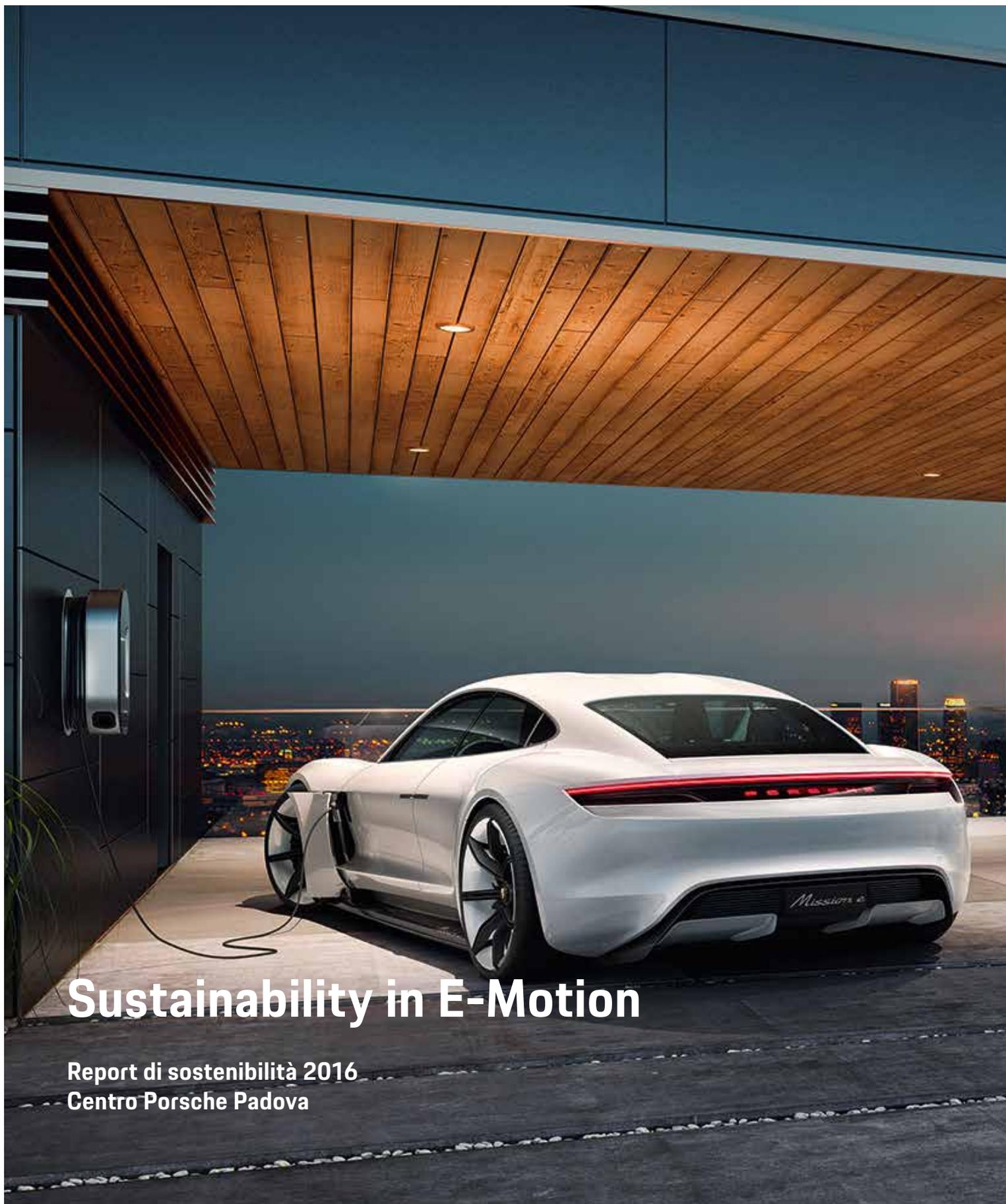




PORSCHE



Sustainability in E-Motion

Report di sostenibilità 2016
Centro Porsche Padova

Indice

Lettera agli stakeholder	5
Highlights della sostenibilità	6
1. Il percorso della sostenibilità	7
1.1. Gli obiettivi della sostenibilità di Centro Porsche Padova	7
1.2. I riferimenti metodologici	8
1.3. Il dialogo con gli stakeholder	9
1.4. L'analisi di materialità	10
2. L'identità aziendale	14
2.1. Il mondo Porsche	14
2.2. Il Centro Porsche Padova	14
2.3. La correttezza e il rispetto per le regole	16
2.4. L'innovazione organizzativa	17
3. La creazione del valore	19
4. La customer centricity	20
4.1 I prodotti: le auto di oggi e di ieri	21
4.2 La qualità e la sicurezza	23
4.3 L'innovazione sostenibile: la auto di domani	23
4.4 Il servizio al cliente	25
4.5 La customer satisfaction	26
4.6 La comunicazione affidabile e trasparente	28
5. Le persone del centro porsche padova	29
5.1 Il profilo dei dipendenti e dei collaboratori	29
5.2 La salute e sicurezza sul lavoro	30
5.3 L'importanza della formazione	31
5.4 L'employee care	32
6. L'ambiente e le relazioni sul territorio	33
6.1 I fornitori del centro porsche padova	33
6.2 La responsabilità ambientale diretta	33
6.3 Le relazioni con la comunità	34
Tabella di correlazione GRI-G4	35



Cristina Mezzanotte
Direttore Generale

Elena Coletto
Responsabile CRM

Gabriella Acciarito
Responsabile Marketing

Massimo Plutino
Responsabile Post-Vendita

Rossano Zara
Responsabile Vendite Usato

Marco Zuin
Responsabile Amministrativo

CarloAlberto Beggiato
Responsabile Vendite Nuovo

Lettera agli Stakeholder

Questo è il terzo anno in cui il Centro Porsche Padova redige il Report di sostenibilità: quella che inizialmente era una scommessa è oggi diventata una pratica consolidata con cui programmare la nostra crescita sostenibile.

Abbiamo intrapreso questo percorso, in linea con l'impegno assunto da Porsche AG, nella convinzione che la sostenibilità rappresenti l'elemento cardine su cui sviluppare relazioni solide con gli stakeholder, basate su fiducia e responsabilità, e che sia la sola modalità per "crescere insieme" creando valore condiviso.

Il Report di Sostenibilità rappresenta un'importante occasione per alimentare il confronto; per questo, durante la redazione di questa edizione del Report, abbiamo costruito uno specifico momento di ascolto dei nostri interlocutori, convinti che rappresentino uno stimolo indispensabile per comprendere le direttrici su cui concentrare il nostro impegno. Per ogni tema strategico e in grado di produrre impatti economici, sociali e ambientali rilevanti per il Centro Porsche Padova, abbiamo raccolto le opinioni di dipendenti, clienti, fornitori, Enti e comunità locali, al fine di conoscere la loro prospettiva su queste tematiche.

E grazie al loro contributo, abbiamo individuato gli ambiti di impegno che rappresentano gli obiettivi per lo sviluppo della concessionaria: lavoreremo ancora per migliorare la customer experience e diventare un centro di eccellenza nella gestione del personale nonché strumento a supporto dello sviluppo del territorio.

La capacità di offrire un servizio di eccellenza si basa sulla professionalità e la formazione dei nostri dipendenti, ma anche sullo sviluppo di relazioni professionali col territorio e con i partner commerciali funzionali alla crescita di competenze, capacità e talenti.

Vogliamo farlo, gestendo al meglio le risorse a disposizione, nel rispetto del contesto ambientale e sociale in cui operiamo, e consapevoli che, per essere eccellenti, occorrono trasparenza gestionale, impegno verso le persone e qualità nelle cose che facciamo.

Solo così potremo consolidare il successo dell'impresa nel tempo e traguardare nuovi futuri obiettivi per la crescita sostenibile.

Cristina Mezzanotte

Direttore Generale
Centro Porsche Padova

... "crescere insieme"
creando valore
condiviso.

Highlights della Sostenibilità

6

I numeri chiave realizzati dal Centro Porsche Padova, anche per il 2016, sono molto positivi ed esprimono l'impegno della Concessionaria nella creazione di valore condiviso: l'impegno alla crescita dell'impresa deve al contempo generare condizioni di sviluppo per i dipendenti, i fornitori e gli attori del territorio, e al contempo migliorare la soddisfazione dei clienti e ridurre gli impatti ambientali generati con la propria attività.

AMBITO DI IMPEGNO	Tema	2014	2015	2016
Responsabilità economica	Ricavi in migliaia di Euro	36.815,80 €	43.236,20 €	44.856,80 €
	Occupazione (dipendenti e agenti)	31	30	33
	Numero di fornitori	104	111	106
	Valore economico distribuito in migliaia di Euro	36.382,80 €	42.497,80 €	44.000,20 €
Responsabilità ambientale e sociale	Certificazione Sicurezza	Sistema di Gestione per la salute e la sicurezza del lavoro conforme alle linee guida UNI-INAIL		
	Certificazione SGA	Sistema di Gestione per l'Ambiente (SGA) in conformità con lo standard ISO 14001:2004		
Impegno verso i clienti	Servizi forniti	Assistenza all'acquisto di vetture nuove e usate Servizio di After-sales Officina altamente specializzata		
	Sicurezza stradale	Possibilità di apprendere le migliori tecniche di guida con il supporto dei piloti professionisti della Porsche Driving School (almeno 15 clienti iscritti nel corso del 2016)		
Impegno verso la comunità	Giovani talenti locali	Collaborazione con il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia e promozione di una borsa di studio per una tesi di Laurea Magistrale sui temi della sostenibilità		
		Undici giovani under 30 che hanno svolto uno stage in Centro Porsche Padova negli ultimi due anni, di cui: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 6 sono stati assunti tra Concessionaria, Porsche Italia, Porsche Financial Italia; ▪ 5 che grazie a questa esperienza hanno trovato lavoro dopo lo stage. 		
	Percentuale di forniture da imprese locali	26,0%	25,9%	26,0%

1. Il Percorso della Sostenibilità

La sostenibilità per un Gruppo come Porsche che produce vetture sportive esclusive è un fattore determinante per il proprio successo e sintetizza la continua tensione verso l'eccellenza. Le prestazioni dipendono dalla capacità di pensare e, di conseguenza, di agire in modo sostenibile. Chiunque voglia mantenere prestazioni elevate nel tempo, infatti, deve saper gestire con attenzione le risorse naturali, tecnologiche e umane e prendersene adeguata cura.

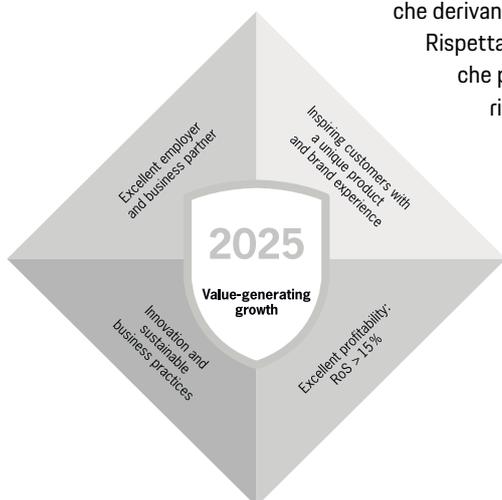
L'attenzione alla sostenibilità fa parte dell'impegno del Gruppo Porsche a tutti i livelli, come è evidenziato dagli obiettivi strategici di Porsche AG 2025, in cui la sostenibilità rappresenta uno dei pilastri per la creazione del valore nel lungo periodo:

- **Brand strategy**, affermare pedissequamente il proprio brand a livello di immagine e, soprattutto, di contenuto, nel rispetto dell'"Intelligent Performance";
- **Product strategy**, coniugare le nuove frontiere tecnologiche dell'E-mobility con il rispetto dei valori tradizionali di macchine sportive che questa casa automobilistica incarna;
- **Digital transformation**, adeguare i propri prodotti, processi, network e valori agli impulsi di trasformazione tecnologica di cui si vuole raggiungere l'eccellenza;
- **Power of innovation**, porre attenzione a livello innovativo sia per i propri clienti che, internamente, per la propria azienda così da rappresentare un benchmark per i competitors;
- **Flexibility and Scalability**, essere in grado rispondere sempre alle richieste del mercato, in maniera tempestiva e soddisfacente, nel rispetto delle proprie capacità strutturali e di performance;
- **Sustainability**, gestire le risorse a disposizione, nel rispetto del contesto ambientale e sociale in cui si opera.

1.1. Gli Obiettivi della Sostenibilità di Centro Porsche Padova

Gli obiettivi della sostenibilità del Centro Porsche Padova, in linea con quelli di Porsche AG, rappresentano il motore per il cambiamento. In particolare, fanno riferimento a quattro aree di attività identificate come prioritarie.

- **Excellent employer and business partner**, per la costruzione del proprio successo attraverso la professionalità e la formazione dei dipendenti, l'attenzione all'equilibrio tra vita privata e lavoro, la performance di tutti i business partner con cui si collabora e nello sviluppo di relazioni professionali funzionali alla crescita di competenze, capacità e talenti, nel rispetto del principale obiettivo aziendale ovvero offrire un servizio di eccellenza.
- **Inspiring customers with unique product and brand experience**, per il rafforzamento dell'unicità dell'"esperienza Porsche" per il cliente, nell'intento di combinare e trasmettere il valore dello spirito tradizionale del brand con le nuove frontiere della tecnologia e dell'E-mobility. Il fine è quello di consolidare i legami commerciali attraverso un prodotto e un servizio unici, un'esperienza d'acquisto esclusiva e un'assistenza altamente qualificata e disponibile.
- **Innovation and sustainable business practices**, per coniugare obiettivi di efficienza ed efficacia con l'attenta adozione di pratiche sostenibili a livello ambientale, sociale ed etico. Cercare sempre di crescere e innovarsi in quelle che sono le best practices di settore, facendo sì che i temi di sostenibilità siano motore e propulsore di un'esperienza di servizio in continuo miglioramento per il cliente e per tutti gli stakeholder, nel lungo periodo. Contribuire alla promozione della sostenibilità ambientale, esaltando i benefici che derivano dall'utilizzo di veicoli ibridi e richiamando particolare enfasi sugli impatti ambientali. Rispettare quel principio interno di "Intelligent Performance" per il quale si ha la consapevolezza che per mantenere prestazioni elevate nel tempo si deve saper gestire accuratamente le risorse tecnologiche, umane e ambientali a disposizione.



- **Excellent profitability**, mantenere una posizione di elevata solidità economica, funzionale a preparare un terreno fertile per una continua crescita e creazione di valore. Valore generato non solo per la propria attività, ma che sia utile per i clienti, i lavoratori e il territorio nel quale l'impresa lavora. Per investire in un'assistenza sempre più performante rivolta alla soddisfazione di tutti gli stakeholder. Accrescere il proprio contributo verso il raggiungimento degli obiettivi strategici di Gruppo, con un'attenzione particolare ai temi della sostenibilità e proseguendo nella rendicontazione delle proprie performance a garanzia della trasparenza, è fondamentale per il Centro Porsche Padova. Gli impegni di Gruppo si declinano per la Concessionaria nell'analisi attenta del proprio operato, nella consapevolezza che per essere competitivi e rappresentare una risorsa per il territorio occorrono determinazione, rispetto e lungimiranza.

