

Nomisma

Il piano strategico

La risposta concreta alle domande che determinano il futuro dell'azienda

2025

1

Il piano strategico

Nomisma



Il piano strategico

IL PUNTO DI PARTENZA L'ATTUALE POSIZIONAMENTO E LA DEFINIZIONE DELLE SFIDE FUTURE

PIANO STRATEGICO

1 Valutare l'**attuale posizionamento** dell'impresa sul mercato.

2 Definire le **sfide future** perché l'impresa possa continuare ad essere **competitiva**.

3 Visualizzare le **prime alternative di sviluppo** e possibile **evoluzione del business** dell'azienda.

Normative

Quali **normative** influenzeranno l'**operatività degli attori** sul mercato?

Mercato

Quali **trend di mercato** hanno un **impatto sul business** di dell'azienda?

Azienda

Quale **missione** propone l'azienda e **come è organizzata**?

Arena Competitiva

Come si stanno organizzando **gli altri operatori di mercato nazionali e locali**?

Posizionamento

Quali **punti di forza e aree di miglioramento** mostra l'azienda?

Sfide Future

Che **sfide a breve e a medio-lungo termine** dovrà affrontare l'impresa?

Opzioni Sviluppo

Quali possibili **alternative di sviluppo** per il business?

- **Mappatura delle opportunità normative e delle possibili risorse attivabili**, per potenziare le attività dell'azienda e incrementarne la quota di mercato.
- **Analisi desk per valutare i trend** che stanno interessando il settore e i mercati in generale, anche in termini di tecnologie a supporto del business (es. AI).
- **Analisi della situazione «AS IS» (competenze, processi aziendali e KPI) – in particolare di marketing e comunicazione** - per valutarne l'organizzazione.
- **Interviste individuali** con le linee apicali aziendali, al fine di raccogliere la percezione interna sull'andamento delle attività e su intenzionalità, priorità e obiettivi della società.
- **Benchmarking** sui principali player del settore (caratteristiche quali-quantitative, visioni, strategie, tecnologie..).
- **SWOT analysis** (punti di forza e aree di miglioramento dell'impresa, minacce ed opportunità esterne).
- Alla luce dei precedenti studi, si procederà con la definizione di alcuni **scenari possibili per individuare le più probabili sfide che l'azienda potrà affrontare**.
- **Definizione** di alcune **strategie preliminari** che l'azienda potrà intraprendere.

