



Porsche: crescita sostenibile nel 2020

19/03/2021 La casa di Zuffenhausen sfida la crisi ponendosi obiettivi ambiziosi

Porsche AG ha stabilito un nuovo record di ricavi nell'esercizio 2020: il suo valore è infatti arrivato a 28,7 miliardi di euro, superando di oltre 100 milioni di euro la cifra dell'anno precedente. Il risultato operativo è di 4,2 miliardi di euro. L'anno precedente si era attestato a 4,4 miliardi di euro al lordo delle voci straordinarie e a 3,9 miliardi di euro al netto delle stesse. Nel 2020, la Casa Automobilistica ha registrato un margine operativo del 14,6%, che rientra dunque all'interno dell'obiettivo strategico prefissato, nonostante la difficile situazione economica. Le ottime cifre del 2019 sono state quindi mancate di pochissimo, nonostante il fermo temporaneo della produzione. Complessivamente, Porsche ha consegnato oltre 272.000 vetture ai clienti di tutto il mondo, vale a dire solo il 3% in meno rispetto al record dell'anno precedente, il 2019. L'utile prima delle imposte è stato di 4,4 miliardi di euro, in aumento rispetto al 2019.

☒ L'esercizio 2020 è stato un successo per Porsche, nonostante le circostanze difficili", ha sottolineato Oliver Blume, presidente del Consiglio di Amministrazione di Porsche AG. "Quattro sono i fattori che

hanno determinato questo risultato: il fascino della nostra gamma di prodotti, i convincenti modelli elettrici, la forza innovativa del nostro marchio e la determinazione con cui abbiamo gestito la crisi". Sono stati consegnati più di 20.000 esemplari della Taycan, la prima sportiva di Porsche a trazione completamente elettrica. Questo la rende l'auto elettrica sportiva di maggior successo nella classe di appartenenza, come confermano peraltro gli oltre 50 premi internazionali assegnati a questo modello. La Taycan è stata inoltre definita 'l'auto più innovativa al mondo'. Porsche è sinonimo di un core business solido, di un approccio sostenibile, di responsabilità sociale e tecnologie innovative".

"Siamo molto orgogliosi dei nostri risultati", afferma Lutz Meschke, vicepresidente del Consiglio di Amministrazione e responsabile delle aree Finance e IT di Porsche AG. "Nonostante le numerose sfide, abbiamo realizzato il nostro obiettivo strategico, con un utile sulle vendite del 14,6%".

Secondo Lutz Meschke, il raggiungimento di tali cifre record nonostante la difficile situazione globale è stato possibile grazie a un sistema di gestione dei costi e della liquidità impostato con grande tempestività. "La nostra massima priorità durante la crisi era la liquidità. Dovevamo ridurre tutti i costi non assolutamente necessari". Porsche non ha mai perso di vista il suo obiettivo strategico a lungo termine. "Non abbiamo comunque lesinato sui temi che riguardano il nostro futuro. Procediamo dunque a ritmo sostenuto sulla trasformazione, la digitalizzazione e l'elettrificazione. Tentare di fare economia in queste aree si tradurrebbe molto rapidamente in una perdita di competitività. La nostra gestione dei costi e della liquidità ci ha fornito un punto di riferimento. Abbiamo tutelato il nostro business così da poter ripartire a pieno ritmo una volta superata definitivamente la crisi".