Per queste ragioni il Centro Porsche Padova ha costruito il proprio Piano di Azioni 2017-2018, in coerenza con gli obiettivi del Porsche AG.

8

PIANO DEL CENTRO PORSCHE PADOVA 2017-2018				
Ambito strategico	Obiettivo	Azione	Avvio	Target
Strongest brand	Intraprendere nuovi percorsi di marketing per far conoscere la professionalità del personale e i servizi innovativi del Centro Porsche Padova	Intensificazione delle attività sui social (campagne di digital marketing)	II° semestre 2017	I° semestre 2018
Business excellence	Sviluppare nuove competenze nel retail, sviluppando adeguati profili professionali	Erogazione di corsi di formazione per lo sviluppo di competenze digital	2017	Metà 2018
Customer excitement	Sviluppare e avviare servizi premium	Rilancio dell'approccio "30 e lode" sul personale della concessionaria, con attività dedicate per rendere unica la "customer journey"	I° semestre 2017	Fine 2017
New business exploration	Introdurre nuove tipologie di accessibilità finanziaria per dare maggiore flessibilità e possibilità di scelta al cliente (ad es. leasing che di accesso a due modelli Porsche)	Studio di fattibilità dell'investimento necessario	2017	Fine 2017
	Avviare l'analisi dei requisiti e dei fabbisogni a livello di infrastrutture per garantire adeguate prestazioni successive al lancio di Porsche "Mission-E", la vettura ad alimentazione completamente elettrica	Sopralluogo tecnico e verifica dei costi necessari per implementazione e adeguamento delle infrastrutture, al fine di installare le colonnine di ricarica di energia elettrica per i clienti che acquisteranno la "Mission-E"	2017	2018
Marketing Exploitation	Migliorare la visibilità di servizi e prezzi per migliorare il posizionamento di mercato del Brand	Aggiornamento delle analisi di geomarketing, per individuare le aree con maggior potenziale Raccolta e analisi delle recensioni ed esperienze negative presso il Centro Porsche Padova da parte dei clienti per intraprendere azioni di miglioramento.	2017	2018

1.2. I Riferimenti Metodologici

Con l'intento di proseguire il suo impegno verso la trasparenza, Centro Porsche Padova pubblica quest'anno la terza edizione del Report di Sostenibilità, che segue le indicazioni dello Standard del Global Reporting Initiative GRI-G4. In base all'attuale copertura degli indicatori associati agli aspetti material e riepilogati nella tabella di correlazione finale, il livello di aderenza alle Linee Guida GRI-G4 è "in accordance - core".

Per ciò che attiene l'identificazione e l'ascolto degli stakeholder sono state impiegate le indicazioni dello Standard Internazionale AA1000–Stakeholder Engagement Standard, che supporta

metodologicamente lo stakeholder engagement, perché sia svolto in accordo con le tematiche rilevanti e strategiche per l'impresa. Per la redazione del report, il Centro Porsche Padova ha avviato una collaborazione con il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia, promuovendo annualmente una borsa di studio per la stesura di una tesi di Laurea Magistrale con tema: il Report di Sostenibilità e l'analisi dell'impatto sulla performance economico-finanziaria.

L'idea alla base della costruzione del Report di Sostenibilità è quella di comunicare come il Centro Porsche Padova opera in coerenza

con i suoi valori e principi, focalizzandosi sugli aspetti prioritari per l'organizzazione e i suoi stakeholder.

Oltre ad essere un mezzo di comunicazione, il Report è uno strumento volto a monitorare le performance non solo del business, ma di tipo etico e sociale, con l'obiettivo di pianificare azioni complessive di miglioramento. Ciò in quanto "essere sostenibili" per Centro Porsche Padova non significa solamente essere in grado di mantenere un livello alto e durevole delle proprie performance, ma significa anche essere in grado di assumersi una responsabilità sui temi di tipo ambientali e sociali lungo tutta la catena del valore: dall'offerta dunque di un servizio basato su professionalità e precisione, al rispetto dell'ambiente e della comunità in cui l'azienda è inserita.

I dati contenuti nel Report sono riferiti all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2016, salvo ove diversamente indicato. Per fornire un confronto con il passato e favorire la piena comprensione dei trend, i dati dell'ultimo anno sono stati messi a confronto con quelli degli esercizi 2014 e 2015 ove disponibili.

Le informazioni riportate all'interno del documento non sono state verificate da parte di un soggetto esterno a Centro Porsche Padova.

Per una più ampia comprensione dei temi affrontati e per informazioni e approfondimenti sulle tematiche e gli indicatori riportati nel documento, è possibile far riferimento alla Dott.ssa Cristina Mezzanotte, Direttore Generale del Centro Porsche Padova (cristina.mezzanotte@porsche.it /+39 049 8292803).

9

1.3. Il Dialogo con gli Stakeholder

Gli stakeholder di un'azienda rappresentano tutte le entità e le persone che sono influenzate in modo significativo dalle attività, dai prodotti e dai servizi dell'organizzazione, e che a loro volta hanno il potere di influenzarne le scelte, attraverso le proprie azioni e decisioni. Per il Centro Porsche Padova è di fondamentale importanza mantenere un dialogo aperto e costruttivo con tutti i propri stakeholder, in maniera tale da rispondere alle diverse esigenze in un'ottica di continuo miglioramento.

Per garantire lo stakeholder engagement il primo passo è stato quello di creare una mappa delle relazioni rilevanti per il Centro Porsche Padova. Grazie ad un processo di analisi delle attività e del contesto in cui opera l'impresa, nonché con il coinvolgimento del Management, sono dunque stati identificati gli stakeholder della Concessionaria.

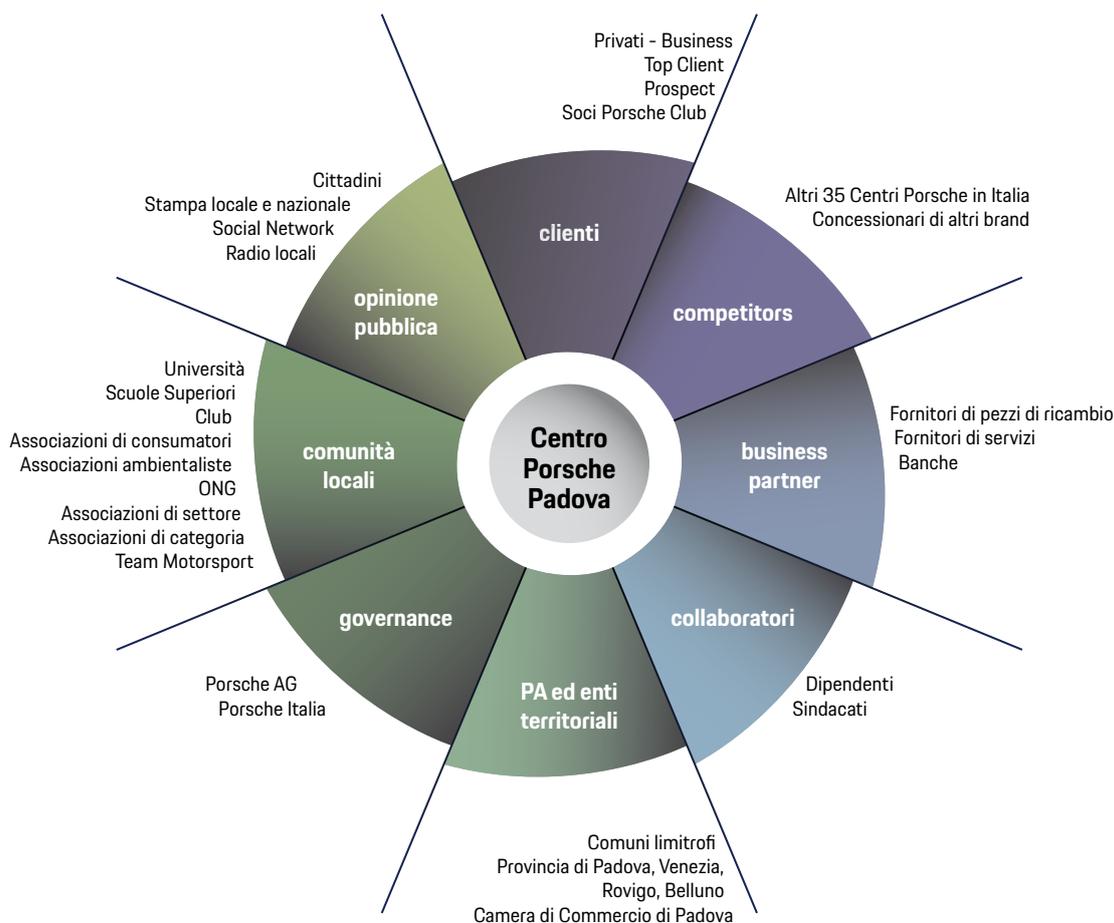


Figura 1 - Mappa degli stakeholder di Centro Porsche Padova

Il Centro Porsche Padova ha da tempo strutturato momenti di ascolto delle principali categorie di stakeholder, attraverso indagini di customer satisfaction, rassegna stampa, indagini di clima aziendale e report settoriali, tutti strumenti in grado di restituire il quadro delle istanze dei principali portatori di interesse all'azienda.

1.4. L'Analisi di Materialità

10 La redazione del Report di Sostenibilità del Centro Porsche Padova si fonda sull'analisi di Materialità che permette di identificare quali sono i temi considerati più rilevanti sia per Centro Porsche Padova che per i suoi stakeholder. Sono, infatti, considerati "material" tutti quegli aspetti economici, sociali e ambientali dell'attività d'impresa, che hanno un impatto sulle decisioni strategiche e sulle performance di breve, medio e lungo periodo e che vengono al contempo considerati prioritari nelle decisioni e valutazioni dei vari stakeholder.

In continuità con il Report di Sostenibilità dell'anno precedente, il Centro Porsche Padova ha ripreso i temi material già identificati per sottoporli nuovamente a valutazione. In particolare il processo di engagement si è sviluppato in due momenti:

- **la valutazione dei temi da parte del Centro Porsche Padova**, attraverso interviste strutturate dirette al Management della Concessionaria. È stato in questo modo possibile valutare la rilevanza dei temi rispetto alle strategie e agli impegni per lo sviluppo definiti dal Centro Porsche Padova.
- **la valutazione dei temi da parte degli stakeholder dell'impresa**, prodotta attraverso una survey strutturata, somministrata online ad un campione di 54 portatori di interesse appartenenti alle diverse categorie di stakeholder.

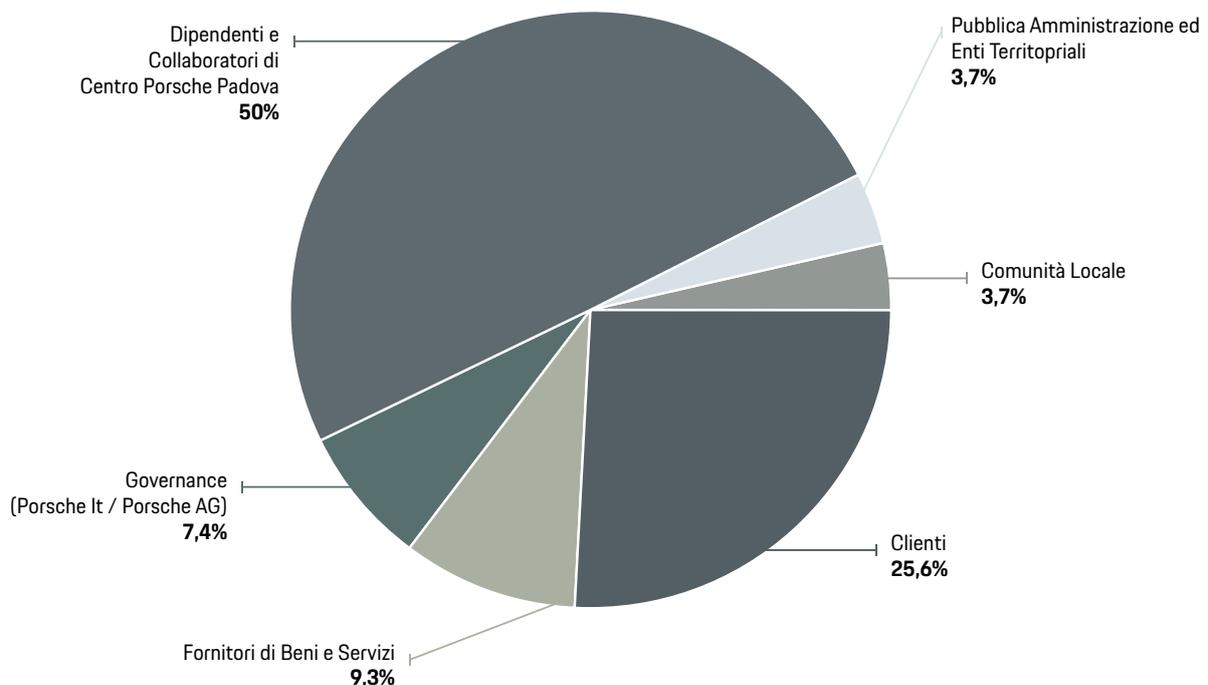


Figura 2 – Percentuali dei rispondenti per le diverse categorie di stakeholder coinvolte

Il risultato del processo di ascolto è dato dall'aggiornamento della matrice di materialità riportata nel presente Report, in cui compaiono:

- **la rilevanza per l'azienda** in base all'impatto che i temi hanno sul business in termini di rischi e opportunità di breve, medio e lungo termine;
- **la rilevanza percepita dagli stakeholder**, rispetto ai propri interessi e alle proprie aspettative nella relazione con l'azienda.

La soglia di rilevanza dei temi è stata fissata in un valore pari a 3,5 su entrambi gli assi (su una scala di valutazione da 1 a 5).

Per il periodo, sono emersi **16 i temi "material"**, di seguito rappresentati nel quadrante alto a destra della Matrice; i temi sono approfonditi e rendicontati nelle diverse sezioni del presente Report.