Il piano strategico

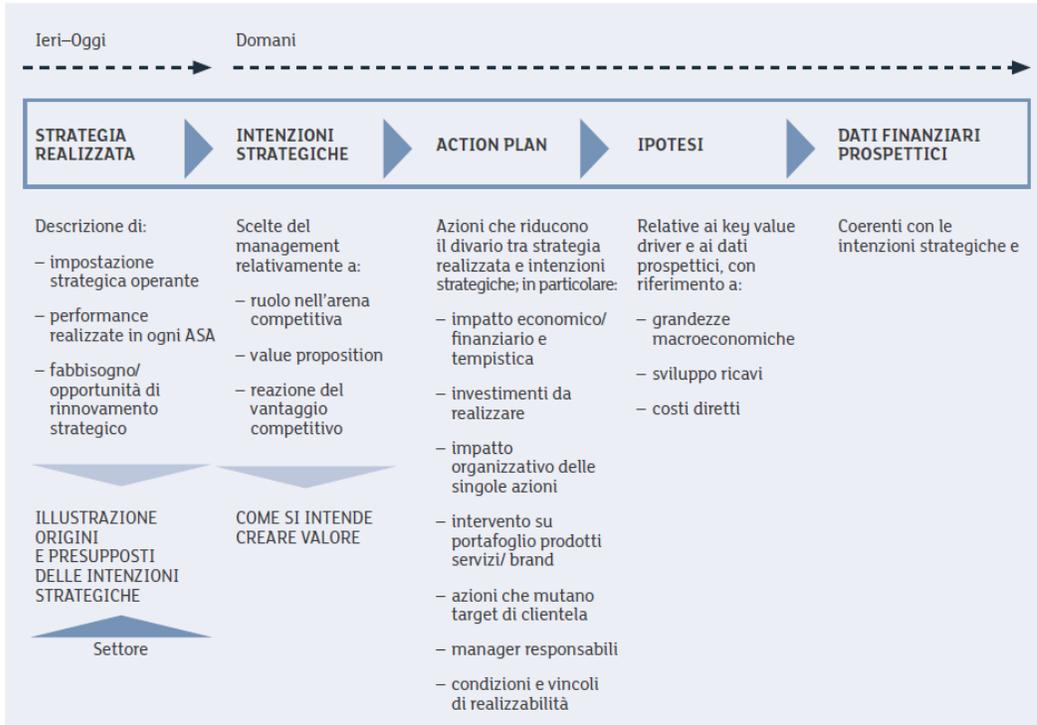
LA TRADUZIONE OPERATIVA DEGLI INTENTI STRATEGICI DEI PROSSIMI 3 ANNI

PIANO STRATEGICO

4 Definire e formalizzare gli **intenti strategici**

5 **Action Plan** coerente con la strategia proposta

6 **Previsioni di natura economico – patrimoniale e finanziarie**



ATTIVITÀ OPERATIVE

- **Focus group** con la linea apicale aziendale, al fine di:
 - Formalizzare la **strategia realizzata negli ultimi anni** dall'azienda, identificazione di punti di attenzione e risultati raggiunti
 - Definire e formalizzare gli **intenti e le priorità strategiche per l'orizzonte di Piano triennale in funzione delle opportunità possibili e delle priorità individuate.**
- Individuazione delle **assunzioni base** nell'orizzonte di Piano:
 - **Ricavi per area di attività**
 - Ipotesi di andamento nella **struttura dei costi variabili e fissi** e del **Piano di Investimenti.**
- **Declinazione del Piano strategico in azioni** lungo l'orizzonte di pianificazione, coerentemente alla strategia proposta e con la definizione di tempi e responsabilità.
- **[VERSIONE PRO DEL PIANO]** Elaborazione della **Pianificazione integrata pluriennale** che, a partire dalle ipotesi strategiche e operative definite, produca i seguenti prospetti di sintesi economico-finanziari: Conto Economico e Stato Patrimoniale.

Il piano strategico

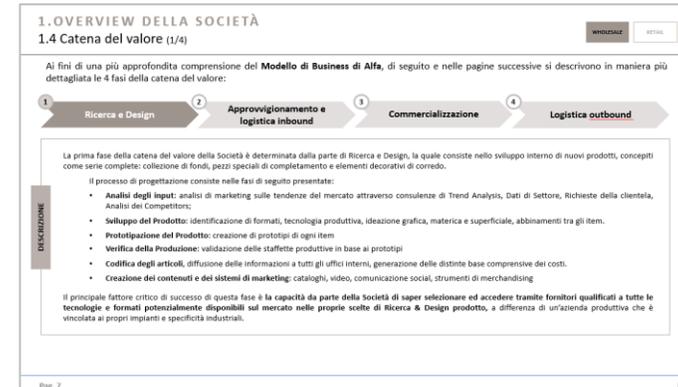
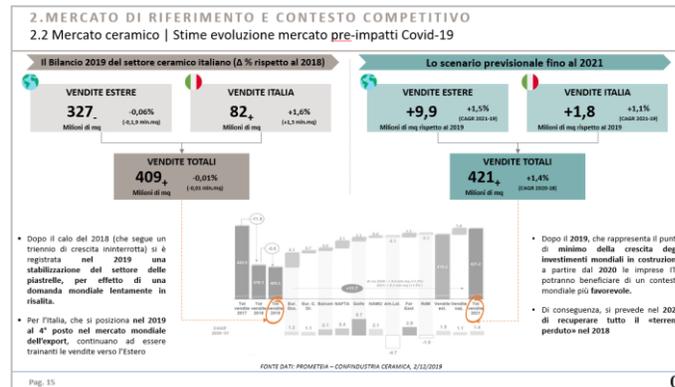
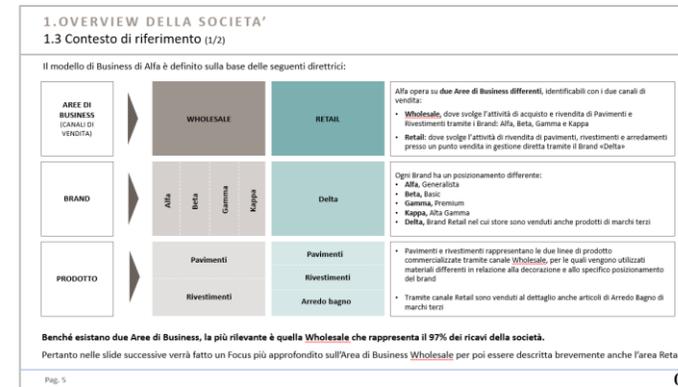
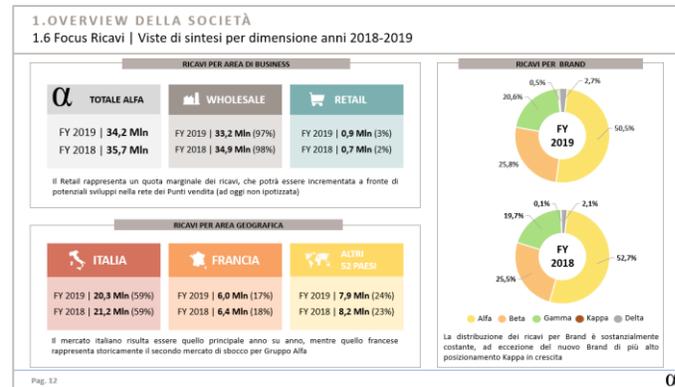
UN DOCUMENTO STRUTTURATO SECONDO GLI STANDARD DELLA COMMUNITY DI BUSINESS

