



## **Automobili Lamborghini clôture l'année 2020 avec 7 430 voitures livrées et six nouveaux produits lancés**

- **7 430 Lamborghini livrées dans le monde en 2020**
- **Malgré la pandémie en cours, un record absolu de ventes semestrielles a été établi au cours du second semestre**
- **Un solide portefeuille de commandes couvre déjà plus de la moitié de la capacité de production de 2021**
- **Six nouveaux produits ont été lancés sur le marché : les Lamborghini Huracán EVO RWD coupé et Spyder, la Sián Roadster, l'Essenza SCV12, la Huracán STO et la SC20**
- **Au mois de décembre, Stephan Winkelmann a été nommé président-directeur général**
- **Des initiatives de responsabilité sociale, de la production de masques médicaux au projet culturel « Avec l'Italie, pour l'Italie »**
- **Une forte croissance sur les réseaux sociaux et un lancement sur TikTok**

*Sant'Agata Bolognese, 12 janvier 2021* - Automobili Lamborghini a répondu à une année marquée par les grands défis posés par la pandémie mondiale, avec une immense énergie et détermination. La société a livré 7 430 voitures dans le monde en 2020, soit une baisse de seulement 9 % par rapport à l'année précédente. Cette légère baisse est clairement attribuable à l'arrêt de la production pendant 70 jours au printemps, conformément aux directives du gouvernement italien et afin de protéger la santé des travailleurs pendant la première phase d'urgence. En revanche, le second semestre a enregistré des chiffres de vente record, ce qui a permis d'obtenir le meilleur second semestre de l'histoire de la société en termes de livraisons aux clients.

Les États-Unis se sont confirmés comme le premier marché avec 2 224 voitures, suivis par l'Allemagne (607), la Chine continentale, Hong Kong et Macao (604), le Japon (600), le Royaume-Uni (517) et l'Italie (347). Les deux pays qui ont connu la plus forte croissance sont la Corée du Sud (303 unités, +75 %) et l'Allemagne (607 unités, +8 %). Le SUV Urus, qui a établi l'année dernière un record de production de 10 000 unités, a été le modèle le plus performant avec 4 391 voitures livrées. Les deux gammes de voitures supersportives ont contribué de manière significative aux volumes mondiaux : la Huracán V10 a enregistré une hausse des ventes avec 2 193 voitures vendues (+3 %), tandis que 846 Aventador V12 ont été livrées dans le monde entier.

La nouvelle année 2021 démarre sur une note positive avec un solide portefeuille de commandes : plus de la moitié de la production prévue pour 2021 a déjà été attribuée.

Stephan Winkelmann, le président-directeur général d'Automobili Lamborghini, a commenté : « *Les résultats de 2020 sont la preuve évidente de l'excellent travail qui, en dépit des difficultés rencontrées au cours d'une année marquée par les défis mondiaux, a été réalisé par toute l'équipe Lamborghini avec un immense dévouement et un esprit de résilience. C'est un grand honneur pour moi de faire à nouveau partie de notre avenir : le sens de la communauté ressenti si fortement au cours de l'année écoulée, ainsi que les valeurs de responsabilité sociale et la dynamique d'innovation qui ont toujours distingué Lamborghini, seront la base pour affronter une année 2021*



## Media Information

*chargée de défis, dans le but de consolider la gamme de produits, de rechercher de nouvelles perspectives commerciales et de renforcer encore la marque.»*

### **L'année 2020 en bref : du lancement de six nouveaux produits à un changement de direction**

Malgré la période d'urgence liée à la Covid-19 qui a conduit Lamborghini à un arrêt de production de 70 jours de mars à mai, Lamborghini a réalisé un programme continu de lancement de nouveaux produits : six en douze mois.

Janvier a été l'occasion de présenter la version « coupé » du nouveau Huracán EVO à propulsion (RWD). En mai, Lamborghini a été la première marque automobile à utiliser la réalité augmentée pour le lancement de la Huracán EVO RWD Spyder, la version découvrable de son modèle V10 à propulsion. Le mois de juillet a vu l'arrivée d'une autre voiture à ciel ouvert, mais dans une série très limitée de 19 unités seulement : la Sián Roadster, la première Lamborghini à l'air libre dotée d'une technologie hybride révolutionnaire reposant sur le moteur V12 emblématique de la société. Viennent ensuite l'Essenza SCV12, une hypercar exclusivement destinée aux circuits, en édition limitée à 40 exemplaires, conçue par Lamborghini Squadra Corse et dessinée par Lamborghini Centro Stile, ainsi que la Huracán STO - Super Trofeo Omologata - inspirée des voitures de course Huracán Super Trofeo EVO et GT3 EVO et homologuée pour la route. Enfin, à la fin de l'année, la SC20 a été dévoilée : un spécimen unique de voiture de course à toit ouvert homologuée pour la route, le premier modèle unique à toit ouvrant développé par le département des sports automobiles de Lamborghini et dessiné par le Centro Stile selon les souhaits du client, qui a été impliqué dans le projet dès les premières esquisses des designers de Lamborghini.