Matrice di materialità 2016

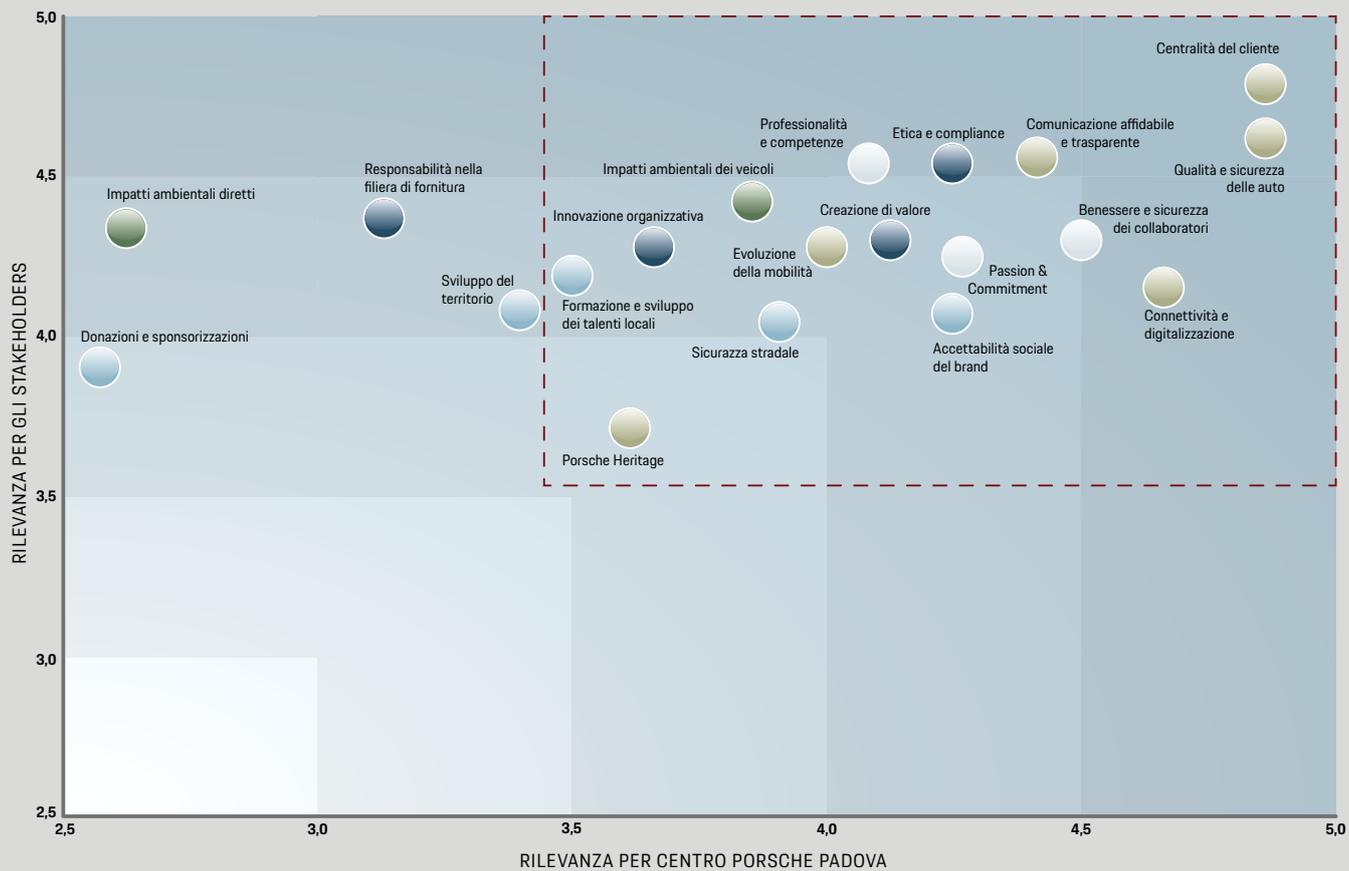


Figura 3. Matrice di materialità del Centro Porsche Padova



Temi "Material"	Descrizione
Centralità del cliente	Offrire un'esperienza unica al cliente del Centro Porsche Padova, attraverso un'assistenza personalizzata che ne soddisfi a pieno le esigenze e renda esclusiva nelle sue configurazioni ogni vettura Porsche
Qualità e sicurezza delle auto	Essere un punto di raccordo tra Porsche AG e i clienti, quale garante degli alti standard di qualità e di sicurezza delle auto da sempre associati al brand
Comunicazione affidabile e trasparente	Comunicare le caratteristiche delle auto in modo trasparente e perseguire un dialogo aperto con gli stakeholder
Benessere e sicurezza dei collaboratori	Prestare la massima attenzione alla qualità della vita in azienda, alla sicurezza, alla tutela dei diritti dei lavoratori, alla valorizzazione delle diversità e alle pari opportunità
Connettività e digitalizzazione	Impegno del Centro Porsche Padova a orientare il cliente verso la trasformazione digitale di prodotto, diffondendo i nuovi sviluppi tecnologici e di connettività e i conseguenti vantaggi per il cliente stesso
Etica e compliance	Promuovere una cultura della legalità, della prevenzione dei rischi e dell'etica a tutti i livelli, anche attraverso il modello di governance basato sull'integrità e la trasparenza dei comportamenti
Professionalità e competenze	Sviluppare le professionalità e le competenze delle persone di Centro Porsche Padova a tutto tondo
Passion & Commitment	Promuovere la partecipazione, il senso di squadra e il dialogo con i dipendenti
Creazione di valore	Contribuire al raggiungimento degli obiettivi di Porsche Italia e Porsche AG e continuare a creare valore, per tutti gli stakeholder
Accettabilità sociale del brand	Promuovere la vicinanza del brand Porsche al territorio, diffondendone i valori chiave della sicurezza e della legalità, e favorendone una più ampia accessibilità attraverso la vendita delle vetture usate e degli articoli a marchio Porsche
Evoluzione della mobilità	Attenzione del Centro Porsche Padova a cogliere le esigenze della mobilità moderna espressa dal cliente, legate all'evoluzione tecnologica e al cambiamento delle abitudini di trasporto delle persone
Impatti ambientali dei veicoli	Impegnarsi per la diffusione dei modelli Porsche più innovativi e a minor impatto in termini di emissioni, giocando un ruolo nell'aumento della consapevolezza dei clienti su questi temi
Sicurezza stradale	Impegno di Centro Porsche Padova per promuovere l'educazione e la sensibilizzazione in tema di sicurezza stradale tra i clienti e nella comunità
Innovazione organizzativa	Stimolare l'innovazione all'interno dell'azienda grazie alla partecipazione a progetti che hanno come scopo il miglioramento dei processi di business
Porsche Heritage	Valorizzare la storia del marchio Porsche attraverso l'offerta di vetture Classic (auto d'epoca)
Formazione e sviluppo dei talenti locali	Partnership con scuole tecniche e università per la formazione dei giovani sul territorio

Per ogni tema "material" è stato identificato il perimetro entro cui si generano gli impatti che rendono ciascuna tematica rilevante, considerando sia gli impatti all'interno del perimetro dell'organizzazione, sia gli impatti all'esterno dell'organizzazione.

PERIMETRO DELL'ASPETTO		
Tema material	Interno	Esterno
Centralità del cliente	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance
Qualità e sicurezza delle auto	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance
Comunicazione affidabile e trasparente	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance Opinione pubblica / PA e enti territoriali Comunità locali Collaboratori
Benessere e sicurezza dei collaboratori	Centro Porsche Padova	Collaboratori / Business partner / Governance
Connettività e digitalizzazione	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance / Collaboratori
Etica e compliance	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance Opinione pubblica / PA e enti territoriali / Comunità locali
Professionalità e competenze	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance / Collaboratori
Passion & Commitment	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance / Collaboratori
Creazione di valore	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance Opinione pubblica / PA e enti territoriali Comunità locali / Competitors / Collaboratori
Accettabilità sociale del brand	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance Opinione pubblica / PA e enti territoriali Comunità locali / Competitors / Collaboratori
Evoluzione della mobilità	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner Governance / Collaboratori
Impatti ambientali dei veicoli	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance Opinione pubblica / PA e enti territoriali / Comunità locali
Sicurezza stradale	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner / Governance Opinione pubblica / PA e enti territoriali / Comunità locali
Innovazione organizzativa	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner Governance / Collaboratori
Porsche Heritage	Centro Porsche Padova	Clienti / Business partner Governance / Collaboratori
Formazione e sviluppo dei talenti locali	Centro Porsche Padova	Business partner / Governance / Opinione pubblica PA e enti territoriali / Comunità locali / Collaboratori

2. L'IDENTITÀ AZIENDALE

2.1. Il Mondo Porsche

14

Il Centro Porsche Padova è una società controllata da Porsche Italia S.p.A., azienda appartenente al gruppo multinazionale Dr. Ing. H.c. F. Porsche Aktiengesellschaft (abbreviato "Porsche AG") di cui fanno parte anche Porsche Financial Service Italia, Porsche Consulting, Porsche Design e Nardò Technical Center.

Porsche AG rappresenta ad oggi la casa automobilistica produttrice di vetture sportive più grande e con la tradizione più ricca al mondo. Fondata da Ferdinand Porsche il 25 Aprile 1931 a Stoccarda, mantiene la sua sede centrale in Germania, paese di fondazione, e si disloca in una sede per la ricerca e sviluppo a Lipsia.

Porsche Italia S.p.A., prima come operatore indipendente, poi dal 1986, come società controllata al 100% da Porsche AG, opera

come importatore esclusivo delle auto per il mercato italiano, curandone la commercializzazione, la distribuzione, e la successiva manutenzione, attraverso due concessionarie dirette (Centro Porsche Padova e Porsche Haus di Milano) e una rete di operatori indipendenti, oltre che tramite officine ufficiali Porsche dislocate sull'intero territorio italiano.

Il Centro Porsche Padova è una società unipersonale interamente controllata da Porsche Italia e da oltre 18 anni rappresenta un punto di riferimento per circa 4.000 clienti nelle province di Padova, Venezia, Rovigo e Belluno nella vendita di vetture nuove, usate e ricambi originali Porsche, così come nella manutenzione e la cura dell'auto, grazie alla sua officina interna.

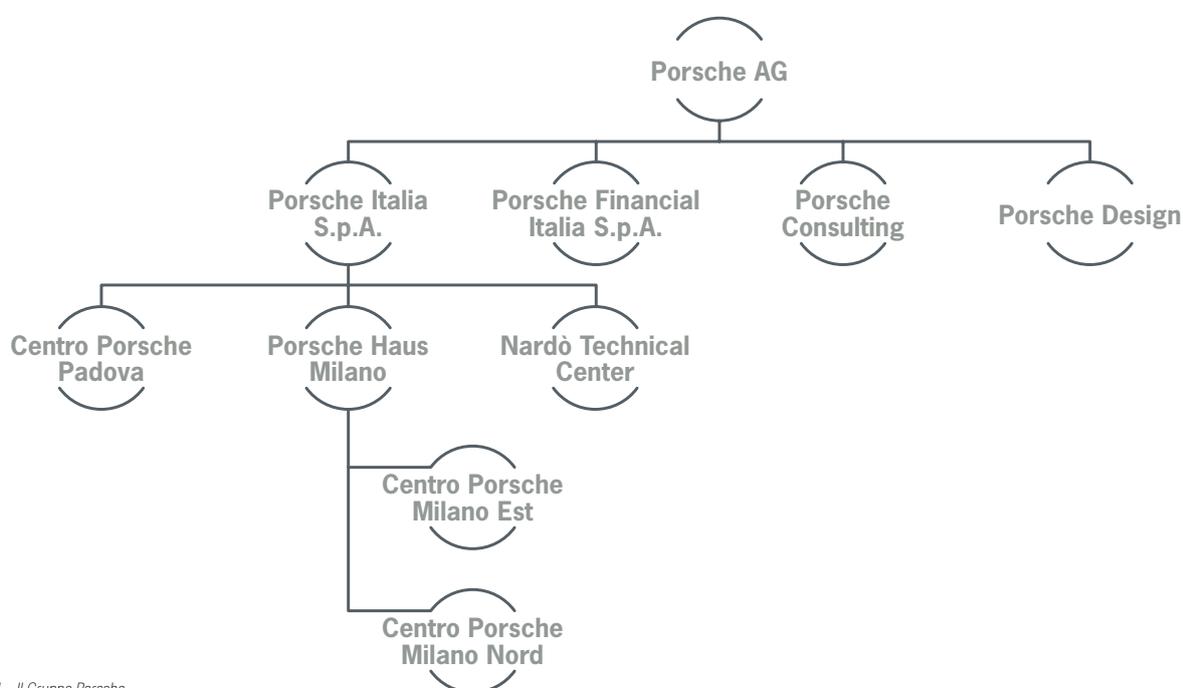


Figura 4 - Il Gruppo Porsche

2.2. Il Centro Porsche Padova

Centro Porsche Padova S.r.l. è una delle due concessionarie dirette di Porsche Italia dedicata alla vendita e assistenza dei nuovi modelli di autovettura Porsche, esposti e messi a disposizione della clientela per prove su strada, che dell'usato. Tra i vari servizi di "experience", il Centro offre servizi di assistenza meccanica e di sostituzione e reperibilità dei ricambi originali. Si occupa dunque di garantire la messa a punto di qualunque modello, la tutela del valore d'acquisto e la valorizzazione del piacere di guida. Centro Porsche Padova è, infatti, sinonimo di conoscenza tecnica aggiornata e solida competenza di gestione del processo di acquisto, di permuta e manutenzione programmata, rigorosamente conformi agli standard Porsche.

La mission aziendale, in linea con quella di Porsche AG, è basata sull'offerta di un servizio personalizzato, altamente professionale e

competente con il fine di alimentare e consolidare relazioni via via più marcate e durature con una clientela sempre più numerosa e appassionata.

La miglior scelta per raggiungere standard elevati di qualità in termini di prestazioni, manutenzione e mantenimento del valore nel lungo periodo della propria vettura.

Centro Porsche Padova si radica nel suo territorio come punto di raccordo tra i propri clienti, i fornitori e la Capogruppo Porsche AG. Con l'intento di trasmettere l'esperienza valoriale del marchio Porsche, offre un servizio preciso ed efficiente, avvalendosi proattivamente di collaborazioni specializzate con imprese locali che forniscono lavori di carrozzeria, prodotti chimici per la manutenzione delle auto, tappezzerie, utensileria e trasporto vetture.

Storia

Il Centro Porsche Padova come è oggi, è costituito nel 1999, come società unipersonale interamente posseduta da Porsche Italia S.p.A., con l'intento di essere una delle concessionarie dirette del marchio. Già nel 1996 però a Padova vi era un altro concessionario, non gestito dalla già presente Porsche Italia e che, autonomamente, svolgeva per Porsche AG un ruolo di importatore auto e assistenza per i clienti. Porsche Italia, con l'intento di predisporre una ristrutturazione della rete di concessionari su tutto il territorio nazionale, nel 1997 avvia la progettazione e l'installazione di un

centro che possa fungere da standard di riferimento per tutti gli altri, a livello nazionale. L'obiettivo era quello di creare una struttura autonoma, altamente professionale in grado di intermediare nella vendita del nuovo e usato e nell'assistenza completa al cliente, approntando un'officina ancora più attrezzata (potenziata ulteriormente nel 2007).

Così si giunge in pochi anni alla struttura societaria attuale, con l'acquisizione del controllo della Concessionaria da parte di Porsche Italia.

La Governance

La gestione del Centro Porsche Padova è affidata al Consiglio di Amministrazione, di cui il Dott. Pietro Innocenti, Direttore Generale di Porsche Italia, ne è Presidente, mentre la carica di Consigliere Delegato è in capo al Dott. Marco Trinco. Il capitale sociale di Centro Porsche Padova al 31 dicembre 2016 è pari a €60.000 interamente versato e detenuto al 100% da Porsche Italia. Il controllo è esercitato dal Collegio Sindacale composto da tre

sindaci effettivi, il Presidente, Dott. Andrea Vittorio Andriotto, il Dott. Paolo Colombo e Dott. Gian Luca Tognon, più due sindaci supplenti, il Dott. Enrico Ranzi e il Dott. Francesco Santinello. L'organizzazione del Centro Porsche Padova vede la presenza di una Direzione Generale e di quattro Aree funzionali: Vendite Nuovo, Amministrazione, Vendite Usato e Post-Vendita. Sono inoltre presenti due funzioni di staff, la Direzione Marketing/CRM e la Reception/Servizi Generali.

