.

18 - Al fine di garantire la comparabilità delle informazioni, i dati relativi agli esercizi precedenti sono stati riclassificati secondo i criteri adottati nell'esercizio corrente. Tale riclassifica non ha comportato variazioni nei risultati complessivi precedentemente comunicati.

TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI	IMPATTI NEGATIVI
APPROVIGIONAMENTO RESPONSABILE	Utilizzo di materie prime a minore impatto ambientale	Aumento degli impatti ambientali dovuti alla mancata adozione+C7:C55e di politiche da parte dei fornitori
	Migliore tracciabilità e trasparenza sugli approvvigionamenti, con possibilità di definire obiettivi concreti di riduzione dell'impatto ambientale della supply chain	Sfruttamento e depauperamento delle risorse ambientali
ECONOMIA CIRCOLARE	Riduzione dei costi grazie al riuso e riciclo delle materie prime	Possibile esclusione di fornitori che non rispettino requisiti sostenibili con conseguente riduzione della platea fornitori
	Innovazione prodotti sostenibili ed eco compatibili	Sfruttamento e depauperamento delle risorse ambientali
EMISSIONI GHG E CAMBIAMENTO CLIMATICO	Riduzione consumi energetici con nuovi impianti più efficienti	Vulnerabilità della catena di fornitura a causa di eventi meteorologici estremi
	Transazione verso fonti rinnovabili	Aumento dei costi operativi conseguenti all'aumento dell'emissioni
	Benefici reputazionali legati all'introduzione di strategie di efficientamento energetico e decarbonizzazione	Rischi connessi al recepimento di nuove normative in ambito climatico
GESTIONE DEI RIFIUTI	Minori costi di smaltimento grazie a strategie di riduzione e riciclo	Gestione inadeguata dei rifiuti con potenziali conseguenze ambientali e sanzioni legali
	Riduzione dei rifiuti e reperimento delle materie prime vergini tramite recupero, riutilizzo del materiale di scarto	
GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE	Uso efficiente della risorsa, sistemi di monitoraggio per ridurre consumi, investimenti in riciclo e riuso delle acque nei processi	Prelievo e consumo di acque a stress idrico, con rischio di scarsità e costi crescenti
GESTIONE DELL'ENERGIA E DEI CONSUMI	Riduzione diretta dei costi operativi grazie a efficienza e all'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili	Aumento emissioni e costi energetici
		Incapacità di adeguarsi agli standard di mercato in tema di decarbonizzazione
GESTIONE SUPPLY CHAIN	Rafforzamento delle relazioni storiche con i fornitori, stimola comportamenti sostenibili lungo la filiera, approvvigionamenti responsabili.	Indebolimento delle relazioni di fiducia con i fornitori, rischio di pratiche non etiche o insostenibili nella filiera e maggiore esposizione a interruzioni o instabilità negli approvvigionamenti
CYBERSICUREZZA	Maggiore protezione delle informazioni	Perdita di dati, fermo attività, danni legali ed economici
	Capacità di rispondere in maniera efficace ad attacchi informatici, limitando impatti economici e di immagine	
	Sistemi digitali sicuri permettono innovazione, sviluppo e adozione di soluzioni tecnologiche avanzate in modo più rapido e affidabile	Vulnerabilità informatiche che compromettono l'affidabilità e non consentono lo sviluppo di soluzioni tecnologiche

TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI	IMPATTI NEGATIVI
ETICA ED INTEGRITA' DEL BUSINESS	Prevenzione di episodi di corruzione	Episodi di corruzione
	Diffusione nell'organizzazione di una cultura aziendale fondata sull'integrità e l'etica professionale	Comportamenti anticoncorrenziali e monopolistici Mancato rispetto della normativa vigente
INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO	Investimenti volti a ricercare materiali e prodotti con un minor impatto sull'ambiente	Mancata specializzazione in alcuni segmenti di mercato
	Studio di una nuova gamma di prodotti per raggiungere nuovi clienti	
PERFORMANCE ECONOMICHE	Crescita sana preservando l'equilibrio economico	Insufficienti risorse finanziarie per rispondere alle esigenze del mercato
QUALITA' E SICUREZZA DEL PRODOTTO	Aumento della soddisfazione dei clienti	Prodotti con caratteristiche di sicurezza, affidabilità e/o durabilità non soddisfacenti
		Prodotti non conformi agli standard
		Interruzione di rapporti di collaborazione con clienti strategici per il business
SOSTENIBILITA' DEL PRODOTTO	Riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti	Rischi connessi al mancato rispetto degli standard ambientali del prodotto
	Estendere gamma di prodotti con certificazione ambientale	Mancata soddisfazione delle richieste del mercato
BUSINESS MODEL RESILIENCE	Mitigazione delle crisi di natura economica, sociale e ambientale	Maggiore vulnerabilità davanti a potenziali rischi
BRAND EXPERIENCE	Aumento della qualità dei servizi offerti ai clienti	Diffusione del Brand non omogenea in tutte le zone d'Italia
	Promozione di una comunicazione chiara e trasparente	Comunicazione poco accattivante
BENESSERE AZIENDALE	Dipendenti più sereni, coinvolti e in salute lavorano meglio e riducono il turnover	Stress, burnout e dimissioni aumentano i costi di gestione HR
	Un'azienda attenta al benessere diventa attrattiva per nuovi talenti	Un'azienda percepita come tossica perde appeal su mercato e stakeholder
	Un ambiente sano stimola creatività, collaborazione e fiducia reciproca e quindi migliori performance lavorative	Dipendenti demotivati incidono direttamente su qualità e risultati
DIVERSITA' ED INCLUSIONE	Team eterogenei portano punti di vista diversi e trovano soluzioni più originali	Mancanza di inclusione genera demotivazione, discriminazioni e turnover
	Clienti e stakeholder premiano le aziende inclusive, rafforzando brand value e mercato	Non valorizzare le diversità significa rinunciare a competenze e mercati
FORMAZIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE	Arricchimento dell'offerta formativa e sviluppo delle competenze dei dipendenti come ad esempio delle Soft Skills	Impatti sull'operatività del business causati da mancanza di risorse reperibili nel mercato con conoscenze tecniche
	Creazione di piani di crescita per attrarre nuovi talenti	Mancate possibilità di crescita per i dipendenti
NUOVE GENERAZIONI	Nuove competenze, soprattutto su tecnologie e nuovi modelli di lavoro	Obsolescenza delle competenze
	Continuità aziendale e trasferimento del know-how	Mancanza di attrattività per i nuovi talenti

TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI	IMPATTI NEGATIVI
SALUTE, SICUREZZA E TUTELA DEI DIPENDENTI	Diffusione di una cultura in tema di salute e sicurezza	Aumento di infortuni sul lavoro
	Condizione di lavoro soddisfacenti influenzano positivamente i risultati economici	Rischio reputazionale collegato all'aumento degli infortuni
SVILUPPO COMUNITA' LOCALE	Riqualificazione di aree, siti ed edifici	Nessun impatto negativo
	Rafforzamento dell'immagine dell'azienda a livello locale	
	Creazione di collaborazioni con Università e/o Centri di Ricerca	
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	Creazione di posti di lavoro e distribuzione valore economico nei territori interessati	Clienti insoddisfatti possono portare ad una perdita di fatturato oltre che ad una perdita di credibilità
	Fidelizzazione e incremento del fatturato	
SUPPORTO CLIENTI E FORNITORI	Un buon supporto crea partnership solide, basate su fiducia reciproca	Mancano supporto e/o assistenza con clienti significa reclami, con fornitori significa ritardi e mancanza di collaborazione. In entrambi i casi perdita di relazioni stabili e forti nel tempo
	Clienti e fornitori soddisfatti sono più propensi a restare fedeli e a raccomandare l'azienda.	Clienti e/o fornitori insoddisfatti diffondono feedback negativi che si propagano velocemente creando danni reputazionali oltre che economici

8.4 GRI Content Index

GRI ID	DISCLOSURE	NUMERO DI PAGINE O DISCLOSURE	OMISSIONI
GRI 2: GENERAL STANDARD DISCLOSURES (2021)			
L'ORGANIZZAZIONE E LE SUE PRATICHE DI RENDICONTAZIONE			
2-1	Dettagli dell'organizzazione	p. 8,10, 12-14,18-19	
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	p.10	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	p. 3	
2-4	Restatement di informazioni	p. 3	
2-5	Assurance esterna	p. 122-124 ARD ha sottoposto il presente Report ad Assurance volontaria	