PIANO
STRATEGICO

OUTPUT – UN DOCUMENTO STRUTTURATO NELLE MODALITÀ TIPICAMENTE UTILIZZATE DA GRUPPI EVOLUTI E DALLA COMMUNITY DI BUSINESS E FINANZIARIA

Documento di Piano strategico elaborato secondo lo standard di Borsa Italiana.
L'utilizzo è sia per finalità interne (Management) che per finalità esterne (varie).

STORIA, EVOLUZIONE, ORGANIZZAZIONE, CATENA DEL VALORE, ANALISI DI MERCATO, RISULTATI CONSUNTIVI



Il piano strategico

UN DOCUMENTO STRUTTURATO SECONDO GLI STANDARD DELLA COMMUNITY DI BUSINESS

PIANO STRATEGICO

OUTPUT – UN DOCUMENTO STRUTTURATO NELLE MODALITÀ TIPICAMENTE UTILIZZATE DA GRUPPI EVOLUTI E DALLA COMMUNITY DI BUSINESS E FINANZIARIA

Documento di Piano strategico elaborato secondo lo standard di Borsa Italiana.
L'utilizzo è sia per finalità interne (Management) che per finalità esterne (varie).

STORIA, EVOLUZIONE, ORGANIZZAZIONE, CATENA DEL VALORE, ANALISI DI MERCATO, RISULTATI CONSUNTIVI

OUTPUT | MACRO INDICE DEL DOCUMENTO

1. EXECUTIVE SUMMARY

1. Il progetto strategico proposto
2. Principali azioni realizzative
3. Sintesi dei risultati attesi

2. OVERVIEW DELLA SOCIETÀ

1. Modello di business, risorse e competenze distintive
2. Focus su struttura distributiva e customer base
3. Evoluzione dei principali risultati storici
4. Analisi della PFN

3. MERCATO DI RIFERIMENTO E CONTESTO COMPETITIVO

1. Trend e driver di sviluppo
2. Caratteristiche dei clienti e processo di acquisto
3. Benchmark competitivo

4. STRATEGIA REALIZZATA E INTENZIONI STRATEGICHE

1. Vantaggi competitivi e opportunità
2. Priorità strategiche

5. ACTION PLAN

1. Azioni, tempistiche e responsabilità
2. Impatto eco-fin delle priorità strategiche

6. IPOTESI E RISULTATI PROSPETTICI

1. Assumption
2. Modello economico e risultati previsionali

2

Company profile

Nomisma



CHI SIAMO

Company profile Nomisma

Società indipendente che da oltre 40 anni realizza **ricerche di mercato, valutazioni e consulenze**, rivolgendosi ad imprese, associazioni e istituzioni pubbliche.

Competenza, esperienza e autorevolezza sono i valori condivisi dal team di Nomisma: **oltre 50 professionisti** impegnati a dare risposte innovative, che operano quotidianamente anche **attraverso una rete capillare di professionisti sul territorio nazionale** e grazie al supporto di oltre 70 azionisti che oggi investono nella Società.

Metodo, innovazione, capacità di interpretazione dei fenomeni: **sono i valori che Nomisma offre al cliente** con l'obiettivo di dare supporto concreto alle **esigenze conoscitive, ai processi decisionali e di disseminazione.**

Settori e temi presidiati



AGROALIMENTARE



RETAIL



REAL ESTATE



PACKAGING



PHARMA



PA



ENERGIA



ESG

Nomisma | Main clients

RETAIL | MAIN CLIENT



RETAIL | CONNECTION



AGRIFOOD | MAIN CLIENT



ALTRI SETTORI | MAIN CLIENT



Contatti



Roberta Gabrielli

Head of Marketing, Business

Processes e Communication

T. 348 7777661

roberta.gabrielli@nomisma.it



Evita Gandini

Head of Market Insight

T. 347 5254351

evita.gandini@nomisma.it

Indirizzo | Strada Maggiore 44 – 40125, Bologna

E-mail | info@nomisma.it

Websites | www.nomisma.it

Telefono e Fax +39 051.6483111 | +39 051.232209