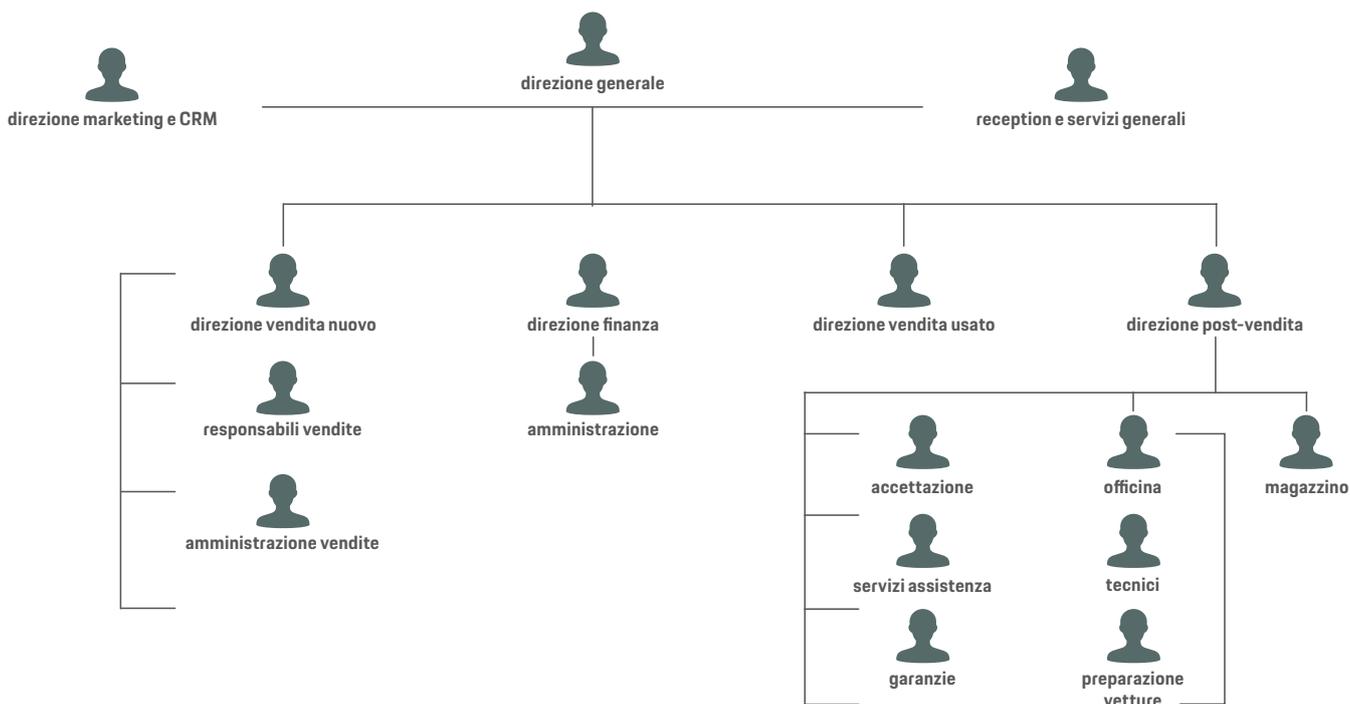


Figura 5 - Centro Porsche Padova

2.3. La correttezza e il rispetto per le regole

16

La trasparenza, la correttezza nelle relazioni e il pieno rispetto della legalità sono i principi inderogabili per tutti coloro che operano e collaborano con il Centro Porsche Padova.

Per queste ragioni, il Centro Porsche Padova si è dotato alla fine del 2011 di un Modello Organizzativo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, idoneo a prevenire il rischio del compimento di illeciti da parte di dipendenti e collaboratori e a garanzia della correttezza nelle relazioni con i terzi, che si affianca alle disposizioni indicate nel Codice di Compliance del Gruppo Porsche.

Tra le componenti del Modello 231, al fine di garantire l'etica dei comportamenti lungo tutta la catena del valore, Centro Porsche Padova ha adottato un Codice Etico. I destinatari del Codice sono tutti i dipendenti di Centro Porsche Padova S.r.l. con qualsivoglia funzione e qualifica. Pertanto chiunque collabori o entri in relazione con l'azienda è tenuto a rispettare valori e principi così come indicati nel Codice.

I principi dettati dal Codice Etico vengono inoltre estesi a tutti i fornitori di Centro Porsche Padova, i quali sono tenuti a rispettarli e ad agire in conformità con le norme sulla sicurezza, al fine di ottenere la pre-qualifica necessaria a diventare partner dell'azienda. Per garantire il pieno rispetto del Codice Etico, il Centro Porsche Padova indica l'obbligo e l'onere per tutti i suoi destinatari di segnalare, per mezzo e-mail, le violazioni ai principi e comportamenti in esso esposti, così come richiede di segnalare le situazioni che possano contribuire ad una limitazione di efficacia del Modello 231. A tal fine è stato istituito un Organo di Vigilanza in forma collegiale, deputato alla verifica delle situazioni problematiche, composto da due soggetti esterni nelle persone dell'Avv. Bruno Borgia e del Dott. Emilio Battaglia e un membro interno nella figura della Dott.ssa Maria Rosa Musotto.

I principi del Codice Etico.

- **Top Performance:** curare con particolare riguardo la soddisfazione della clientela, sia attuale sia potenziale, non lesinando alcuno sforzo per raggiungere il migliore risultato.
- **Leadership:** costruire la cultura della leadership, orientata verso performance e competizione, con una visione di lungo termine, valorizzando l'apporto dei singoli e l'assunzione delle responsabilità delle azioni poste in essere.
- **Innovazione continua:** aggiornarsi costantemente, applicando principi base come l'ottimizzazione continua e la responsabilizzazione.
- **Centralità della persona:** il rispetto, la fiducia, l'interesse e la passione di tutti i dipendenti del Centro Porsche Padova costituiscono un capitale fondamentale per la Società e danno forza continua ai progetti di miglioramento che la stessa intraprende.
- **Equità ed uguaglianza:** operare con lealtà, non solo con tutti i collaboratori, trattandoli al pari, ma anche nei rapporti con gli altri stakeholder della Società. La Società si impegna a sviluppare un clima aziendale di aggregazione, che non dia adito ad atteggiamenti discriminatori o lesivi della dignità individuale.
- **Responsabilità sociale:** rispettare e supportare i diritti umani riconosciuti a livello internazionale e respingere tutte le forme di lavoro forzato e di lavoro minorile riconoscendo la propria importanza nel contesto esterno.
- **Responsabilità ecologica:** promuovere la protezione delle risorse naturali ed un uso efficiente dell'energia, così come la sicurezza e compatibilità ambientale delle attività e dei prodotti, che sono obiettivi prioritari per la Società.
- **Tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro:** tutelare l'integrità psicofisica dei lavoratori, ritenendo che la salubrità e la sicurezza sui luoghi di lavoro siano presupposto principe per assicurare che tutti possano esprimere le proprie potenzialità.
- **Trasparenza:** considerare cardine nell'implementazione delle buone pratiche di onestà e correttezza, l'operare in modo leale, chiaro e corretto, per non indurre ad errate interpretazioni le controparti.
- **Legalità:** rispettare leggi e regolamenti vigenti, nazionali e internazionali; intraprendere o consolidare relazioni solo con chi intende adottare tale principio. Non porre in essere o partecipare alla realizzazione di condotte tali che, considerate individualmente o collettivamente, possano integrare un comportamento rilevante di una qualsivoglia fattispecie di reato, e in particolare contemplata dal D.Lgs. 231/01 e successive modifiche e integrazioni.

A garanzia dell'etica aziendale sono state adottate specifiche procedure che assicurano il presidio e il monitoraggio delle attività, sia da parte di Centro Porsche Padova che della Capogruppo, in un'ottica di prevenzione e gestione dei rischi. Ogni transazione e operazione viene registrata e autorizzata in maniera tale che possa essere verificabile e legittimabile da chi di competenza. Le procedure sono promosse dal Gruppo e vengono monitorate dalla Capogruppo.

Internamente, Centro Porsche Padova garantisce il rispetto delle procedure per mezzo del Retail Internal Control System, (RICS). Grazie al RICS, l'azienda viene sottoposta a controlli cadenzati che consentono di accertare il grado di allineamento con le direttive

della Casa Madre. Attraverso audit a campione sul rispetto delle procedure interne, svolti trimestralmente da soggetti indipendenti, sono controllate tutte le principali attività aziendali al fine di rilevare eventuali difformità rispetto a quanto previsto dalle linee guida Porsche.

Infine, in relazione allo specifico tema dell'anti-corruzione, Centro Porsche Padova fornisce comunicazione delle proprie policy e procedure a tutti coloro che operano in vece dell'organizzazione: organi di governo, dipendenti e business partner. Per rafforzare il proprio impegno verso la lotta alla corruzione, Centro Porsche Padova organizza sessioni di formazione in materia rivolti sia agli organi di governance che ai dipendenti.

2.4. L'innovazione Organizzativa

Offrire un servizio competente e professionale, significa lavorare all'aggiornamento continuativo delle competenze interne ma anche dei processi aziendali, stimolando le conoscenze e i comportamenti dei propri dipendenti e collaboratori.

Per questo motivo, in linea con i dettami della Casa Madre, prosegue negli anni la politica di incentivazione al miglioramento delle procedure e dei processi interni, attraverso due progetti oramai consolidati negli anni:

- **Process Improvement Projects (PIP):** progetto che cerca di efficientare qualsiasi tipo di operazione quotidianamente attivata, con il fine di diminuire il carico di lavoro tra le varie funzioni aziendali e rendere più produttive le stesse;
- **Premio Pioneering:** un premio (proposto anche in Porsche Italia, Porsche Financial Services e Porsche Haus) che cerca di stimolare e rinvigorire la creatività dei dipendenti che sono invitati a proporre dei progetti utili al miglioramento delle performance in termini di diminuzione costi, aumento dei ricavi, incremento dei margini di contribuzione e miglioramento clima aziendale.

Poter contare su un complesso di procedure che si rinnova continuamente, permette al Centro Porsche Padova di migliorare anche le relazioni commerciali con il cliente, il quale può fare affidamento su un'azienda agile in grado di far fronte alle sue esigenze con rapidità e precisione.

L'innovazione organizzativa per Centro Porsche Padova significa anche puntare su modelli e Sistemi di gestione che garantiscano il rispetto delle persone e dell'ambiente.

Per queste ragioni, sono stati implementati il **Sistema Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro** e il **Sistema Gestione Ambientale**, al fine di disporre delle condizioni migliori nel luogo di lavoro, a livello di integrità professionale, personale e ambientale.

In particolare, il Sistema Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro mira a mantenere i più elevati standard nella riduzione dei rischi e infortuni, assicurando elevati livelli di efficienza e formazione in materia.

Il Sistema di Gestione Ambientale, invece, si basa su una serie di procedure con il fine di responsabilizzare dipendenti e collaboratori in merito a gli impatti e i rischi ambientali legati all'attività, attraverso la dotazione di tecnologie e sistemi sempre più sicuri ed eco-friendly.





3. La creazione del Valore

Il Centro Porsche Padova è una società controllata da Porsche Italia S.p.A., azienda appartenente al gruppo multinazionale Dr. Ing. H.c. F. Porsche Aktiengesellschaft (abbreviato "Porsche AG") di cui fanno parte anche Porsche Financial Service Italia, Porsche Consulting, Porsche Design e Nardò Technical Center.

Porsche AG rappresenta ad oggi la casa automobilistica produttrice di vetture sportive più grande e con la tradizione più ricca al mondo. Fondata da Ferdinand Porsche il 25 Aprile 1931 a Stoccarda, mantiene la sua sede centrale in Germania, paese di fondazione, e si disloca in una sede per la ricerca e sviluppo a Lipsia.

Porsche Italia S.p.A., prima come operatore indipendente, poi dal 1996, come società controllata al 100% da Porsche AG, opera

come importatore esclusivo delle auto per il mercato italiano, curandone la commercializzazione, la distribuzione, e la successiva manutenzione, attraverso due concessionarie dirette (Centro Porsche Padova e Porsche Haus di Milano) e una rete di operatori indipendenti, oltre che tramite officine ufficiali Porsche dislocate sull'intero territorio italiano.

Il Centro Porsche Padova è una società unipersonale interamente controllata da Porsche Italia e da oltre 18 anni rappresenta un punto di riferimento per circa 4.000 clienti nelle province di Padova, Venezia, Rovigo e Belluno nella vendita di vetture nuove, usate e ricambi originali Porsche, così come nella manutenzione e la cura dell'auto, grazie alla sua officina interna.

19

	VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO NEL TRIENNIO					
	2014		2015		2016	
	Migliaia €	%	Migliaia €	%	Migliaia €	%
Ricavi	36.815,8	100,0%	43.236,20	100,0%	44.856,80	100,0%
Costi operativi	34.485,1	93,7%	40.458,50	93,6%	41.570,10	92,7%
Retribuzioni e benefit	1.567,1	4,3%	1.751,00	4,0%	1.980,60	4,4%
Pagamenti ai prestatori di capitale	87,8	0,2%	64,30	0,1%	34,30	0,1%
Pagamenti al Governo	208,3	0,6%	173,60	0,4%	358,90	0,8%
Investimenti nella Comunità	34,5	0,1%	50,4	0,1%	56,3	0,1%
Totale valore economico distribuito	36.382,7	98,9%	42.497,8	98,2%	44.000,20 €	98,1%
Valore economico trattenuto	432,9	1,1%	738,4	1,8%	856,0	1,9%

Il 98,1% del valore generato è stato invece distribuito tra i vari portatori di interesse del Centro Porsche Padova, in linea con gli esercizi precedenti.

In particolare, per il 92,7% il valore è stato corrisposto per costi operativi, compresi i Fornitori di beni e servizi; per il 4,4% è invece valore distribuito ai dipendenti sotto forma di retribuzione e remunerazione erogata a fronte dell'attività lavorativa svolta; per

lo 0,1% rappresenta la remunerazione del capitale sotto forma di interessi; per lo 0,1% alla Comunità sotto forma di investimenti e donazioni; infine lo 0,8% del valore, pari a 359 mila Euro, è stato corrisposto alla Pubblica amministrazione ed altre Istituzioni, sotto forma di imposte e tasse, in significativo aumento rispetto all'anno precedente.



4. La Customer Centricity

911: L'iconica Porsche 911 Carrera rappresenta la quintessenza della sportività, e continua a ispirare tutti gli appassionati di supercar da oltre 50 anni, grazie all'inconfondibile sound del suo motore boxer 6 cilindri. La 911 Carrera è la punta di diamante di casa Porsche e da settembre 2015 - data in cui la nuova 991 ha debutto al Salone di Francoforte - ha visto il suo propulsore rinnovarsi radicalmente, sostituendo il motore aspirato con uno sovralimentato da due turbo. La nuova 911 è disponibile sia nella versione coupè sia cabriolet, a due e a quattro ruote motrici, con configurazioni motoristiche diverse. Oltre al classico modello Carrera, infatti, c'è la versione S, GTS, Targa, Turbo, Turbo S, e GT3 RS con potenze fino a 580 cavalli. L'ultima versione, realizzata in tiratura limitata con cambio manuale e struttura alleggerita, è la 911 R.