GRI ID	DISCLOSURE	NUMERO DI PAGINE O DISCLOSURE	OMISSIONI
ATTIVITA' E LAVORATORI			
2-6	Attività, catena di fornitura e altre relazioni di business	p. 10, 12-14, 18-19, 44-45, 50-60	
2-7	Dipendenti	p. 34-35, 77-90	
2-8	Lavoratori non dipendenti	p. 109-110	
GOVERNANCE			
2-9	Struttura e composizione della governance	p. 21-22	
2-10	Nomina e selezione del più alto organo di governo	p. 21-22	
2-11	Presidente del più alto organo di governo	p. 21-22 I ruoli dell'alto Organo di Governo sono distribuiti così da evitare possibili conflitti di interesse	
2-12	Ruolo del più alto organo di governance nella supervisione della gestione degli impatti	p. 21-22	
2-13	Delega di responsabilità per gestione degli impatti	p. 21-22, 40-43	
2-14	Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	p. 21-22	
2-15	Conflitti di interesse	p. 21-22	
2-16	Comunicazione delle criticità	p. 44-45	
2-17	Conoscenza collettiva del più alto organo di governo	p. 21-22	
2-18	Valutazione della performance del più alto organo di governo	p. 40-45	
2-19	Politiche retributive	p. 81	
2-20	Processo di determinazione della remunerazione	p. 81	
2-21	Rapporto annuale di retribuzione totale		Vincoli di riservatezza. Tale indicatore non è stato rendicontato in quanto rappresenta per l'azienda un'informazione sensibile.



GRI ID	DISCLOSURE	NUMERO DI PAGINE O DISCLOSURE	OMISSIONI
STRATEGIE, POLITICHE E PRATICHE			
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	p. 5	
2-23	Impegni in termini di policy	p. 20-23, 40-41	
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	p. 20-23, 40-41	
2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	p. 29-39	
2-26	Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare dubbi	p. 20 La certificazione qualità prevede l'istituzione di canali di comunicazione e canali per sollevare reclami.	
2-27	Conformità alle leggi e ai regolamenti	p. 3, 61	
2-28	Appartenenza ad Associazioni	p. 64-65, 101-102	
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
2-29	Approccio allo stakeholder engagement	p. 37-39	
2-30	Contratti di lavoro collettivi	p. 81-84	
GRI 3: TEMI MATERIALI			
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43	
3-2	Elenco dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 113-115	
TEMA MATERIALE - Gestione e tutela delle risorse idriche			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 67-69, 113-115	
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	p. 67, 69	
303-2	Gestione degli impatti legati allo scarico di acqua	p. 67, 69	
303-3	Prelievo idrico	p. 67, 69	
303-4	Scarico d'acqua	p. 67, 69	
303-5	Consumo d'acqua	p. 67, 69	



GRI ID	DISCLOSURE	NUMERO DI PAGINE O DISCLOSURE	OMISSIONI
--------	------------	-------------------------------	-----------

TEMA MATERIALE - Gestione efficiente dell'energia

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 70-71, 113-115	
302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione"	p. 70-71	
302-3	Intensità energetica	p. 70-71	

TEMA MATERIALE - Lotta al cambiamento climatico

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 72-73, 112, 113-115	
305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	p. 72-73	
305-2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	p. 72-73	
305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)"	p. 72-73	
305-7	Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni nell'aria rilevanti"	p. 112	

TEMA MATERIALE - Gestione responsabile dei rifiuti

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 74-75, 113-115	
306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	p. 74-75	
306-2	Gestione degli impatti significativi correlati ai rifiuti	p. 74-75, 111-112	
306-3	Rifiuti generati	p. 74, 75, 111-112	
306-4	Rifiuti non conferiti in discarica		
306-5	Rifiuti conferiti in discarica		

TEMA MATERIALE - Benessere aziendale, diversità ed inclusione

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 77-87, 109-115	
401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	p. 77-82, 109-110	
401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	p. 79-87	



GRI ID	DISCLOSURE	NUMERO DI PAGINE O DISCLOSURE	OMISSIONI
--------	------------	-------------------------------	-----------

405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	p. 21-22, 77-80	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate"	Nel 2024 non si sono verificati episodi di discriminazione	

