

06 Agosto 2018

## SUBARU CORPORATION annuncia la sua vision a medio termine sviluppata fino al 2025 (parte 2)

- STEP è il suo nome e 12 sono i punti trattati.
- 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.

Milano, Agosto 2018 – Prosegue il viaggio all'interno della vision **STEP** con la seconda parte dei punti toccati da essa.



#### (4) Progetto "Subaru-zukuri" (Crea-una-Subaru).

Subaru lancia il progetto "Subaru-zukuri" (Crea-una-Subaru) con l'obiettivo di aumentare il valore per i clienti con **alta qualità, alto valore aggiunto e bassi costi**. Si tratta di una nuova iniziativa per passare dal "costruire auto" a "costruire Subaru" andando oltre la produzione, coinvolgendo l'intero processo di innalzamento del valore del cliente, dalla pianificazione del prodotto alle attività di servizio.

#### (5) Aumentare la sicurezza e la tranquillità.

Subaru ha l'intento di proteggere la vita delle persone e mira a **eliminare le morti per incidenti stradali\* entro il 2030**. Intendiamo potenziare le nostre tecnologie di assistenza alla guida e rafforzare ulteriormente le prestazioni di sicurezza in caso di incidente, secondo la nostra filosofia di garantire la sicurezza della mobilità, consentendo ai veicoli di fornire assistenza per compiti in cui gli esseri umani possono commettere errori, lasciando loro lo svolgimento dei compiti in cui sono più abili. Aumenteremo inoltre la sicurezza e la serenità durante la guida, aggiungendo tecnologie di connected car e tecnologie intelligenti per la sicurezza generale delle Subaru.

\* Morti in incidenti stradali di conducenti e passeggeri di Subaru e di persone, inclusi pedoni o ciclisti, con cui le auto Subaru possono entrare in collisione.

**(6) Costruire un marchio forte.**

Subaru dà grande valore alle connessioni tra le persone e implementa attività in cui interagiscono SUBARU, i rivenditori, i clienti e le comunità. Per questo lanciamo l'iniziativa **SUBARU Digital Innovation** per collaborare con dei partner esterni per generare nuovo valore per i clienti utilizzando le tecnologie per le "connected car" e i dati, al fine di coinvolgere i singoli clienti.

**(7) Piani di produzione e direzione di progettazione (VIZIV).**

Subaru lancerà delle versioni con un design completamente nuovo per tutti i modelli principali ogni anno e valorizzerà i propri SUV distintivi e i modelli sportivi. Faremo evolvere il design distintivo Subaru **Dynamic x Solid** in un'espressione più "audace".

Punti trattati nella prima comunicazione del 01 agosto 2018:

- (1) *STEP: il nome della nuova vision.*
- (2) *Un cambiamento della cultura aziendale.*
- (3) *Iniziative per il miglioramento della qualità.*

**3a Comunicazione – 9 agosto 2018**

- (8) *Alleanza con Toyota Motor Corporation.*
- (9) *Generare maggiore innovazione.*
- (10) *Strategia di mercato.*
- (11) *Strategia per il settore aerospaziale.*
- (12) *Piano di profitto e politica di capitale.*

###