Cayenne: Presentata al pubblico per la prima volta nel 2002, Cayenne ha riscosso da subito un successo enorme e costituisce oggi il punto di riferimento nel segmento SUV. È disponibile nelle versioni benzina, diesel, e plug-in hybrid, con motori a 6 e 8 cilindri, in grado di erogare fino a 570 cavalli. Il sistema di trazione integrale Porsche Traction Management (PTM), assieme al cambio automatico a 8 rapporti Tiptronic S, consente a Cayenne di affrontare ogni tipo di terreno, garantendo al contempo il confort di marcia e la sportività che contraddistinguono ogni vettura Porsche.

Macan: Compatta, concentrata, intensa, eppure potente. Queste sono le caratteristiche di Macan, il SUV di medie dimensioni di casa Porsche che viene proposto con motori V6 sia diesel sia benzina, con potenze che vanno da 258 a 400 cavalli. Oltre che dal sistema di trazione integrale intelligente PTM condiviso con Cayenne, la sportività di Macan è esaltata dal cambio automatico a 7 rapporti Porsche Doppelkupplung (PDK), montato anche sulla 911 Carrera, che garantisce cambiate da vera sportiva.



I prodotti: le Auto di oggi e di ieri

Le vetture Porsche rappresentano un punto di riferimento tra le auto, sportive e non solo. Negli anni sono diventate sempre più garanzia di affidabilità, sicurezza e performance duratura nel tempo. Ne è prova il fatto che circa il 70% delle Porsche prodotte sino ad oggi circolano ancora in tutto il mondo. Questo significa uso intelligente delle risorse, costi contenuti nell'utilizzo quotidiano, durabilità del prodotto e conservazione del valore dell'acquisto nel tempo.

Il Centro Porsche Padova, in qualità di Concessionaria di proprietà

Porsche, rappresenta l'intermediario capace di sostenere professionalmente il cliente nella scelta della vettura più adatta alla propria personalità e alle proprie esigenze, anche grazie all'offerta dell'intera gamma dei modelli presso la propria sede, con vetture nuove e usate.

Oltre alla vendita, il Centro offre servizi dedicati alla personalizzazione dell'auto e un servizio di manutenzione e controllo che rispetta i più elevati standard professionali, in linea con gli standard d'eccellenza che caratterizzano Porsche.



718 Boxster e Cayman: Con le nuove 718 Boxster e Cayman, rispettivamente nelle versioni roadster e coupé, la leggenda degli anni '50 e '60 continua. Il cuore pulsante non è più il 6 cilindri aspirato, bensì il nuovo motore boxer turbo a 4 cilindri, in grado di garantire potenza fino a 350 cavalli, a fronte di una netta diminuzione di emissioni e consumi. Paragonate ai modelli precedenti, infatti, le nuove 718 vantano un design nuovo e molto più incisivo, un telaio con assetto ancora più sportivo e una serie di nuovi sistemi di assistenza per migliorare performance e comfort. Il modello 718 Boxster e 718 Cayman sono dal 2016 disponibili alla vendita.

Panamera: Panamera è la luxury sedan di casa Porsche che fa del lusso e della sportività i suoi due principali punti di forza. Panamera è in grado di ospitare comodamente 4 passeggeri, ed è motorizzata da propulsori a benzina, diesel e plug-in hybrid, con potenze fino a 570 cavalli. L'offerta Panamera prevede modelli a due e a quattro ruote motrici e monta di serie il cambio automatico PDK a sette rapporti.

L'elevata qualità e la professionalità del servizio offerto da Centro Porsche Padova sono testimoniate dai risultati realizzati anche nel 2016. Le vendite si sono mantenute in linea con l'esercizio precedente, con un totale di 600 auto vendute, con incidenza tra auto nuove e usate.

Questi risultati rendono evidente il fatto che il Centro Porsche Padova rappresenta un punto di riferimento importante nella vendita delle auto a marchio Porsche e che, grazie all'esperienza

acquisita su vendita e manutenzione delle vetture, genera un forte legame fiduciario col cliente.

Anche le vendite dell'usato mantengono un trend costante e molto significativo, a testimonianza della capacità del marchio di garantire vetture con elevate caratteristiche, in grado di mantenere il proprio valore nel tempo e con un deprezzamento relativamente contenuto negli anni.

	AUTO VENDUTE											
	2014				2015				2016			
	Nuove		Usate		Nuove		Usate		Nuove		Usate	
Modello	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
911	52	10,0	79	15,1	45	7,4	88	14,4	59	9,8	74	12,3
Boxster	7	1,3	7	1,3	7	1,1	19	3,1	7	1,2	9	1,5
Cayman	4	0,8	3	0,6	7	1,1	7	1,1	6	1,0	11	1,8
Cayenne	59	11,3	37	7,1	83	13,6	62	10,2	71	11,8	47	7,8
Macan	117	22,4	5	1,0	138	22,6	12	2,0	151	25,2	33	5,5
Panamera	35	6,7	38	7,3	17	2,8	24	3,9	8	1,3	24	4,0
Altro	0	0,0	79	15,1	2	0,3	99	16,2	0	0,0	100	16,7
Totale	274	52,5	248	47,5	299	49,0	311	51,0	302	50,3	298	49,7
Totale nuovo e usato	522				610				600			

Il Centro Porsche Padova, nel rispetto della tradizione Porsche, propone in vendita ai propri clienti anche vetture Old Timer, preziosa opportunità per il collezionista e l'amante delle vetture d'epoca.

Ogni vettura Porsche incarna la tradizione nel mondo

dell'automobilismo sportivo: queste auto racchiudono l'impegno che la casa Zuffenhausen ha messo in campo in tanti anni di storia, quella fusione tra l'"Eredità Porsche" e la continua innovazione tecnologica, che rendono l'azienda tedesca pioniera nell'industria automobilistica.

Nel mondo del Motorsport, Porsche rappresenta la casa automobilistica con il più alto numero di competizioni vinte negli ultimi 60 anni.

Vanta infatti oltre 30.000 vittorie conseguite nelle più importanti competizioni internazionali, tra cui 18 vittorie nella 24 ore di Le Mans, 11 vittorie nella Targa Florio, 2 vittorie nella Parigi Dakar, 22 successi 24 ore di Daytona.



4.2 La Qualità e la Sicurezza

Il Gruppo AG sviluppa e applica soluzioni tecnologiche all'avanguardia, nel costante impegno a garantire la qualità e la sicurezza delle proprie vetture.

Il Centro Porsche Padova, in linea con l'obiettivo del Gruppo, garantisce attraverso la propria officina specializzata, elevati livelli di assistenza.

Attraverso un programma mirato, il Centro Porsche Padova effettua 30 controlli su tutte le auto nuove in consegna, al fine di accertarsi che siano in condizioni ottimali per ciò che attiene gli interni, la carrozzeria, l'impianto elettrico, il bagagliaio e il sottoscocca. È inoltre svolto un test-drive per verificare il corretto comportamento su strada della vettura.

Anche l'usato è oggetto di un attento percorso di preparazione della vettura, attraverso il programma "Porsche Approved" che prevede 111 controlli, realizzati secondo un protocollo stringente con l'obiettivo di riportare l'auto allo stato originale: le verifiche sono effettuate su esterni, pneumatici e cerchi, sistema di trasmissione, vano motore, interni e i liquidi per tutti i veicoli usati entro i 15 anni e i 200.000 km.

Tutti i controlli sono effettuati seguendo specifici moduli, che prevedono la simultanea firma di garanzia sia dei tecnici

specializzati che del capo officina. A quest'ultimo è inoltre richiesto, prima di riconsegnare la vettura, di svolgere un giro di prova al fine di verificare su strada che la vettura non presenti difetti o anomalie.

Al termine del processo di verifica, l'auto ottiene una garanzia annuale, prorogabile a pagamento per un ulteriore anno. Tale garanzia prevede un'assistenza stradale 24 ore su 24, tutti i giorni dell'anno e in tutta Europa. Inoltre i costi per la manodopera di eventuali interventi di riparazione e i materiali impiegati sono a carico di Porsche, fino ad un ammontare massimo pari al valore dell'autovettura.

L'acquisto nel Centro Porsche Padova è anche "esperienza di guida" e impegno per la sicurezza stradale: a tutti i clienti che intendano perfezionare le proprie capacità è infatti offerta la possibilità di apprendere le migliori tecniche di guida a bordo di vetture Porsche, con il supporto dei piloti professionisti della Porsche Driving School. Durante le sessioni in circuito è possibile testare in piena sicurezza le potenzialità delle vetture sia in termini di prestazioni che in termini di tenuta di strada, nonché acquisire nuove nozioni tecniche che si rivelano utili anche nella guida di tutti i giorni.

23



4.3 L'innovazione sostenibile: la auto di domani

L'innovazione per Porsche non significa solo evoluzione tecnologica, ma anche coniugare prestazioni elevate con una sempre maggiore efficienza, sia per quanto riguarda i consumi sia per la riduzione delle emissioni di CO₂ prodotte dalle vetture.

Porsche è fortemente impegnata nella riduzione delle emissioni delle auto, attraverso le tecnologie ad alimentazione ibrida e il Centro Porsche Padova supporta il cliente attraverso un'informazione completa ed esaustiva sulle caratteristiche delle auto più recenti e in particolare sui "progetti hybrid". Al momento del primo contatto con il venditore, qualsiasi cliente può infatti avere accesso a tutte le informazioni relative all'e-mobility e ai modelli di vetture che vantano questo assetto (Cayenne S E-Hybrid, Panamera S E-Hybrid e 918 Spyder): vetture motorizzate da un'unità propulsiva elettrica ricaricata tramite una batteria ad alto voltaggio (sistema di recupero dell'energia in frenata), accoppiata ad un motore a combustione. Questa è la tecnologia Porsche che accompagna il futuro dell'auto verso modelli sempre più eco-friendly, con una riduzione del 63% circa delle emissioni di CO₂ per chilometro percorso¹, mantenendo inalterate (se non addirittura migliorate) le prestazioni. Obiettivo per il 2020 è la realizzazione di un'auto interamente elettrica, oggi al centro del progetto Mission-E su cui Porsche ha investito circa 1 miliardo di euro.

¹ Fonte: studio Centro Porsche Padova su dati ministeriali



L'evoluzione del modello 991 Carrera dal 1963 ad oggi è esemplificativo dell'approccio Porsche verso la sostenibilità delle vetture.

L'introduzione della trazione integrale e di telai in alluminio, la sostituzione del sistema di raffreddamento ad aria con un sistema a liquido e il motore a doppia turbina sono alcune delle soluzioni innovative che, nel tempo, hanno consentito un miglioramento delle performance sportive e ambientali: dalla introduzione ad oggi, l'iconica 911 ha visto le emissioni di CO₂ ridursi più del 37% a fronte di un aumento della potenza del motore di quasi 3 volte (Le informazioni sulle emissioni di CO₂ della 911 Carrera sono disponibili nei documenti informativi di prodotto a partire dal Modello 997.

Stima della riduzione delle emissioni di CO₂ sui modelli Cayenne s e-hybrid Panamera s e-hybrid rispetto ai modelli a benzina di base per le due vetture.

	Consumo modello a benzina (km/l)	Consumo combinato in modalità ibrida (km/l)	Consumo in modalità elettrica (kWh/100 km)	Emissioni modello a benzina [g/km]	Emissioni modello ibrido [g/km]	Riduzione % emissioni di CO ₂ (g/km)
Cayenne S E-Hybrid	10,9	29,4	20,8	215	79	-63,2%
Panamera S E-Hybrid	11,8	32,3	16,2	196	71	-63,5%

Altro campo di impegno per Porsche è la connettività: le auto sono destinate a diventare piattaforme mobili, in grado di comunicare in modo sempre più integrato con il conducente e gli altri dispositivi. Per questo Porsche ha realizzato il Porsche Communication Management (PCM), sistema di infotainment di ultima generazione, installato nelle vetture di più recente fabbricazione che prevede un schermo da 7 pollici in grado di comunicare con il conducente attraverso vari dispositivi. Con l'App Porsche Car Connect è possibile visualizzare le statistiche di viaggio, la condizione della vettura, l'apertura/chiusura di finestrini o portiere. In caso di furto dell'auto viene inviata una notifica al cellulare della posizione della vettura, mentre in caso di incidente si attiva una segnalazione alla centrale operativa che comunica lo stato della vettura e la sua posizione. Il modulo Connect Plus arricchisce la navigazione con informazioni sul traffico reale o punti di interesse che possono essere cercate online.

Il Centro Porsche Padova opera per la sensibilizzazione e la diffusione della conoscenza di queste nuove soluzioni e sulle caratteristiche dei veicoli verso i clienti Porsche. Non sempre infatti il cliente è in grado di cogliere tutte le potenzialità e utilizzare tutte le funzionalità della sua auto: il Centro Porsche Padova intende contribuire a rendere user-friendly e a facilitare la transizione verso forme di mobilità sempre più sostenibili, connesse ed innovative.

Per dare un contributo fattivo a questa sfida, è stato lanciato il servizio di "Second Delivery": a circa una settimana dalla consegna dell'auto, i consulenti alle vendite richiamano il cliente in sede, per fornirgli tutte le informazioni necessarie a comprendere gli aspetti più tecnici e le modalità d'uso degli elementi di connettività presenti sulla vettura.

4.4 Il servizio al Cliente

Il viaggio nel mondo Porsche comincia dal primo ingresso in concessionaria: il Centro Porsche Padova lavora per accompagnare le persone in questo percorso passo dopo passo, dall'accoglienza all'assistenza post-vendita, per contribuire alla costruzione di una Porsche Community sempre più ampia.

L'azienda infatti è una dei quattro **Exclusive Manufaktur Partner** d'Italia ossia un centro per la customizzazione delle vetture Porsche, dove è possibile dar loro un tocco di esclusività grazie alla combinazione di materiali pregiati. I consulenti alle vendite di Centro Porsche Padova sono infatti in grado di assecondare ogni desiderio di personalizzazione del cliente, suggerendo le migliori soluzioni in termini di optional esclusivi al fine di rendere la vettura un esemplare unico, con evidenti vantaggi sul fronte della tenuta del valore nel lungo termine.

L'attenzione al cliente ha inoltre comportato negli anni una serie di azioni di miglioramento, dalle attività di accoglienza alla gestione della relazione. Dal 2014, il Centro Porsche Padova ha creato il Customer Contact Team (CCT), all'interno del quale le persone coinvolte nella fase di vendita e post-vendita collaborano per condividere informazioni sui clienti e fornire un trattamento più organizzato e focalizzato sulle sue esigenze.

Nel 2015 si è lavorato inoltre al miglioramento dell'accoglienza, grazie al cambiamento organizzativo della reception del Centro che ha previsto il rafforzamento del suo ruolo di touch point non solo per il primo contatto con il cliente - di persona o al telefono - ma anche per il supporto alla ricerca di informazioni e alla gestione degli eventuali test drive e appuntamenti con i consulenti di vendita.

Anche in officina è stata inserita una nuova concierge con l'obiettivo di potenziare ulteriormente la gestione delle relazioni con il cliente, all'insegna della cortesia e della qualità del servizio.

Nel 2016 è stato inoltre inaugurata la **fitting lounge**, un nuovo servizio attraverso il quale il cliente del Centro Porsche Padova ha la possibilità di personalizzare la propria vettura, direttamente in Concessionaria.

La professionalità nei servizi di assistenza post-vendita è un punto di forza del Centro Porsche Padova. Tutti gli aspetti della gestione

dell'auto successivi all'acquisto - dalla manutenzione, alle riparazioni, allo shopping di oggetti di design a marchio Porsche - sono gestiti dall'area assistenza e manutenzione che impiega circa 20 persone. Le fasi di manutenzione, cura e riparazione delle vetture sono svolte da professionisti qualificati ed esperti, in grado di trovare la soluzione adatta ad ogni esigenza.

