



Corso di laurea in “Diritto, Economia e Strategia d’Impresa” (DESI)

Corso di STRATEGIA E VALUTAZIONE
A.A. 2024/2025
Lezione del 03/03/2025

PROF. ALFONSO DI SABATINO MARTINA

MISSION STATEMENT



Analisi Strategica

Definire la mission, analizzare l'ambiente e coordinare le risorse sono elementi essenziali per orientare le scelte strategiche e garantire un vantaggio competitivo sostenibile.



MISSION

Definisce l'identità, gli obiettivi e la direzione strategica dell'organizzazione



AMBIENTE

Definisce fattori che influenzano le decisioni strategiche



RISORSE

Asset tangibili e intangibili, inclusi capitale, competenze e infrastrutture, essenziali per l'attuazione della strategia.

ANALISI STRATEGICA

Mission

Ambiente

**Risorse
e skills**

PIANIFICAZIONE: 1° STEP

Missione Aziendale (Mission)

- La missione aziendale è il suo fine ultimo, la giustificazione della sua esistenza.
- L'impresa viene costituita (creata) per svolgere una funzione nell'ambiente di riferimento.
- Rappresenta inoltre un parametro di distinzione rispetto ad altre aziende.
- La missione, a differenza della «visione», deve contemplare dei riflessi pratici, concreti.

Come deve essere definita una «missione aziendale»? Caratteristiche

- **DEVE ESSERE FACILE DA RICORDARE**
- **DEVE AVERE RISVOLTI PRATICI**
- **DEVE ESSERE CONDIVISA DAGLI APPARTENENTI ALL'ORGANIZZAZIONE (INDIPENDENTEMENTE DALLA COLLOCAZIONE GERARCHICA)**
- **DEVE ESSERE FINALIZZATA A DEFINIRE L'ORIENTAMENTO STRATEGICO DI FONDO**
 - ***Perché?***
 - Perché così la pianificazione strategica si muove all'interno di una cornice ben definite
 - Gli strumenti operativi saranno coerenti con la strategia e, quindi, con la missione

Mission Statement

- La definizione della missione si concretizza nel «Mission Statement» (Manifesto della Missione)
- La missione, dunque, dovrebbe essere «scritta» e condivisa
- Per definire correttamente la missione, l'impresa deve preliminarmente rispondere a diverse domande, tra queste:



**CLIENTI? A CHI
CI RIVOLGIAMO**



**ATTIVITÀ?
CHI SIAMO?**



**VALORE? PERCHÉ
LO FACCIAMO?**

ANALISI DELLE MISSION

La mission aziendale definisce lo scopo e i valori fondamentali di un'organizzazione, guidando le strategie e le decisioni operative.

Un'analisi approfondita permette di valutare la coerenza tra obiettivi dichiarati e azioni concrete, identificando punti di forza e aree di miglioramento.

Comprendere la mission aiuta a rafforzare il posizionamento competitivo e a comunicare efficacemente con stakeholder e clienti.



Focus. Puntualizziamo!!!!

- **ABBIAMO ACCENNATO ALLA «VISIONE». LA VISIONE DIFFERISCE DALLA MISSIONE IN QUANTO:**
 - **MENTRE LA MISSIONE COSTITUISCE UNA SORTA DI GUIDA (PRATICA) ALL'AZIONE DELL'ORGANIZZAZIONE**
 - **LA FUNZIONE DELLA VISIONE AZIENDALE È, PER CERTI VERSI, QUELLA DI "ISPIRARE" I SOGGETTI COINVOLTI**



Microsoft

- **Missione**
 - "Permettere alle persone ed alle aziende di tutto il mondo di realizzare il loro potenziale"
- **Visione**
 - Creare una famiglia di strumenti e servizi per dare alle persone in tutto il mondo il potere di svolgere le attività che più amano, a casa, sul posto di lavoro ed in movimento

Vision e Mission statement.

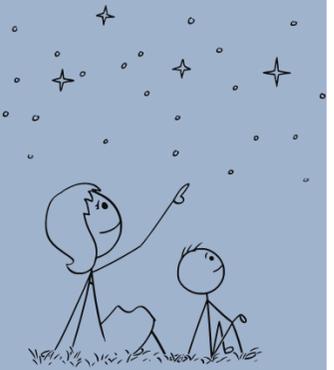
- **ALCUNI ESEMPI**
- Fonte: siti web istituzionali aziendali

MISSIONE



«Essere l'azienda leader di mercato e con la migliore reputazione nel mercato globale del "pasto all'Italiana" e nei nostri mercati di riferimento per i prodotti da forno»

VISIONE



Aiutiamo le persone a vivere meglio, portando ogni giorno nella loro vita il benessere e la gioia del mangiar bene»





MISSIONE



Deliziare gli amanti della qualità della vita nel mondo con il miglior caffè che la natura possa dare, esaltato dalle migliori tecnologie e dalla bellezza.»

