09 Agosto 2018

# SUBARU CORPORATION annuncia la sua VISION a medio termine sviluppata fino al 2025 (parte 3)

- *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.*

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

***(8) Alleanza con Toyota Motor Corporation.***

Subaru Corporation porterà avanti la collaborazione con Toyota nelle aree di "produzione di auto sempre migliori" e "indirizzamento alla trasformazione in una società di mobilità", pur mantenendo il carattere distintivo di Subaru. Le iniziative comprendono lo sviluppo congiunto di tecnologie strutturali di base per veicoli elettrici e la collaborazione in settori tecnologici di nuova generazione come le tecnologie di connected car.

***(9) Generare maggiore innovazione.***

Subaru, in collaborazione con SBI Investment, ha istituito un fondo privato, **"SUBARU-SBI Innovation Fund"** che investirà in promettenti start-up in Giappone e all'estero che dovrebbero generare sinergie di business nelle aree di attività esistenti e future di Subaru. Attraverso questo fondo, Subaru intende ottenere informazioni su tecnologie avanzate e business model dall'esterno e cercare ed esplorare innovazioni e nuove modalità di fare impresa.

© SUBARU CORPORATION Ltd. 2017. All Rights Reserved.
Subaru Italia S.p.A. Sede legale in Ala (TN), L.go Negrelli 1, C.A.P. 38061
Sede operativa in Milano, Via Montefeltro 6/A, C.A.P. 20156
E-mail servizio P.R.: press@subaru.it

***(10) Strategia di mercato.***

Subaru mira a mantenere la crescita nel mercato degli Stati Uniti e a raggiungere una crescita sostenibile in altre regioni tra cui Giappone, Asia, Oceania, Russia, Medio Oriente, Europa e Cina con l'approccio adatto a ciascun mercato. Le **vendite globali per il 2025** sono proiettate a **1,3 milioni** di unità.

***(11) Strategia per il settore aerospaziale.***

Subaru continuerà gli sforzi volti a passare dall'auto-sostenibilità alla crescita stabile. Potenzierà il settore aerospaziale al fine di espandere il marchio Subaru nel cielo e nello spazio, aumentando il proprio impegno in aree quali:

- progetti di verifica della tecnologia;
- strategie di partnership;
- collaborazione con il settore automobilistico.

***(12) Piano di profitto e politica di capitale.***

- Aumentare gli investimenti strategici e la spesa in ricerca e sviluppo.
- Garantire la redditività leader del settore implementando quanto sopra. (Margine operativo target del 10% o superiore).
- Assicurare un equity ratio del 50% o superiore. Assicurare un ROE (Return On Equity) del 10% puntando al 15% o più.
- Gestire il flusso di cassa netto alla luce delle condizioni di business, con un livello minimo fissato a due mesi di vendite nette.
- Fornire un ritorno dei profitti equilibrato a tutti gli stakeholder e condurre i riacquisti di azioni in modo flessibile a seconda del flusso di cassa.

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.*

Punti trattati nella seconda comunicazione del 06 agosto 2018:

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

###

© SUBARU CORPORATION Ltd. 2017. All Rights Reserved.
Subaru Italia S.p.A. Sede legale in Ala (TN), L.go Negrelli 1, C.A.P. 38061
Sede operativa in Milano, Via Montefeltro 6/A, C.A.P. 20156
E-mail servizio P.R.: press@subaru.it