

01 Agosto 2018

SUBARU CORPORATION annuncia la sua vision a medio termine sviluppata fino al 2025 (parte 1)

- *STEP è il suo nome e 12 i punti toccati*
- *Tre gli obiettivi principali:*
 1. *Diventare un marchio "diverso" dagli altri migliorando il carattere distintivo.*
 2. *Impegnarsi in attività commerciali che siano in sintonia con i clienti mettendoli al centro della scena.*
 3. *Soddisfare la responsabilità sociale d'impresa contribuendo a diversificare i bisogni sociali.*

Tokyo, Luglio 2018 – Subaru Corporation ha annunciato in questi giorni la sua nuova vision del management a medio termine. Si chiama “**STEP**” ed è stata sviluppata con l’obiettivo di far diventare Subaru un’azienda di cui i clienti si fidano e con cui possono identificarsi.

Sotto la sua filosofia gestionale di **puntare ad essere un'azienda coinvolgente con una forte presenza sul mercato costruita sul principio del cliente al centro di tutto**, Subaru ha definito le seguenti tre visioni per il 2025 in vista del suo obiettivo - **da un'azienda che produce cose, a un'azienda che fa sorridere la gente** - che la società ha stabilito nel 100° anniversario dalla sua fondazione nel 1917.

1. Diventare un marchio "diverso" dagli altri migliorando il carattere distintivo.
2. Impegnarsi in attività commerciali che siano in sintonia con i clienti mettendoli al centro della scena.
3. Soddisfare la responsabilità sociale d'impresa contribuendo a diversificare i bisogni sociali.

La vision è sviluppata su 12 punti che saranno trattati in diversi invii per dare la possibilità di comprendere al meglio gli argomenti trattati.

Vediamo i primi 3.

(1) STEP: il nome della nuova vision.

STEP è un acronimo formato dalle lettere iniziali delle parole inglesi **Speed** (Velocità), **Trust** (Fiducia), **Engagement** (Coinvolgimento), e **Peace of Mind and Enjoyment** (Tranquillità e divertimento) che sono i quattro importanti elementi della nuova vision. La lettera “**T**” è enfatizzata nel logo perché Subaru considera la fiducia come l’elemento più importante di tutti. Il nome esprime inoltre la determinazione dell’azienda di compiere dei “passi decisi e costanti” nel prossimo futuro.



(2) Un cambiamento della cultura aziendale.

Subaru mira a diventare un'azienda in grado di rispondere in modo rapido e flessibile al cambiamento, essendo più sensibile ai tempi e al mondo esterno, preservando il DNA di Subaru. Tra le iniziative specifiche figurano:

- gli sforzi per diventare un'azienda che fa la cosa giusta nel modo giusto;
- riformare la cultura aziendale e le risorse umane e l'organizzazione;
- rivedere le attività di CSR (Corporate Social Responsibility);
- l'adozione dell'IT in tutte le attività di business.

(3) Iniziative per il miglioramento della qualità.

Subaru si impegna a essere **il numero 1 per la qualità** che consente ai clienti di godere della proprietà a lungo termine con la massima tranquillità. Tra le iniziative specifiche rientrano:

- la revisione di tutti i processi, dalla pianificazione del prodotto alla produzione, per garantire la qualità;
- il potenziamento del livello degli impianti di produzione;
- il rafforzamento dei sistemi di gestione della qualità;
- il miglioramento delle operazioni di servizio.

L'azienda ha stabilito un quadro di investimento di 150 miliardi di yen (in 5 anni) per migliorare la qualità totale.

2a Comunicazione – 6 agosto 2018

- (4) Progetto "Subaru-zukuri" (Crea-una-Subaru).
- (5) Aumentare la sicurezza e la tranquillità.
- (6) Costruire un marchio forte.
- (7) Piani di produzione e direzione di progettazione (VIZIV).

###