TEMA MATERIALE - Formazione e sviluppo dei dipendenti

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 88-90, 109-110, 113-115	
404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	p. 8, 88-90, 109	

TEMA MATERIALE - Salute, sicurezza e tutela dei lavoratori

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 91-92, 113-115	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	p. 91-92	
403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	p. 91-92	
403-3	Servizi per la salute professionale	p. 91-92	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	p. 91-92	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	p. 88-92	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	p. 91-92	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	p. 91-92	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	p. 91-92	

TEMA MATERIALE - Sostegno e sviluppo delle comunità

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 105-107, 113-115	
413-1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	p. 105-107	



GRI ID	DISCLOSURE	NUMERO DI PAGINE O DISCLOSURE	OMISSIONI
--------	------------	-------------------------------	-----------

TEMA MATERIALE - Etica ed integrità del business

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 24-26, 37-39, 42-43, 113-115	
205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Nel corso del 2024, ARD non ha registrato alcun episodio di corruzione o non conformità con la normativa vigente in materia ambientale, sociale ed economica.	
206-1	Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	Nel 2024 non vi sono state contestazioni od opposizioni per l'utilizzo di marchi depositati da altri soggetti. Ad ogni lancio di un nuovo prodotto viene svolta un'analisi di anteriorità per verificare che la denominazione non sia già stata utilizzata e procedere con la registrazione.	
418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	Nel corso del 2024, ARD non ha registrato alcun episodio di violazione della privacy o perdita di dati dei clienti.	

TEMA MATERIALE - Performance economiche

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 113-115	
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	p. 46-48	

TEMA MATERIALE - Brand Experience

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-38, 42-43, 94-99, 113-115	
-----	-----------------------------	---------------------------------	--

TEMA MATERIALE - Sostenibilità dei prodotti

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-38, 42-43, 57-63, 74-75, 113-115	
301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	p.74-75	
301-2	Materiali di ingresso riciclati utilizzati	p. 74-75	



GRI ID	DISCLOSURE	NUMERO DI PAGINE O DISCLOSURE	OMISSIONI
--------	------------	-------------------------------	-----------

TEMA MATERIALE - Qualità e sicurezza del prodotto

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 50-62, 113-115	
416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	p. 57-62	
417-1	Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	p. 52-59	
417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Nel 2024 non si sono verificati episodi di non conformità a regolamenti o codici volontari relativi alle informazioni, all'etichettatura o all'impatto sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi.	

TEMA MATERIALE - Innovazione, Ricerca e Sviluppo

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 62-63, 113-115	
-----	-----------------------------	---------------------------------	--

TEMA MATERIALE - Approvvigionamento responsabile e gestione della supply chain

3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37-39, 42-43, 55-56, 113-115	
204-1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	p. 54-56	



8.3 Assurance esterna



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Piazza Salvemini, 20
35131 PADOVA PD
Telefono +39 049 8249101
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sul bilancio di sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione della ARD Raccanello S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“*limited assurance engagement*”) del bilancio di sostenibilità della ARD Raccanello S.p.A. (di seguito la “Società”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità

Gli Amministratori della ARD Raccanello S.p.A. sono responsabili per la redazione del bilancio di sostenibilità in conformità ai “*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*” definiti dal GRI – *Global Reporting Initiative* (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del bilancio di sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi della ARD Raccanello S.p.A. in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell’*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code)* emesso dall’*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l’*International Standard on Quality Management 1* in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.



ARD Raccanello S.p.A.
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2024

Responsabilità della società di revisione

E’ nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del bilancio di sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell’*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) – Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito anche “*ISAE 3000 Revised*”), emanato dall’*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l’*ISAE 3000 Revised* (“*reasonable assurance engagement*”) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul bilancio di sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all’acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel bilancio di sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- 3 comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo “2.5 Valore economico generato” del bilancio di sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d’esercizio della Società;
- 4 comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel bilancio di sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di ARD Raccanello S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio di sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- c) abbiamo effettuato interviste nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.



ARD Raccanello S.p.A.
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2024

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità della ARD Raccanello S.p.A. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del bilancio di sostenibilità.

Padova, 5 dicembre 2025

KPMG S.p.A.

Gianluca Zaniboni
Socio



Stampato su carta riciclata