Parmi les autres événements importants, citons les jalons en matière de production (10 000 unités pour l'Urus et 10 000 unités pour l'Aventador), l'offre de nouvelles options de personnalisation avec l'introduction de nouvelles couleurs Ad Personam pour les modèles Urus et Huracán, ainsi que la présentation d'une Aventador S spéciale conçue par le designer japonais Yohji Yamamoto lors de l'inauguration du nouveau Lamborghini Lounge à Tokyo.

Le mois de décembre a vu le changement de direction : depuis le 1er décembre 2020, Stephan Winkelmann est le nouveau Président-Directeur Général, succédant à Stefano Domenicali tout en conservant la présidence de Bugatti.

### **Une année d'initiatives en matière de responsabilité sociale**

Lamborghini a réagi rapidement à la première phase de la pandémie et a mené de grandes initiatives de responsabilité sociale tout au long de l'année 2020. Pendant la période de suspension des activités, la société a converti certains de ses départements pour produire des masques médicaux et des visières destinés à l'hôpital Sant'Orsola de Bologne tout en collaborant avec le groupe SIARE Engineering International pour la co-ingénierie et la production de simulateurs pulmonaires.

En septembre, Lamborghini a lancé un vaste projet culturel et artistique intitulé « Avec l'Italie pour l'Italie », conçu comme un acte d'amour d'une entreprise pour son pays, afin de le soutenir dans une période de grands défis. Vingt et un talents italiens de la photographie contemporaine ont été impliqués, chacun étant invité à interpréter et à célébrer la beauté et le caractère unique des régions italiennes avec des modèles Lamborghini anciens et actuels. Lancé initialement par une



## Media Information

campagne sur les réseaux sociaux, le projet a ensuite été traduit en un livre photographique publié par Skira.

Enfin, en décembre, une initiative caritative majeure a été lancée en collaboration avec l'auteure-compositrice-interprète américaine Lady Gaga. Celle-ci visait à soutenir les communautés touchées de manière disproportionnée par la propagation de la pandémie. Les recettes des loteries organisées par Omaze entre novembre et décembre seront reversées à ces communautés, avec la possibilité pour les fans participants de gagner la Huracán EVO RWD figurant dans «911», le dernier single de l'artiste.

### **Une croissance record sur les réseaux sociaux**

La pandémie favorisant l'accélération des chaînes numériques, Lamborghini a renforcé sa stratégie sur les réseaux sociaux et a enregistré une croissance constante tout au long de l'année 2020. Instagram est le réseau social sur lequel l'entreprise a connu le plus grand succès : en un an seulement, le nombre de ses abonnés est passé de 23 à 29 millions, un chiffre qui la place en tête du classement des marques de voitures supersportives les plus populaires sur Instagram. Sur Facebook, Lamborghini est suivie par 12,9 millions de fans, et sur YouTube, ce nombre est passé de 1,1 million à 1,6 million d'abonnés. De plus, en novembre, Lamborghini a été la première entreprise du secteur des supersportives de luxe à établir son propre profil officiel, @lamborghiniofficial, sur TikTok, la plateforme de création et de partage de courtes vidéos à partir d'appareils mobiles, l'une des plus appréciées de la génération Z et des Millennials. En un peu moins de deux mois, le profil a atteint plus de 131 000 followers.

### **Élargissement de la marque Lamborghini**

L'année 2020 a également été une année de partenariats majeurs pour Lamborghini, qui a noué des liens avec des partenaires de premier plan, offrant l'accès à des produits de qualité supérieure dans de nouveaux domaines, et créant ainsi des produits comarqués exclusifs et uniques. Le groupe LEGO compte parmi ses partenariats les plus prestigieux, avec la Lamborghini Sián FKP 37 LEGO® Technic™, un modèle à l'échelle 1:8 composé de 3 696 pièces qui reproduit à la perfection l'époustouflante supersportive hybride Lamborghini.