I servizi offerti si avvalgono di conoscenza e competenza, impiegando ricambi originali perché ai clienti possa essere garantito il massimo livello di garanzia e confort nella guida di ogni giorno, per tutta la durata della vita della vettura. Inoltre, presso la concessionaria i clienti possono acquistare garanzie aggiuntive come la Garanzia 9+, per i modelli usati di Porsche 911 (996) e Boxster (986) di età compresa tra i 9 e i 13 anni e chilometraggio inferiore a 200.000 km. Attraverso i servizi di mobilità Porsche Assistance - per le auto coperte da garanzia - è inoltre fornita un'assistenza costante, 24 ore su 24 e 365 giorni l'anno, in qualsiasi Paese europeo e per qualsiasi inconveniente di viaggio.

Sempre per garantire al meglio la vicinanza al cliente, gli addetti dell'area aftersale, in caso di danni all'auto particolarmente gravi, sono pronti a recarsi nel luogo di stazionamento dell'auto per valutarne personalmente le condizioni e proporre le eventuali riparazioni necessarie. Quando l'intervento comporta la necessità di ordinare un ricambio ufficiale Porsche, il cliente può contare sulla disponibilità del personale del Centro Porsche Padova che si impegna a comunicargli eventuali ritardi nella consegna o variazioni di prezzo.

Il Centro Porsche Padova dedica anche una speciale attenzione alle iniziative rivolte ai proprietari e ai clienti prospect, selezionando e proponendo manifestazioni in grado di rappresentare il piacere di guida che conduce all'acquisto di un'auto Porsche. La scelta delle occasioni d'incontro riflette la volontà della concessionaria di offrire ai clienti esperienze esclusive e coerenti con uno stile di vita dinamico e sportivo. Nel corso del 2016 sono stati organizzati oltre 15 eventi, spesso in collaborazione con altri business partner, all'insegna del divertimento e della condivisione della passione per il brand.

Tra gli eventi organizzati da Centro Porsche Padova per la Porsche Community nel 2016 vi sono stati:

WinteRace: alla sua quarta edizione, la gara di regolarità di auto d'epoca è un evento organizzato a Cortina d'Ampezzo a cui il Centro Porsche Padova ha partecipato in sponsorship, presentando la prima Porsche WinteRace al termine della quale è stato possibile fare alcuni test drive.

Adria Raceway: giornata in pista ad Adria dedicata alla nuova 911 in collaborazione con altri Centri Porsche, dove è stato possibile organizzare sessioni di presentazione di Porsche Connect ed esposizione di vetture.

Imola Raceway: giornata in pista ad Imola dedicata alla nuova 911 in collaborazione con altri Centri Porsche, dove è stato possibile organizzare sessioni di presentazione di Porsche Connect ed esposizione di vetture.

Spring Street Check: giornata dedicata al controllo gratuito delle vetture dei clienti, durante la quale sono anche stati organizzati test drive.

Technical Night: serata dedicata alla presentazione delle nuove motorizzazioni Turbo e al Porsche Connect.

"Dedicato a Lei. Porsche Cayenne Diesel": giornata dedicata a Cayenne, dove sono state testate le vetture su strada e in off road leggero. Alla fine delle prove, i clienti hanno potuto partecipare alla degustazione di vini accompagnati da prodotti tipici locali (veneti).

Exclusive Night: serata a Palazzo Ca' Vendramin Calergi (Venezia) dedicata all'Exclusive e alla presentazione della nuova 911 Targa 4s Exclusive Design Edition, in collaborazione con il reparto Exclusive di Porsche AG.

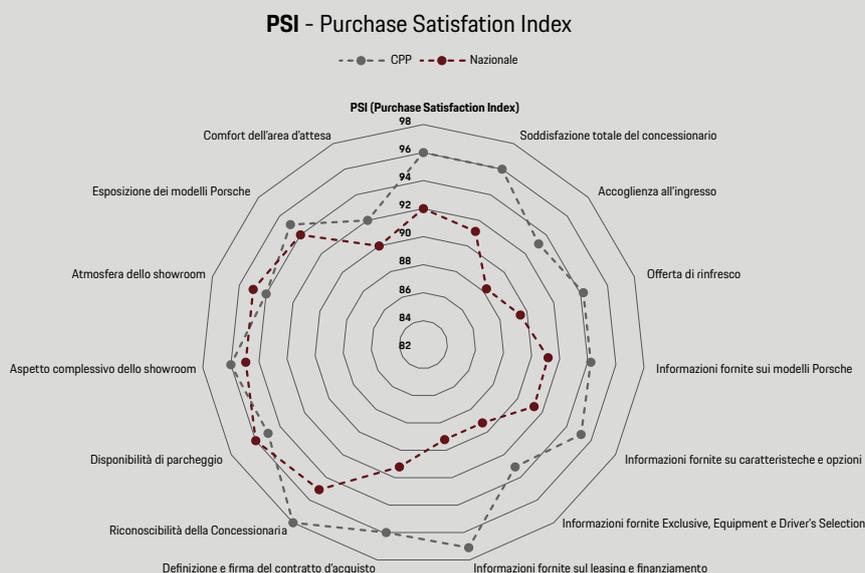
4.5 La Customer satisfaction

26

La qualità del servizio offerto viene costantemente monitorata dalla Concessionaria, attraverso analisi di customer satisfaction. L'esperienza di ciascun cliente è raccolta ogni volta che il cliente acquista una vettura o richiede un intervento in assistenza: gli è infatti richiesto di compilare un questionario per verificare la percezione del servizio ricevuto, al fine di valutare le performance erogate e individuare eventuali azioni di miglioramento.

Il questionario è composto da 36 domande a risposta multipla, per ognuna delle quali occorre esprimere il proprio grado di soddisfazione in una scala da 1 (molto soddisfatto) a 5 (per nulla soddisfatto). Ogni risposta ha un peso diverso ed è elaborata al fine di ponderare la valutazione e determinare, il più

accuratamente possibile, il grado di soddisfazione del cliente. Con l'**Indice di soddisfazione per l'acquisto (PSI)** si valuta dunque la capacità di fornire informazioni al cliente, la relazione durante la definizione e la firma del contratto di acquisto e altri aspetti legati alla concessionaria (comfort, esposizione dei modelli, riconoscibilità, atmosfera). Rispetto ai servizi di assistenza si adopera invece l'**Indice di soddisfazione per il post-vendita (ASI)**. Nel 2016, comparando i dati raccolti dal Centro Porsche Padova con la media nazionale degli altri concessionari, il PSI del Centro registra un valore pari al 96% di soddisfazione, ovvero 4 punti in più rispetto alla media nazionale (di 92 punti).

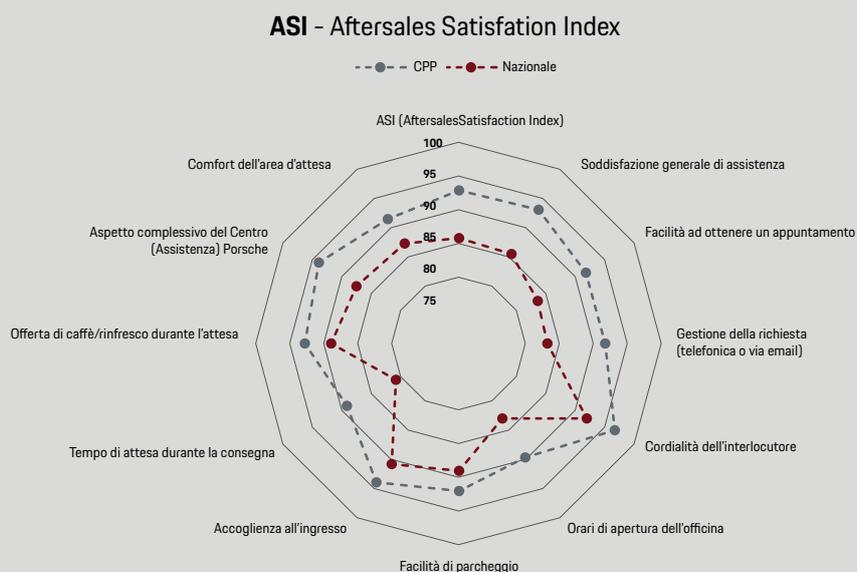


Osservando il trend dei livelli di soddisfazione registrati mese per mese per il servizio offerto dal Centro Porsche Padova, si nota anche per il 2016 un trend costante e particolarmente elevato, risultato dell'impegno e della dedizione del Centro per i suoi clienti.



Figura 6 - Andamento Purchase Satisfaction Index del Centro Porsche Padova nel 2016

L'Indice ASI conferma il livello elevato di qualità anche nei servizi post-vendita, con 94 punti ottenuti dalla Concessionaria a fronte degli 88 punti dello standard nazionale.



Durante tutto il corso dell'anno si è inoltre registrato un livello di soddisfazione nel servizio post vendita offerto da Centro Porsche Padova abbastanza elevato, a sottolineare come sia molto gradita dai clienti anche l'attenzione alla manutenzione delle vetture nella fase successiva all'acquisto.

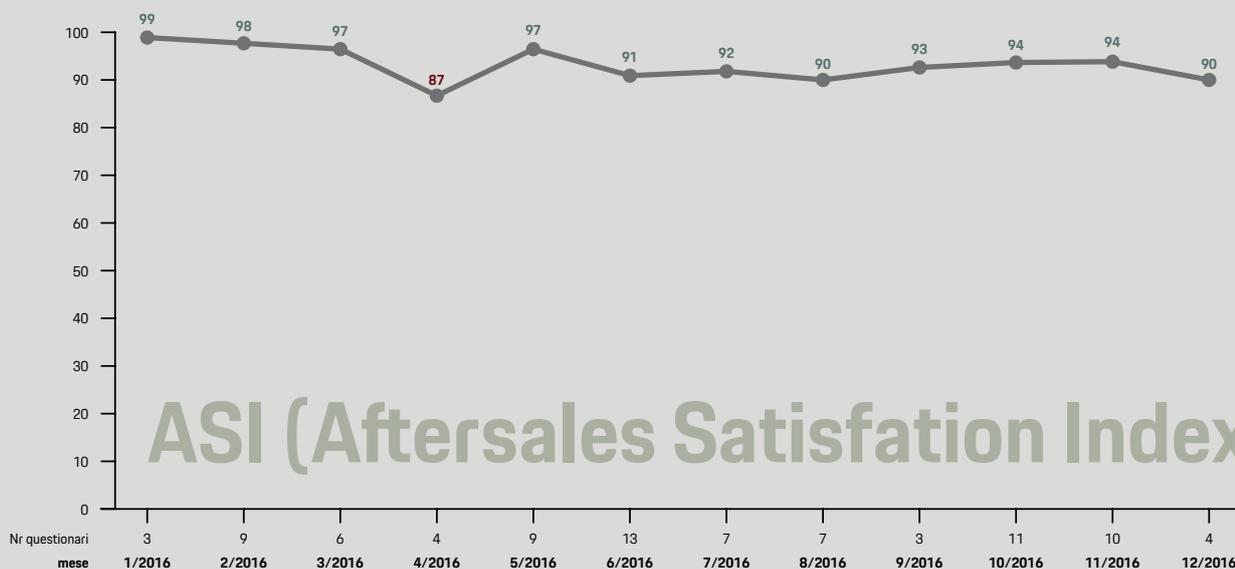


Figura 7 - Aftersales Satisfaction Index

4.6 La comunicazione affidabile e trasparente

28

La trasparenza è uno dei capisaldi su cui si basa l'informativa di prodotto che viene rilasciata da Porsche AG per ogni modello Porsche. Tutti i modelli Porsche venduti sono sempre accompagnati da una documentazione contenente informazioni necessarie al corretto e sicuro utilizzo della vettura, nonché relative alle caratteristiche del messo inclusi eventuali impatti sulla salute e sull'ambiente che potrebbero derivare dal mancato rispetto delle regole di utilizzo e di manutenzione consigliate dalla Casa Madre.

Centro Porsche Padova riconosce da sempre l'importanza di una comunicazione trasparente e corretta con i propri clienti, un valore fondamentale nella costruzione della fiducia su cui si basano tutte le relazioni tra venditore e cliente, non solo per la buona riuscita

delle negoziazioni, ma anche per mettere i propri interlocutori nelle condizioni di compiere valutazioni e scelte consapevoli.

I consulenti alle vendite sono tenuti a condividere con i clienti in modo aperto e trasparente tutte le informazioni di cui dispongono, tanto in fase di vendita quanto durante l'acquisto delle vetture che vengono date in permuta. Ciò vale anche per la determinazione del valore di acquisto delle vetture usate: il Responsabile dell'Usato si occupa personalmente di effettuare puntuali valutazioni delle vetture, andando ad illustrare al cliente l'intero processo che ha portato alla formulazione della quotazione.

Nel post-vendita gli accettatori garantiscono la massima trasparenza informativa, aggiornando il cliente in maniera tempestiva circa lo stato di avanzamento del suo ordine di lavoro.

Presenza di informazioni di sostenibilità riportate nell'informativa di prodotto	2014	2015	2016
Il sourcing dei componenti di prodotto o servizio	100%	100%	100%
Il contenuto del prodotto in termini di sostanze che potrebbero produrre danni ambientali e / o sociali	100%	100%	100%
Istruzioni sull'uso sicuro del prodotto	100%	100%	100%
Le modalità di smaltimento del prodotto e il loro impatto ambientale / sociale	100%	100%	100%



5. Le persone del Centro Porsche Padova

5.1 Il profilo dei dipendenti e dei collaboratori

Il vero motore propulsore del Centro Porsche Padova sono le persone con la loro professionalità, la competenza e la passione nel proprio lavoro. Sono i collaboratori a garantire, tutti i giorni col proprio impegno, l'eccellenza e la qualità del servizio offerto. Nel corso dell'ultimo anno, le persone del Centro Porsche Padova

sono state 33 tra dipendenti e agenti.

In dettaglio è possibile vedere come, nel triennio, la forza lavoro si è mantenuta piuttosto stabile e il turnover risulta molto basso (nel corso del 2016 a fronte di un nuovo ingresso, non si sono registrate cessazioni).

29

INQUADRAMENTO	FORZA LAVORO PER GENERE E INQUADRAMENTO					
	2014		2015		2016	
	U	D	U	D	U	D
Dirigenti		1		1		1
Quadri	4		3		4	
Impiegati	4	7	4	7	3	8
Operai	11		11		11	
Totale per genere	19	8	18	8	18	9
TOTALE	27		26		27	
AGENTI	4		4		6	

La tabella che segue evidenzia anche le fasce anagrafiche dei dipendenti nel 2016.

INQUADRAMENTO	DIPENDENTI PER GENERE E FASCE DI ETÀ NEL 2016					
	U			D		
	< 30	30-50	> 50	< 30	30-50	> 50
Dirigenti						1
Quadri		4				
Impiegati		2	1	1	3	4
Operai		5	6			
Totale per genere		18			9	
TOTALE	27					

Tutti i dipendenti di Centro Porsche Padova sono assunti sulla base del Contratto Collettivo del Settore Terziario e Distribuzione di servizi.