Messa a punto del programma di redditività

Con questo obiettivo, Porsche quindi ha perfezionato ancora una volta il suo ambizioso "Programma di redditività 2025". "Il nostro nuovo obiettivo è di migliorare il nostro risultato complessivo di 10 miliardi di euro entro il 2025, e di 3 miliardi di euro l'anno successivo", ha precisato Lutz Meschke. "La cosa più importante del nostro programma di redditività è che non si tratta solo di un piano di risparmio, ma anche di un programma di innovazione. Non è solo questione di tagliare i costi. Si tratta di ottimizzare in modo intelligente tutti i nostri processi e sviluppare nuove idee commerciali". In un contesto di mercato complesso, Porsche ha mantenuto il numero di dipendenti costante a circa 36.000. "Nessun dipendente deve preoccuparsi. Abbiamo concluso un accordo di garanzia del posto di lavoro che assicura l'impiego alla nostra squadra di base fino al 2030", ha spiegato Lutz Meschke. ❌Non stiamo tagliando nessun posto di lavoro e non stiamo eliminando nessuna filiale. Al contrario, stiamo investendo nei nostri dipendenti e nel nostro futuro. Tutto ciò sta dando i suoi frutti: Porsche ha aumentato ulteriormente la sua efficienza e ha abbassato la soglia di profitto. Da questa situazione, intendiamo conseguire il nostro obiettivo strategico di un utile sulle vendite del 15% anche nel 2021, nonostante la difficile situazione economica." Come negli anni precedenti, Porsche ha condiviso la ricchezza aziendale con i dipendenti. Per il 2020, il bonus volontario è pari a 7.850 euro.

Porsche punta alla carbon-neutrality entro il 2030

Per far fronte ai perduranti cambiamenti climatici, Porsche AG si è posta un altro obiettivo ambizioso:

"La sostenibilità è un elemento importante della nostra strategia 2030 e lo è in senso olistico: a livello economico, ecologico e sociale", ha dichiarato Oliver Blume. "Abbiamo lanciato un programma di decarbonizzazione globale con un obiettivo preciso in mente: Porsche punta a raggiungere la neutralità carbonica in tutta la catena del valore entro il 2030. Realizzeremo questo obiettivo evitando e riducendo sistematicamente le emissioni di CO2. Tutti i nostri impianti principali, come Zuffenhausen, Weissach e Lipsia, hanno raggiunto la neutralità climatica nel 2021. Abbiamo stanziato più di un miliardo di euro per la decarbonizzazione nei prossimi dieci anni. Abbiamo già tagliato il primo traguardo: la Taycan Cross Turismo, presentata in anteprima mondiale all'inizio di marzo, è infatti la prima vettura che resterà CO2-neutrale per tutto il ciclo di utilizzo."

Nel 2020, un terzo di tutte le Porsche consegnate in Europa era costituito da modelli completamente o parzialmente elettrici, mentre in tutto il mondo era il 17%. Nel 2025, la metà di tutte le nuove Porsche vendute avrà un motore elettrico; nel 2030, più dell'80% delle nuove vetture sarà elettrico.

Per Porsche, anche le azioni di responsabilità sociale rientrano nell'ambito della gestione sostenibile. Per questo motivo, durante la pandemia la Casa Automobilistica ha lanciato il programma "Porsche helps", che ha visto moltissimi dipendenti dedicare tempo o donare fondi a progetti di beneficenza. Per alleviare gli effetti della pandemia, Porsche ha aumentato di 5 milioni di euro le sue donazioni di fondi, mentre sono state raddoppiate quelle di derrate ai Banchi Alimentari.

Eccellenti livelli di consegne

Per quanto riguarda le consegne, Porsche ha beneficiato del suo forte posizionamento globale. Il numero di auto sportive consegnate ai clienti è rimasto sostanzialmente stabile. La domanda maggiore è stata quella di Cayenne, con 92.860 unità consegnate, in aumento dell'1% rispetto all'anno precedente. Nel 2020 sono state consegnate complessivamente 20.015 Taycan, nonostante la chiusura degli stabilimenti di sei settimane in primavera che ha coinciso con l'inizio della produzione del nuovo modello e con numerose anteprime di mercato. La Cina rimane il principale mercato per la Casa: Porsche ha consegnato 88.968 vetture ai clienti cinesi nel 2020, registrando un incremento del 3% rispetto al 2019. La crescita è stata complessivamente positiva anche nelle regioni dell'Asia-Pacifico, del Medio Oriente e dell'Africa, con 121.641 auto consegnate nel 2020. Si tratta di un aumento del 4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Porsche ha venduto in totale 80.892 automobili in Europa e 69.629 in America.

Maggiori informazioni, filmati e materiale fotografico sono disponibili nella Porsche Newsroom: newsroom.porsche.com

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/2021/03/porsche-crescita-sostenibile-nel-2020.html>

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/55bb78d2-d7cb-4689-aea5-a5782339d0ed.zip>