



Porsche Italia: il 2023 è stato un anno di nuovi successi

06/02/2024 La filiale italiana della Casa di Stoccarda ha chiuso il 2023 con le vendite ancora in crescita: sono state consegnate 7.642 vetture, in aumento del 5% sull'anno precedente, riconfermando la posizione di terzo mercato singolo in Europa in termini di volumi.

Porsche Italia raccoglie i frutti di un altro anno straordinario. La filiale italiana della Casa di Stoccarda ha chiuso il 2023 con le vendite ancora in crescita: sono state consegnate 7.642 vetture, in aumento del 5% sull'anno precedente, riconfermando la posizione di terzo mercato singolo in Europa in termini di volumi.

«Siamo felici dell'ottimo risultato raggiunto da Porsche Italia nel 2023, un anno caratterizzato da un contesto macroeconomico e geopolitico sfidante, che ha influito anche sulla disponibilità dei nostri prodotti. Tuttavia, abbiamo conseguito ottimi risultati, a partire dal comparto elettrico, dove la nostra performance è stata superiore alla media del mercato nazionale grazie alle vendite di Taycan» – ha commentato **Pietro Innocenti, Amministratore Delegato di Porsche Italia** – «Guardiamo ora con fiducia al futuro: le opportunità di crescita della mobilità sostenibile nel segmento premium & luxury ci rendono infatti ottimisti per le vendite della nuova Macan a trazione completamente elettrica, appena lanciata».

Macan si conferma in testa, cresce il canale online

Anche nel 2023, Porsche Macan è stato il modello più richiesto con 3.267 consegne, mentre l'iconica 911 si attesta al secondo posto, con 1.718 unità consegnate. Completa il podio Cayenne, di cui è stata presentata la versione aggiornata nel 2023, con 1.376 unità. Si conferma in quarta posizione Taycan, il primo modello elettrico del marchio, con 587 consegne, a seguire la 718 con 388 e infine Panamera con 306, in leggero calo rispetto allo scorso anno ma in linea con l'attesa della terza generazione, presentata a novembre.

Anche la crescita delle vendite online è stata fonte di soddisfazione nel 2023 per Porsche Italia: i volumi sono aumentati infatti del 22% sull'anno precedente, per un totale di 557 vetture. Il canale digitale ha consentito inoltre di intercettare un target più giovane, con un'età media di ben sette anni inferiore rispetto al cliente tradizionale, e di avvicinare nuovi clienti al brand, col 78% degli acquirenti virtuali che non aveva mai posseduto una vettura Porsche in precedenza.

Una presenza sempre più capillare e di lusso sul territorio

I punti di contatto fisici restano fondamentali per la strategia di vendita di Porsche Italia, che, insieme alla rete di vendita, sta investendo ingenti risorse per continuare a fornire la migliore esperienza possibile al cliente, a partire da Destination Porsche, la nuova Corporate Architecture che prevede l'aggiornamento di tutti i Centri Porsche secondo nuovi standard stilistici, di accoglienza e di Customer Journey. Il piano di sviluppo prevede un investimento totale pari a 130 milioni di euro: l'obiettivo è che nei prossimi due anni l'80% della rete completi i lavori di ammodernamento, per arrivare al 100% entro il 2028.

Prosegue l'impegno per una transizione equilibrata verso l'elettrico

Porsche, che si è posta l'ambizioso obiettivo di superare l'80% di vetture nuove a trazione interamente elettrica nel 2030, è impegnata anche in Italia nel favorire una transizione equilibrata verso la mobilità sostenibile. Una promessa ribadita anche nelle scorse settimane con lancio della nuova Macan, che va così ad arricchire la gamma 100% elettrica affiancando Taycan.

Porsche Italia ha quindi sviluppato offerte specifiche per soddisfare le esigenze dei clienti interessati al passaggio all'elettrico. Si tratta di formule di leasing e noleggio che integrano soluzioni per la ricarica domestica, tramite wallbox, o presso i punti di ricarica pubblici.

A questo riguardo, la casa automobilistica sta anche sviluppando una propria rete di infrastrutture di ricarica: Porsche Charging Lounge, che vuole offrire ai clienti lo stile e la cura Porsche anche durante l'esperienza di ricarica. Anche l'Italia sarà parte integrante del piano di sviluppo di queste stazioni, di cui la prima è stata inaugurata nel 2023 a Bingen sul Reno, in Germania.

Il Porsche Experience Center Franciacorta a quota 50.000

È stato un anno di soddisfazioni anche per il Porsche Experience Center Franciacorta, che ha superato i 50.000 visitatori, di 78 nazionalità diverse, dall'apertura a settembre 2021. Sono oltre 400 gli eventi ospitati dalla struttura nel corso dei due anni, che sono andati ad aggiungersi all'ampia gamma di esperienze che includono anche le corse sulla pista di go-kart, lo shopping presso il negozio Porsche e le esperienze di degustazione presso il ristorante Speedster.

Il Porsche Experience Center Franciacorta, oltre ad essere un hub di eventi, promuove e ospita diverse iniziative di impegno sociale. Lo scorso anno le attività benefiche hanno spaziato dall'offerta di

esperienza di guida in pista per persone con disabilità motorie a una speciale giornata da co-piloti per un gruppo di ragazzi disabili della comunità di Castrezzato, fino al corso di autodifesa e guida sicura dedicato al pubblico femminile.

MEDIA ENQUIRIES



Giulia Olivari

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

Link Collection

Link to this article

<https://newsroom.porsche.com/it/ppdb/2024/02/porsche-italia-il-2023--stato-un-anno-di-nuovi-successi.html>

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/4a63b522-0a72-49a2-bf41-cf7deaaf5a71.zip>