Il Centro Porsche Padova a sostegno dei dipendenti garantisce la mensa gratuita, una copertura sanitaria (INAIL) e la previsione di formazione finanziata attraverso Unindustria.

Anche quest'anno, è inoltre perseguito l'impegno di Centro Porsche Padova nel programma We are Porsche, che mette insieme vantaggi e convenzioni pensate per il tempo libero del personale da Porsche Italia: un'offerta esclusiva di prodotti Porsche e soluzioni di viaggio, fitness, salute e bellezza, casa, auto e moto, cui le persone possono accedere collegandosi ad un portale dedicato e costantemente aggiornato.

Oltre a dipendenti e agenti la Concessionaria ha impiegato

nel 2016 anche altri lavoratori, attraverso 1 contratto di somministrazione e 6 stage aziendali. Questi ultimi sono il principale strumento attraverso cui si esplica l'impegno del Centro Porsche Padova verso i più giovani. Questa politica è considerata molto importante al fine di garantire la capacità di inserire nuove competenze, più legate al digitale e alle nuove tecnologie, con l'obiettivo di migliorare ed ampliare complessivamente i servizi offerti dalla Concessionaria ai propri clienti.

Al contempo, rappresenta l'impegno attivo della Concessionaria nel sostenere l'occupazione giovanile: infatti, negli ultimi due esercizi, il Centro ha accolto in stage complessivamente undici giovani under 30 di cui 6 successivamente assunti e 5 che, grazie all'esperienza lavorativa svolta presso Centro Porsche Padova, hanno trovato una successiva occupazione.

5.2 La salute e sicurezza sul lavoro

30

Per garantire elevati standard di vivibilità e salubrità all'interno dell'ambiente di lavoro e per minimizzare i rischi connessi alla salute e sicurezza delle persone, Centro Porsche Padova dalla fine del 2011 ha adottato un Sistema di Gestione per la salute e la sicurezza del lavoro conforme alle linee guida UNI-INAIL. Il sistema definisce le responsabilità e le modalità operative per assicurare il presidio di tutti gli aspetti connessi alla sicurezza dei lavoratori e al miglioramento, nel tempo, del rischio correlato allo svolgimento delle attività.

Centro Porsche Padova pone grande attenzione sulle mansioni considerate maggiormente esposte a rischio, ovvero gli addetti di officina, attraverso l'adozione di strumenti e materiali sicuri

per la salute del dipendente e che generino il minor impatto ambientale; per queste motivazioni, a partire dal 2015, si è passati ad esempio all'utilizzo di enzimi naturali nei sistemi impiegati per la pulizia della tappezzeria delle vetture. Così pure in termini prospettici, entro il 2017, la Concessionaria realizzerà un intervento migliorativo dell'officina, attraverso l'introduzione di moderni impianti di condizionamento al fine di rendere gli ambienti di lavoro più confortevoli per i tecnici. Negli ultimi anni, il numero di infortuni è stato considerevolmente basso in linea con l'impegno messo in campo attraverso l'adozione di importanti misure a salvaguardia della salute e sicurezza.

Inidice della sicurezza	2014	2015	2016
Infortuni - uomini	1	0	0
Infortuni - donne	1	0	1
Totale infortuni	2	0	1
Tasso di frequenza degli infortuni (IR)	9,5	0	5
Tasso di giornate di lavoro perse (LDR)	156,9	0	0
Tasso di assenteismo (AR) per infortuni e malattia	470,2	476,5	498,0



5.3 L'importanza della formazione

Il Centro Porsche Padova crede fortemente nel valore delle persone e investe per migliorare la professionalità e le competenze di tutti i suoi collaboratori. La formazione è un elemento imprescindibile per la crescita dell'impresa ed un aspetto essenziale per assicurare l'eccellenza nei servizi offerti ai clienti.

Centro Porsche Padova e Porsche Italia hanno progettato e condiviso un percorso formativo erogato tramite la **Porsche Academy**, la divisione di Porsche Italia che cura lo sviluppo delle competenze dei collaboratori – che si adatta ai ruoli in azienda e che risponde alle diverse esigenze di aggiornamento sull'evoluzione delle vetture.

Oltre alla formazione prevista dalla normativa in materia ambientale e di sicurezza (anti-incendio e primo soccorso), il percorso comprende:

- corsi di aggiornamento sui nuovi prodotti in termini di dotazioni di sicurezza, livello delle prestazioni, efficienza nei consumi, equipaggiamenti;
- corsi volti a rafforzare le soft skills;
- corsi di lingua inglese e di software aziendale, base e avanzato;
- corsi di management per le funzioni direzionali.

Le sessioni di training possono essere erogate online o in aula e al loro termine sono previsti test obbligatori sulle competenze acquisite volti a monitorare l'apprendimento dei partecipanti. Una particolare attenzione viene rivolta alla formazione e sviluppo delle competenze dei consulenti alle vendite che, oltre ad essere selezionati attraverso una serie di colloqui che mettono da subito alla prova le loro conoscenze, possono venire convocati nel quartier generale di Porsche AG per realizzare una "Introduction to Porsche", volta a potenziare le conoscenze sui prodotti e i servizi Porsche.

Per poter mantenere lo status di venditore Porsche, i consulenti alle vendite e gli accettatori devono conseguire e rinnovare periodicamente una certificazione di durata triennale, subordinata al superamento di una valutazione da parte di un soggetto interno ed uno esterno all'azienda.

La capacità commerciale è un requisito fondamentale anche per gli addetti al post-vendita, i quali hanno visto aumentare progressivamente la loro formazione in tema di prodotto. Inoltre tutti i meccanici di Centro Porsche Padova seguono un percorso di certificazione obbligatoria che si suddivide in tre livelli, bronzo, argento e oro. Per il conseguimento di ciascun livello, è prevista la partecipazione ad alcuni corsi di formazione e aggiornamento. Per conseguire in particolare il livello oro è necessario frequentare un corso di Customer Communication e uno di High Voltage Technology: si tratta di due corsi di formazione che vanno a chiarire rispettivamente gli aspetti legati alla comunicazione con il cliente e la tecnologia delle batterie ad alto voltaggio, che sono montate nelle Porsche ibride. La durata complessiva della certificazione è di tre anni, al termine dei quali il percorso si ripete, in modo da confermare o aumentare di livello.

Certificazioni dei tecnici del Centro Porsche Padova		2016
BRONZO		2
ARGENTO		4
ORO		2

Le ore di formazione erogate nel 2016 sono state 1.667 in crescita rispetto al 2015. Nella tabella seguente vengono riportate le ore di formazione per categoria professionale suddivise per genere.

ORE DI FORMAZIONE EROGATE	2014		2015		2016	
	M	F	M	F	M	F
Dirigenti	0	55	0	104	8	150
Quadri	192	0	198	0	72	0
Impiegati	246	431	175	408	392	117
Operai	725	0	639	0	880	0
Contratti a progetto/ Stage	0	0	0	0	16	32
Totale ore formazione per genere	1.163	486	1.012	512	1.368	299
Totale ore formazione	1.649		1.524		1.667	

5.4 L'employee care

32

Impegno, professionalità e collaborazione sono tre temi che Centro Porsche Padova ritiene fondamentali per creare un clima armonioso e favorire la costruzione di solide relazioni, assi portanti della qualità e dell'eccellenza del servizio.

Incoraggiare un clima di collaborazione e di condivisione è ciò che consente alle persone di sentirsi parte di una squadra, aspetto su cui l'azienda si impegna per ottenere risultati concreti.

Negli ultimi anni, il Centro Porsche Padova ha iniziato a monitorare la soddisfazione del personale, cercando di coinvolgere tutti i collaboratori in attività volte ad aumentare il senso di appartenenza. L'8 e il 9 luglio 2016 è stata organizzata la "**Road to Awareness**", una due-giorni nelle zone del Chianti, a Civita di Bagnoregio, con l'obiettivo di condividere esperienze di "team building" tra motori, passioni e sani momenti di convivialità. Con l'ausilio del Dott. Paolo Crepet è stato approfondito il tema "*Consapevolezza del proprio ruolo di fronte al Brand che si rappresenta e al gruppo di lavoro di cui si è parte integrante*".

Anche nel 2016 inoltre, il Centro Porsche Padova ha realizzato un'indagine di clima per monitorare il livello di soddisfazione dei propri dipendenti su diversi aspetti legati al lavoro, e in particolare:

- Programmi Porsche Business Excellence (PBE) quale applicazione delle conoscenze e competenze che i dipendenti hanno acquisito; si tratta di una piattaforma di analisi attraverso la quale analizzare e sviluppare il potenziale di mercato dei concessionari, mantenendo una forte centralità del cliente per un incremento ulteriore della redditività, con l'adozione di una serie di strumenti predisposti dalla Casa Madre.
- Impegno nell'organizzazione.
- Team climate.
- Lavoro di squadra e leadership, inclusa la gestione delle attività, i rapporti interpersonali, la gestione del cambiamento e delle risorse.
- Cultura dello sviluppo in termini di feedback, formazione, training e gestione del fallimento.
- Situazione del dipendente, quale valutazione di fattori come carico di lavoro, sicurezza, fiducia nell'organizzazione e necessità di supporto.
- Soddisfazione del cliente.

Come si evince dalla figura, i dipendenti dimostrano un generale buon livello di soddisfazione, con alcuni casi di alto gradimento per ciò che riguarda l'Impegno nell'organizzazione, il Programma PBE e la Cultura dello sviluppo.

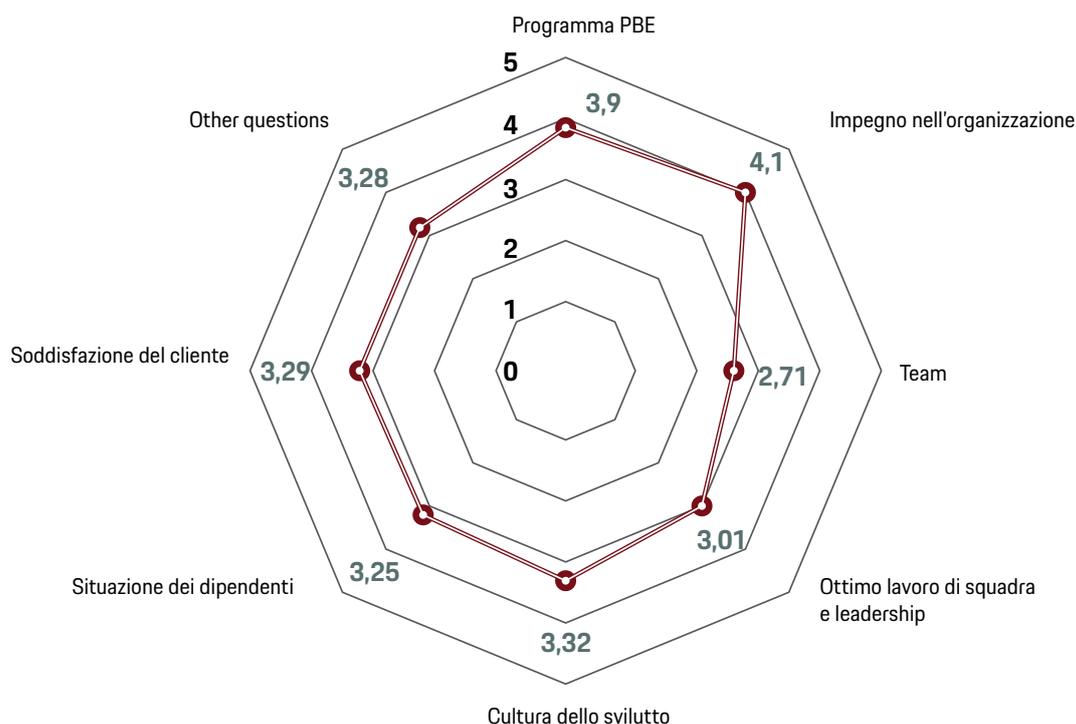


Figura 11 - Risultati dell'indagine di clima aziendale 2016

6. L'ambiente e le relazioni sul territorio

6.1 I fornitori del Centro Porsche Padova

La catena di fornitura di Centro Porsche Padova si compone, oltre che della fornitura principale delle vetture, di tequipment (accessori) e ricambi per la manutenzione delle auto. Quale concessionaria diretta di Porsche Italia e Porsche AG, il Centro Porsche Padova acquista dunque la maggior parte di queste forniture dalla Casa Madre.

Per ciò che riguarda i servizi a supporto della gestione e delle attività interne alla Concessionaria, quali i servizi di pulizia, la cancelleria, le manutenzioni degli uffici, le consulenze professionali, sono appaltati a fornitori locali o nazionali. Nella scelta dei propri fornitori, Centro Porsche Padova, garantendo

imparzialità e correttezza nella scelta, si impegna a valorizzare le imprese locali, nella volontà di contribuire alla creazione di valore sul territorio di presenza della concessionaria.

I principi dettati dal Codice Etico della Concessionaria vengono estesi a tutti i fornitori di Centro Porsche Padova, i quali sono tenuti a rispettarli e ad agire in conformità con le norme sulla sicurezza, al fine di ottenere la pre-qualifica necessaria a diventare partner dell'azienda.

Nel 2016 i fornitori totali sono stati 105 per un volume di acquisto pari a 777 mila euro, di cui il 26% di forniture da imprese locali, dislocate nella regione Veneto.

33

Trend Fornitori	2014	2015	2016
Numero dei fornitori	103	110	105
Spesa complessiva per approvvigionamenti	678.000	714.000	777.000
Spesa per i approvvigionamenti locali	176.000	185.000	202.000
% di spesa per forniture locali	26,0%	25,9%	26,0%

6.2 La responsabilità ambientale diretta

Centro Porsche Padova mantiene una costante attenzione alla minimizzazione dei propri impatti sull'ambiente, a partire dal rispetto delle disposizioni di legge in materia e svolgendo le proprie attività in piena coerenza con la filosofia di sostenibilità ambientale promossa e sostenuta dal Gruppo Porsche.

Nel 2014, la concessionaria si è dotata di un Sistema di Gestione per l'Ambiente (SGA) in conformità con lo standard ISO 14001:2004, con l'obiettivo di minimizzare gli impatti e i rischi connessi alla propria attività. Il Sistema di Gestione per l'Ambiente prevede una serie di procedure che hanno l'obiettivo di:

- Identificare e assegnare responsabilità precise per la gestione degli impatti ambientali connessi alle attività aziendali;
- Garantire che tutti i dipendenti siano consapevoli delle responsabilità individuali, fornendo al contempo informazioni efficaci per il monitoraggio dei risultati;
- Promuovere la cultura della sostenibilità ambientale con tutti gli interlocutori dell'organizzazione;
- Valutare i rischi ambientali dei nuovi processi e delle modifiche degli impianti esistenti;
- Dotarsi di tecnologie utili alla riduzione degli impatti ambientali dovuti alla costruzione, all'utilizzo e allo smaltimento delle autovetture.

Le azioni messe in campo in questi ultimi anni, in coerenza con il rispetto dei principi del SGA, hanno visto il Centro Porsche Padova intervenire per la ristrutturazione degli impianti di illuminazione e termoidraulici, con la conseguente riduzione del consumo di energia e dei costi associati, e un relativo miglioramento dei livelli di comfort dell'ambiente di lavoro.