VISIONE



Vogliamo essere, nel mondo, punti di riferimento della cultura e dell'eccellenza del caffè. Un'azienda innovativa che propone i migliori prodotti e luoghi di consumo e che, grazie a ciò cresce e diventa leader dell'alta gamma.»



MISSIONE



«Offrire soluzioni per l'industria del trasporto sulla base delle nostre competenze di eccellenza e insieme ai nostri partner in tutto il mondo»

VISIONE



«Primeggiare nel confronto con i concorrenti offrendo valore e qualità per il successo dei nostri clienti»



MISSIONE



«Il Gruppo vuole essere portatore di innovazione tecnologica attraverso l'offerta di prodotti e servizi competitivi in grado di generare valore per i clienti e gli azionisti.»

VISIONE



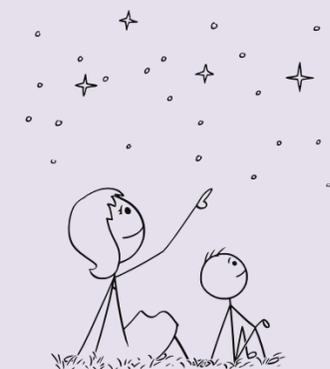
«Finmeccanica intende consolidare e rafforzare il proprio ruolo di leader globale nell'alta tecnologia, con profonde radici nel settore della difesa ed intende affermarsi nel settore civile attraverso lo sviluppo di piattaforme e tecnologie duali»

MISSIONE



Siamo il più grande gruppo lattiero caseario italiano di matrice cooperativa, che offre il miglior latte e i migliori prodotti derivati che la natura e il progresso tecnologico possano dare. Rispondiamo ai bisogni delle persone e ai loro gusti, attenti alla loro salute e alla loro qualità di vita. Con prodotti buoni, genuini, sicuri, rispettosi dell'ambiente, favoriamo una sana nutrizione, stili di vita positivi e scelte alimentari più consapevoli. Operiamo al fianco dei soci e dei produttori per migliorare le loro capacità, le loro tecniche e la loro efficienza e per valorizzare al massimo l'eccellenza del loro latte; aumentiamo la loro capacità di stare sul mercato italiano ed estero, investendo in innovazione, tecnologia, ricerca. Crediamo nelle persone che lavorano con noi, impegnate e partecipi nell'esplorare costantemente nuovi orizzonti di sviluppo. Senso di responsabilità, dialogo e coraggio sono i principi ispiratori del nostro lavoro. Contribuiamo al progresso sociale e al benessere delle comunità nelle quali operiamo e tuteliamo l'ambiente e il territorio. Favoriamo il dialogo e la collaborazione tra gli attori economici e sociali costruendo relazioni stabili basate sull'etica, la fiducia, la trasparenza, il rispetto delle regole e la coerenza dei comportamenti

