



Una gamma prodotti rinnovata e focus sulla Client Experience: così Porsche Italia raggiunge il record di vendite nel 2024

11/02/2025 In occasione della consueta conferenza stampa annuale, Porsche Italia ha presentato i risultati di un anno straordinario: il 2024 si è chiuso con un nuovo record di consegne al cliente finale, pari a 8.223 unità, con un incremento dell'8% rispetto al 2023. Un risultato che consolida la filiale italiana come terzo mercato singolo europeo per volumi.

Un traguardo senza precedenti per Porsche Italia, frutto di una strategia vincente basata su due pilastri: una gamma quasi completamente rinnovata - con il debutto delle nuove Panamera, Taycan, 911 e Macan - e un efficace ecosistema di touchpoint integrati per migliorare l'esperienza cliente, che si è dimostrato vincente nell'affrontare un settore automobilistico in rapida evoluzione.

"Siamo orgogliosi di inaugurare il 2025, anno del quarantesimo anniversario di Porsche Italia,

annunciando il risultato di vendite più alto mai raggiunto. È un record che attesta non solo la forza dei nostri prodotti, ma anche il successo della rinnovata Client Experience, progettata per elevare l'esperienza dei clienti in tutti i nostri touchpoint", ha commentato **Pietro Innocenti, Amministratore Delegato di Porsche Italia**.

Macan traina le vendite, Cayenne e 911 completano il podio

Porsche Macan si conferma il modello più richiesto, con 3.011 consegne al cliente finale (37% sul totale vendite), di cui 781 nella nuova versione completamente elettrica, arrivata nel mercato lo scorso settembre. Seguono Cayenne, che registra una performance eccellente con 2.542 consegne (31%), e 911 con 1.512 unità consegnate (18%). Sono stati 417 (5%) i modelli 718 Boxster e Cayman consegnati nel 2024, mentre la rinnovata Panamera totalizza 406 unità (5%). Taycan, anch'essa rinnovata nel 2024, segna 335 consegne (4%).

L'arrivo della nuova Macan e il restyling della Taycan hanno spinto le vendite BEV a 1.116 unità, pari al 13,6% del totale consegne (contro il 4,2% del mercato italiano). Considerando anche le ibride plug-in, la quota sale fino al 37,4%.

Il rinnovamento di 4 linee di prodotto su 6 nel 2024 conferma la strategia di Porsche basata su un portfolio diversificato, che include motori endotermici, elettrici (BEV) e ibridi plug-in (PHEV).

Un ecosistema completo e integrato di punti di contatto con il Marchio

Al centro della strategia di Porsche Italia l'obiettivo di elevare l'esperienza cliente e renderla più fluida fra i diversi punti di contatto, fisici e online, che oggi comprendono:

- **Destination Porsche:** è il nome utilizzato per indicare la nuova *Corporate Architecture* di tutti i Centri Porsche, con l'obiettivo di trasformarli da punti vendita a *Point of Experience*. La nuova configurazione non si limita a un nuovo design degli spazi, ma include anche un palinsesto eventi, nuovi ruoli professionali, formazione delle *soft skills* e analisi avanzate della *Customer Journey*. Entro la fine del 2025, circa la metà dei Centri Porsche italiani avrà adottato la nuova identità.
- **Canale di vendita online:** nel 2024, le vendite online sono aumentate del +15%, grazie anche all'introduzione della possibilità di acquistare vetture nuove, oltre alle già presenti auto in stock disponibili in tutti i Centri Porsche d'Italia. L'online si conferma inoltre un canale chiave per intercettare un pubblico più giovane e per ampliare la base clienti.
- **Porsche Experience Center Franciacorta:** massima espressione del concetto di *brand experience*, il Porsche Experience Franciacorta ha ospitato più di 68.000 visitatori provenienti da 91 nazioni, organizzato oltre 600 eventi e offerto più di 25.000 esperienze di guida in tre anni. Dall'accoglienza alla ristorazione e alla relazione con i clienti, il PEC Franciacorta è ormai un punto di riferimento per i clienti e per tutti gli appassionati Porsche.
- **Porsche@CityLife:** nato come esperimento tutto italiano nel 2020, lo store milanese non solo

rappresenta la vetrina urbana del brand, ma ha inaugurato un nuovo modo di intendere la presenza del Marchio sul territorio, puntando sul valore relazionale piuttosto che transazionale. Un approccio innovativo che è risultato particolarmente attrattivo per gli interessati all'acquisto di prodotti elettrici, con il 40% delle vendite influenzate dallo store milanese riguardante vetture elettriche.

The Flat by Macan: arte gonfiabile nel cuore di Milano

Tra le iniziative più innovative del 2024, spicca The Flat by Macan, una location completamente gonfiabile inaugurata lo scorso ottobre a Milano, sede anche della conferenza stampa annuale di Porsche Italia.

Il progetto, ispirato dalla nuova Macan e dal suo riconoscibile colore Provence, è nato dalla collaborazione con Lux Entertainment, creatori del format di successo mondiale Balloon Museum, in occasione del lancio del SUV elettrico della Casa di Stoccarda.

“Con The Flat by Macan abbiamo voluto superare la nostra zona di comfort. Per un'auto non convenzionale, serviva un'iniziativa altrettanto dirompente” – commenta Innocenti. “Questo spazio innovativo, situato in una delle zone più vivaci di Milano, rappresenta appieno l'anima urbana di Macan. Dietro le porte d'ingresso, si apre un luogo che combina arte inFLATable, un ristorante, un cocktail bar e un club.”

40° anniversario di Porsche Italia

Porsche Italia si prepara a celebrare il suo 40° anniversario con una Market Edition speciale, realizzata in collaborazione con Ferragamo, icona della moda e del lusso italiano. La Market Edition, che incarna l'eccellenza artigianale e stilistica dei due brand, sarà limitata a quaranta 911 4 GTS e dodici Taycan 4S e verrà presentata nel corso dell'anno.

MEDIA ENQUIRIES



Giulia Olivari

Press & PR Manager Porsche Italia
+39 3407143414
giulia.olivari@porsche.it



Sofia Dona

+39 342 1872289
sofia.dona@porsche.it

Consumption data

Cayenne (WLTP)*: Fuel consumption combined: 11.7 – 10.7 l/100 km; CO₂ emissions combined: 265 – 242 g/km; CO₂ class: G

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO₂ emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO₂Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article

<https://newsroom.porsche.com/it/2025/azienda/Una-gamma-prodotti-rinnovata-e-focus-sulla-Client-Experience--cosi-Porsche-Italia-raggiunge-il-record-di-vendite-nel-2024.html>

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/493ac5af-ae23-49bb-80c3-bed5bb8e3149.zip>