Dans le domaine de la mode, Lamborghini s'est associé avec le célèbre styliste Yohji Yamamoto et avec Supreme, la marque new-yorkaise emblématique de street wear, conduisant au lancement d'une collection capsule qui a été épuisée en 48 heures seulement. Dans le secteur nautique, Lamborghini a conclu un accord avec The Italian Sea Group et a présenté en première mondiale le Tecnomar for Lamborghini 63: le nouveau yacht motorisé de la flotte Tecnomar, une édition limitée célébrant l'anniversaire de la fondation de Lamborghini. L'année s'est conclue par la collaboration entre Lamborghini et Ducati et le lancement de la Ducati Diavel 1260 Lamborghini, une moto en édition limitée inspirée de la Lamborghini Sián avec seulement 630 modèles disponibles à la vente, pour la plus grande joie des amateurs et collectionneurs de motos du monde entier.



## Media Information

### 2020: une année de trois anniversaires historiques

L'année 2020 a été ponctuée des anniversaires de trois modèles historiques. Deux d'entre eux célébraient leur 50<sup>e</sup> anniversaire: l'Urraco, un modèle qui se distingue par l'introduction de solutions techniques très innovantes pour l'époque, et la Jarama GT, la toute dernière évolution du concept de berline grand tourisme 2+2 de la société. La Diablo, l'une des voitures les plus emblématiques de l'histoire des supersportives Lamborghini, lancée en janvier 1990, a pour sa part fêté son 30<sup>e</sup> anniversaire.

### Lamborghini Squadra Corse

D'excellents résultats ont également été obtenus par la Squadra Corse, le département des sports automobiles d'Automobili Lamborghini. L'année 2020 a été marquée par la production de la 490e voiture de course de la Squadra Corse depuis 2009. En outre, elle a dévoilé l'Essenza SCV12, une supercar en édition limitée destinée uniquement aux circuits, et la SC20, le deuxième modèle de voiture en exemplaire unique signé par la Squadra Corse, toutes deux équipées du moteur V12 atmosphérique. Parmi les différents succès obtenus sur la piste, Lamborghini a remporté en janvier, pour la troisième année consécutive, les 24 Heures de Daytona, la course d'endurance la plus célèbre d'Amérique, qui donne le coup d'envoi du championnat IMSA, consolidant ainsi le palmarès de la société dans la catégorie GTD.

Photos et vidéos : [media.lamborghini.com](https://media.lamborghini.com)

Information sur Automobili Lamborghini : [www.lamborghini.com](https://www.lamborghini.com)



#### Automobili Lamborghini S.p.A. Regional Offices

Europe, Middle East & Africa  
(EMEA)  
Emanuele Camerini  
T +39 342 567 5842  
[emanuele.camerini@lamborghini.com](mailto:emanuele.camerini@lamborghini.com)

West Europe  
(France, Belgium, Monaco, Swiss, Spain, Portugal)  
Ronan Erb  
T +33 (0)6 82 22 88 13  
[ronan.erb@lamborghini.com](mailto:ronan.erb@lamborghini.com)

West Europe PR Agency - France, Belgium, Monaco, Swiss  
(Pascale Venot)  
Christine Pigot-Sabatier  
T +33 (0)1 53 53 41 29  
[christine@pascalavenot.fr](mailto:christine@pascalavenot.fr)

#### Headquarters

Chief Marketing & Communication Officer  
Katia Bassi  
T +39-051 9597611

Head of Communication  
Gerald Kahlke  
T +39 051 9597611  
[gerald.kahlke@lamborghini.com](mailto:gerald.kahlke@lamborghini.com)

Brand & Corporate Communication  
Clara Magnanini  
T +39 051 9597611  
[clara.magnanini@lamborghini.com](mailto:clara.magnanini@lamborghini.com)

Product Media Events & Brand Extension  
Rita Passerini  
T +39 051 9597611  
[rita.passerini@lamborghini.com](mailto:rita.passerini@lamborghini.com)

Motorsport Communication  
Francesco Colla  
T +39 051 2156850  
[extern.francesco.colla@lamborghini.com](mailto:extern.francesco.colla@lamborghini.com)

Polo Storico & Heritage  
Massimo Delbò  
T +39 3331619942  
[massimo@delbo.us](mailto:massimo@delbo.us)