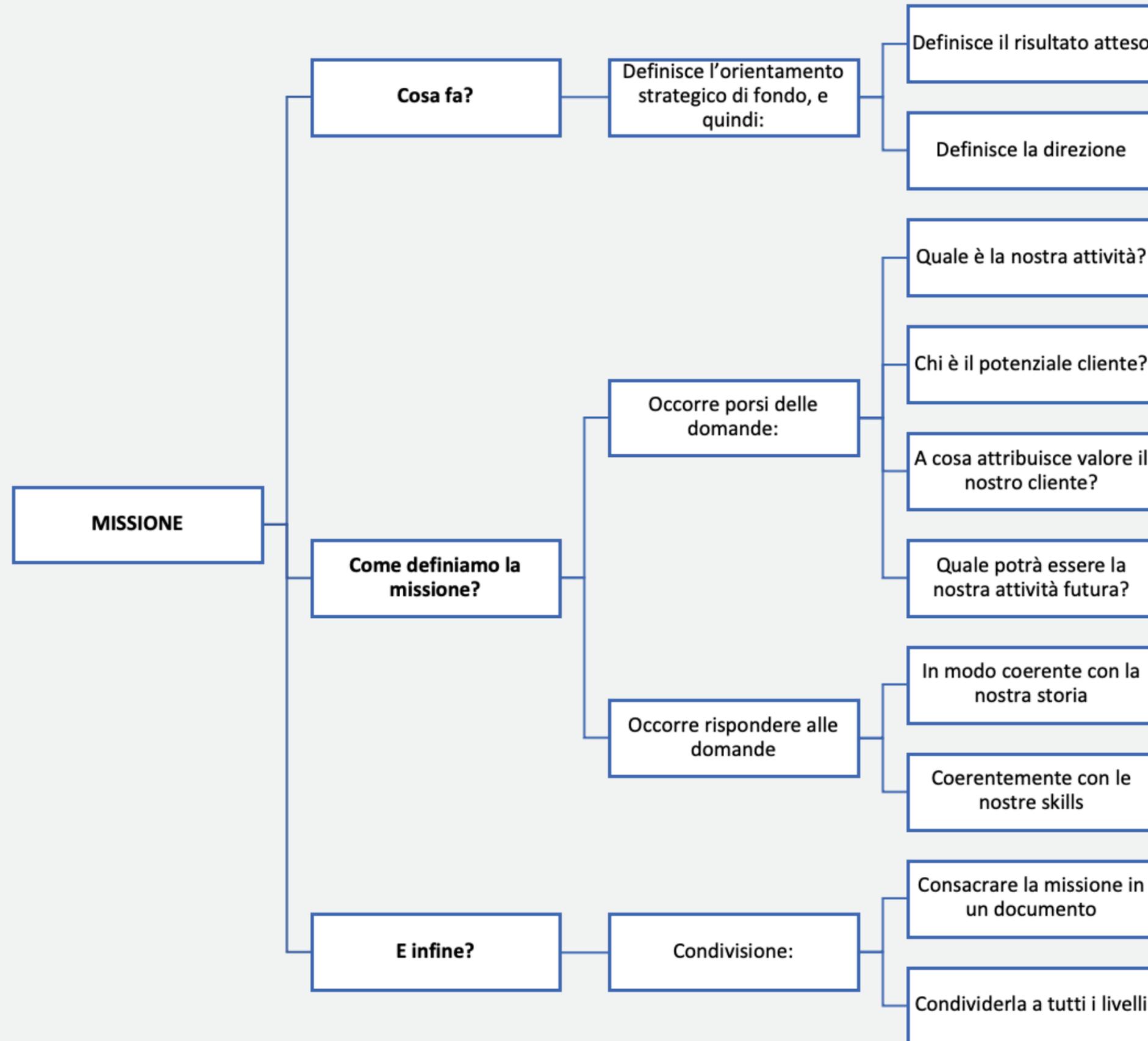
VISIONE



Produrre benessere e piacere italiano con il miglior latte. Anticipare con successo le sfide globali per una società ed un'economia sostenibili, favorendo con la crescita del Gruppo il Sistema Paese»



PASSAGGI PER DEFINIRE CORRETTAMENTE UNA MISSIONE AZIENDALE



Ma come deve essere una «buona» Mission



Realizzabile



- Se è vero che la Mission deve incarnare l'ambizione aziendale è altrettanto importante la sua funzione di guida nell'ambito del processo strategico
- Per tale motivo essa deve essere realizzabile, ossia «realistica».
- La definizione di una Mission «realizzabile» scongiura il perseguimento di obiettivi irraggiungibili (e pertanto operazioni e investimenti rischiosi)

Motivante

- LA DEFINIZIONE DI UNA MISSIONE CHIARA (BEN DEFINITA) HA IL MERITO DI FORNIRE UN'IDEA PRECISA DI QUALE SIA L'ORIENTAMENTO STRATEGICO DI FONDO.
- IL PERSONALE A TUTTI I LIVELLI È IN GRADO DI CONOSCERE E CONDIVIDERE UN OBIETTIVO PIÙ ALTO, PIÙ GENERALE RISPETTO ALLE MANSIONI AFFIDATE.
- CIO CONTRIBUISCE A INSTAURARE UN FORTE SENSO DI APPARTENENZA E SPINGE A RISULTATI (NELLE SINGOLE ATTIVITÀ) COERENTI CON LA «MISSION»



Mission Ferrari

- «costruire vetture sportive uniche, destinate a rappresentare, in pista come sulle strade, l'automobile italiana d'alta scuola. Simbolo di eccellenza e di sportività, Ferrari non ha bisogno di presentazioni

Management

Squadra Corse

Progettisti

Operai

Specifica



- **IL CONCETTO DI «SPECIFICO» SI RICOLLEGA ALLA FUNZIONE DI «GUIDA» DELLA MISSIONE**
- **LA MISSION PERTANTO, OLTRE A SPECIFICARE IL PERCORSO DA INTRAPRENDERE, RAPPRESENTA UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER LA «CONDUZIONE AZIENDALE»**



Missione: «La nostra azienda vuole creare i migliori prodotti al costo più basso.»