6.3 Le relazioni con la comunità

La Comunità è un riferimento fondamentale per il Centro Porsche Padova che è costantemente impegnato nell'organizzazione di attività sul territorio, da eventi di carattere culturale a eventi di beneficenza e di sensibilizzazione, in particolare su temi sociali e sulle tematiche della mobilità sostenibile.

Nel 2016 il Centro ha partecipato ad alcuni eventi per la raccolta di fondi, uno in collaborazione con la **Onlus Team for children** di Padova presso il Golf della Montecchia (PD), e l'altro con la **Onlus Piccoli Sorrisi** in favore del reparto di pediatria dell'ospedale di Adria.

La concessionaria ha inoltre sponsorizzato il **Congresso Triveneto di Traumatologia**, un convegno medico specialistico; l'evento **Car & Golf** organizzato da un gruppo di imprenditori per la raccolta di fondi a fini di solidarietà sociale; la **Giornata Europea sulla Mobilità Sostenibile**, in cui sono state presentate le vetture ibride Porsche e l'impegno crescente del marchio verso la sostenibilità ambientale.

Per i clienti sono inoltre stati organizzati alcuni eventi dedicati:

- lo **Spring Street Check**, una giornata dedicata al controllo gratuito delle auto;
- la **Road to Happiness**, una due-giorni a Civita di Bagnoregio (VT) in cui si è tenuta una conferenza con il Dott. Paolo Crepet sul tema della felicità;
- la **Technical Night** per presentare a tutti i clienti le nuove tecnologie ibride promosse da Porsche.

Centro Porsche Padova ha inoltre collaborato attivamente negli anni con Porsche Italia per la realizzazione di importanti eventi culturali (Porsche Jazz Festival e rassegne teatrali con il Teatro Verdi) e tuttora si spende attivamente in ottica di compartecipazione alla vita sociale del brand nel proprio territorio di riferimento.

In continuità con quanto già fatto anche per il 2017 il Centro Porsche Padova intende proseguire nella realizzazione di eventi dedicati ai propri clienti e a favore del territorio e della comunità di riferimento, nella convinzione che le relazioni siano fondamentali per aumentare l'integrazione e la conoscenza e dunque per contribuire, attraverso il proprio operato di impresa ma anche la propria azione sociale, al miglioramento sociale e ambientale.

L'impegno verso il territorio del Centro Porsche Padova è infine testimoniato dal sostegno ai giovani talenti locali. Per questa ragione il Centro Porsche Padova ha avviato da alcuni anni una collaborazione con il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia, promuovendo annualmente una borsa di studio per la stesura di una tesi di Laurea Magistrale e la redazione del Report di Sostenibilità. Inoltre, la Concessionaria accoglie presso la propria sede giovani stagisti perché possano svolgere una esperienza utile a consolidare il proprio profilo di conoscenze e aumentare le possibilità di una successiva occupazione di lavoro, sia presso il sistema Porsche stesso che presso altre aziende del territorio.

Tabella di correlazione GRI-G4

La presente tabella di correlazione segue il riferimento all'opzione In Accordance-core, come prevista dalle Linee Guida GRI-G4. Per l'anno 2016, Centro Porsche Padova non ha previsto un'assurance esterna.

GENERAL STANDARD DISCLOSURE				
Indicatore	Descrizione	Capitolo/paragrafo	Pagina	Note
Strategia e analisi				
G4-1	Dichiarazione da parte del vertice aziendale della rilevanza della sostenibilità per l'Organizzazione	Lettera agli stakeholder Il percorso della sostenibilità	5; 7	
Profilo dell'organizzazione				
G4-3	Nome dell'organizzazione	L'identità aziendale Il Centro Porsche Padova	14	
G4-4	Principali marchi, prodotti e/o servizi	I prodotti: le auto di oggi e di ieri	21-22	
G4-5	Sede principale	L'identità aziendale Il Centro Porsche Padova	14	Corso Stati Uniti, 35 35127 Padova
G4-6	Numero di paesi in cui l'organizzazione opera	Il mondo Porsche	14	
G4-7	Assetto proprietario e forma legale	L'identità aziendale Il mondo Porsche	14	
G4-8	Mercati serviti (compresa la ripartizione geografica, settori serviti e tipologia di clienti).	Il mondo Porsche Il Centro Porsche Padova	14	
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	La governance La creazione di valore Le persone del Centro Porsche Padova	15; 19; 29	
G4-10	Caratteristiche della forza lavoro suddivisa per genere e in base a tipologia contrattuale, tempo di impiego, area geografica.	Il profilo dei dipendenti e dei lavoratori	29	
G4-11	Dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	Il profilo dei dipendenti e dei lavoratori	29	
G4-12	Descrizione della catena di fornitura	I fornitori del Centro Porsche Padova	33	
G4-13	Cambiamenti significativi riguardanti dimensioni, struttura, proprietà o catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione			Nessuno
G4-14	Approccio precauzionale nella gestione dei rischi			Non è affrontato formalmente dati i limitati impatti ambientali dell'organizzazione
G4-15	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale			Nessuno
G4-16	Partecipazione ad associazioni di categoria o organizzazioni nazionali o internazionali di advocacy in cui l'organizzazione: Riveste posizioni negli organi di governance; Partecipa in progetti e comitati; Fornisce fondi consistenti che vanno al di là dei doveri di routine previsti dall'adesione; Vede l'adesione come strategica.			Nessuno

Indicatore	Descrizione	Capitolo/paragrafo	Pagina	Note
Identificazione degli aspetti materiali e perimetro				
G4-17	Elencare tutte le entità incluse nel bilancio consolidato dell'organizzazione o documenti equivalenti.	Gli obiettivi di sostenibilità di Centro Porsche Padova	7-8	
G4-18	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del bilancio e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi reporting principles	Il percorso della sostenibilità	7-11	
G4-19	Aspetti materiali identificati nella definizione dei contenuti	L'analisi di materialità	10-12	
G4-20	Aspetti materiali interni all'organizzazione	L'analisi di materialità	13	
G4-21	Aspetti materiali esterni all'organizzazione	L'analisi di materialità	13	
G4-22	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni			Nessuno
G4-23	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri rispetto al precedente bilancio			Nessuno
Coinvolgimento degli stakeholder				
G4-24	Lista degli stakeholder coinvolti dall'organizzazione	Il dialogo con gli stakeholder	9	
G4-25	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder da coinvolgere	I riferimenti metodologici Il dialogo con gli stakeholder	8; 9	
G4-26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Il dialogo con gli stakeholder L'analisi di materialità	9; 10	
G4-27	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	L'analisi di materialità	12	
Profilo del report				
G4-28	Periodo di rendicontazione	I riferimenti metodologici	9	
G4-29	Data di pubblicazione del precedente report			Giugno 2016
G4-30	Periodicità di rendicontazione	Lettera agli stakeholder I riferimenti metodologici	5; 9	Annuale
G4-31	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	I riferimenti metodologici	9	
G4-32	Indice dei contenuti GRI e indicazione dell'opzione "In accordance"	I riferimenti metodologici Tabella di correlazione GRI-G4	8; 35	
G4-33	Politica dell'organizzazione e prassi corrente per cercare la garanzia esterna per la relazione (assurance).	I riferimenti metodologici Tabella di correlazione GRI-G4	9; 35	
Governance				
G4-34	Struttura di governo, inclusi i comitati che dipendono dal massimo organo gerarchico	Il mondo Porsche Il Centro Porsche Padova La governance	14-15	
Etica e integrità				
G4-56	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	Il Centro Porsche Padova La correttezza e il rispetto per le regole	14; 16	

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE				
Indicatore	Descrizione	Capitolo/paragrafo	Pagina	Note
Performance economica				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La creazione del valore	19	
G4-EC1	Valore economico generato e distribuito	La creazione del valore	19	
Performance economica				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	I fornitori del Centro Porsche Padova	33	
G4-EC9	Politiche, pratiche e percentuale di spesa impegnata con fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	I fornitori del Centro Porsche Padova	33	
Performance ambientale				
Prodotti e servizi				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	L'innovazione sostenibile: le auto di domani	23	
G4-EN27	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e dei servizi offerti	L'innovazione sostenibile: le auto di domani	23-24	
Performance sociale				
Pratiche del lavoro e condizioni di lavoro adeguate				
Occupazione				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le persone del Centro Porsche Padova	29-32	
G4-LA1	Numero totale e tasso di nuovi assunti e turnover per fascia di età, genere e aree geografiche	Il profilo dei dipendenti e dei collaboratori	29	
G4-LA2	Benefici per dipendenti full-time e i benefici non previsti per i dipendenti con contratti temporanei o part-time	Il profilo dei dipendenti e dei collaboratori	29	
Salute e sicurezza				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La salute e la sicurezza sul lavoro	30	
G4-LA6	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere	La salute e la sicurezza sul lavoro	30	
Formazione e educazione				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	L'importanza della formazione	31	
G4-LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per genere e categorie di lavoratori	L'importanza della formazione	31	
G4-LA10	Programmi per la gestione delle competenze e per l'aggiornamento professionale a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere	L'importanza della formazione	31	

Indicatore	Descrizione	Capitolo/paragrafo	Pagina	Note
Società				
Anti-corrruzione				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La correttezza e il rispetto per le regole	16	
G4-S04	Comunicazione delle policy e formazione anti-corrruzione dei dipendenti	La correttezza e il rispetto per le regole	16	
Responsabilità di prodotto				
Salute e sicurezza dei clienti				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La qualità e la sicurezza	23	
G4-PR1	Percentuale di prodotti e servizi significativi per i quali gli impatti su salute e sicurezza vengono migliorati	La qualità e la sicurezza	23	
Etichettatura dei prodotti e dei servizi				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La comunicazione affidabile e trasparente	28	
G4-PR3	Tipo di informazione di prodotto e servizio prevista dalla procedura di informazione ed etichettatura e percentuale delle categorie significative di prodotti e servizi soggette a tali requisiti	La comunicazione affidabile e trasparente	28	
G4-PR5	Risultati delle survey di misurazione della customer satisfaction	La customer satisfaction	26-27	

Informazioni su Emissioni e Consumi.

Le informazioni sulle emissioni e sui consumi riportate qui sotto, sono state raccolte come parte del NCGE (Nuovo Ciclo di Guida Europeo) previsto per legge e rispettano valori rilevati al banco di prova.

Modello	Potenza (kW) ³⁾	Potenza (hp) ³⁾	Ciclo urbano (l/100 km)	Ciclo extra-urbano (l/100 km)	Ciclo combinato ¹⁾ (l/100 km)	Emissioni di CO ₂ combinate ¹⁾ (g/km)	Classe di energia	Standard di emissioni
718 Boxster PDK	220	300	9.0	5.7	6.9	158	D	EU6
718 Boxster S PDK	257	350	9.5	6.0	7.3	167	E	EU6
Cayman PDK (+Black Edition)	202	275	10.9	6.2	7.9	183	F	EU6
Cayman S PDK	239	325	11.4	6.3	8.2	190	F	EU6
Cayman GTS PDK	250	340	11.4	6.3	8.2	190	F	EU6
991 1. Gen.								
911 R	368	500	20.1	9.3	13.3	308	G	EU6
911 GT3	350	475	18.9	8.9	12.4	289	G	EU6
911 GT3 RS	368	500	19.2	8.9	12.7	296	G	EU6
911 (991 II)								
911 Carrera PDK	272	370	9.9	6.0	7.4	169	D	EU6
911 Carrera Cabriolet PDK	272	370	9.9	6.2	7.5	172	D	EU6
911 Carrera S Cabriolet PDK	309	420	10.2	6.5	7.8	178	D	EU6
911 Carrera 4 PDK	272	370	10.1	6.3	7.7	177	E	EU6
911 Carrera 4S PDK	309	420	10.3	6.6	7.9	180	E	EU6
911 Carrera 4 Cabriolet PDK	272	370	10.3	6.5	7.9	182	D	EU6
911 Carrera 4S Cabriolet PDK	309	420	10.4	6.7	8.0	184	E	EU6
911 Targa 4 PDK	272	370	10.3	6.5	7.9	182	D	EU6
911 Targa 4S PDK	309	420	10.4	6.7	8.0	184	D	EU6
911 Turbo	397	540	11.8	7.5	9.1	212	F	EU6
911 Turbo S	427	580	11.8	7.5	9.1	212	F	EU6
911 Turbo S Cabriolet	427	580	12.1	7.6	9.3	216	F	EU6
Panamera	228	310	11.4	6.9	8.5	199	D	EU6
Panamera 4	228	310	11.6	7.2	8.8	206	E	EU6
Panamera S	309	420	12.1	7.1	8.9	207	E	EU6
Panamera 4S	309	420	12.4	7.3	9.1	211	E	EU6
Panamera GTS	324	440	15.2	7.5	10.3	239	F	EU6
Panamera Turbo	382	520	14.9	7.8	10.4	242	F	EU6
Panamera Turbo S	419	570	14.9	7.8	10.4	242	F	EU6
Panamera Exclusive Series	419	570	15.1	7.9	10.5	245	E	EU6
Macan	185	252	8.6 – 8.4 ²⁾	6.6 – 6.4 ²⁾	7.4 – 7.2 ²⁾	172 – 167 ²⁾	C	EU6
Macan S	250	340	11.6 – 11.3 ²⁾	7.6 – 7.3 ²⁾	9.0 – 8.7 ²⁾	212 – 204 ²⁾	E – D	EU6
Macan S Diesel	190	258	6.9 – 6.7 ²⁾	5.9 – 5.7 ²⁾	6.3 – 6.1 ²⁾	164 – 159 ²⁾	B	EU6
Macan GTS	265	360	11.8 – 11.4 ²⁾	7.8 – 7.4 ²⁾	9.2 – 8.8 ²⁾	215 – 207 ²⁾	E – D	EU6
Macan Turbo	294	400	11.8 – 11.5 ²⁾	7.8 – 7.5 ²⁾	9.2 – 8.9 ²⁾	216 – 208 ²⁾	E – D	EU6
Cayenne Diesel	193	262	7.8 – 7.6 ²⁾	6.2 – 6.0 ²⁾	6.8 – 6.6 ²⁾	179 – 173 ²⁾	B	EU6
Cayenne S	309	420	13.0 – 12.4 ²⁾	8.0 – 7.8 ²⁾	9.8 – 9.5 ²⁾	229 – 223 ²⁾	E – D	EU6
Cayenne S Diesel	283	385	10.3 – 10.1 ²⁾	7.2 – 7.0 ²⁾	8.2 – 8.0 ²⁾	215 – 209 ²⁾	C	EU6
Cayenne GTS	324	440	13.2 – 12.9 ²⁾	8.3 – 8.1 ²⁾	10.0 – 9.8 ²⁾	234 – 228 ²⁾	E – D	EU6
Cayenne Turbo S	419	570	15.9	8.9	11.5	267	F	EU6
Cayenne S E-Hybrid	306	416		20.8	3.4	79	A+	EU6
Panamera S E-Hybrid	306	416		16.2	3.1	71	A+	EU6

¹⁾ I valori combinati riflettono il valore totale dei consumi e delle emissioni dopo l'aggregazione dei valori urbani ed extra-urbani determinata nel NCGE.

²⁾ Range approssimativo che dipende dal tipo di pneumatico utilizzato

³⁾ Potenza totale del sistema

Centro Porsche Padova Srl

Corso Stati Uniti n. 35

35127 Padova (PD)

Tel. +39 049 761 009

www.padova.porsche.it

Aggiornato a: 07/2017
Stampato in Italia