



Lamborghini e le sfide alla supply chain, le prospettive future e il caso virtuoso del fornitore ucraino Leoni

L'intervista a Silvano Michieli, Chief Procurement Officer di Lamborghini

Sant'Agata Bolognese, 20 giugno 2022 - Il mondo della supply chain internazionale dal 2020 sta attraversando un contesto politico, sociale ed economico anomalo per effetto della pandemia, della carenza dei semiconduttori e della guerra Russia-Ucraina. La resilienza di Lamborghini ha consentito all'azienda di attraversare queste sfide con grande solidità, fino al raggiungimento di risultati commerciali e finanziari da record. Qual è stata la strategia di Lamborghini per garantire la continuità di produzione? Con che approccio si sta preparando al futuro? Questi e il caso della cooperazione virtuosa col fornitore ucraino Leoni sono tra gli argomenti affrontati con Silvano Michieli, Chief Procurement Officer di Automobili Lamborghini.

Come sta reagendo Lamborghini alle sfide alla catena di fornitura derivanti dall'attuale contesto geopolitico?

"Prima il Covid, poi il tema legato a semiconduttori ed ancora il conflitto ucraino e le politiche di protezionismo: in questo contesto Lamborghini ha fatto e sta continuando a fare un'azione di limitazione del rischio e di messa in sicurezza della catena di fornitura. Le nostre principali iniziative sono state da un lato creare un rapporto ancora più stretto con alcuni nostri fornitori strategici, passando da una relazione più tradizionale "Fornitore - Cliente" ad una più di partnership. Dall'altro abbiamo introdotto un approccio più proattivo e di analisi, che ci permette di anticipare una nuova crisi del settore. Siamo convinti che, oggi più che mai, sia essenziale un approccio da problem solving in un contesto internazionale, che ci presenterà sempre più sfide e sempre più crisi."

Nel caso specifico della guerra in Ucraina, Lamborghini è in stretto contatto con i propri fornitori sul territorio, attraverso una task force di emergenza creata dal Gruppo Volkswagen e incaricata di garantire la continuità della fornitura. Tra questi è emerso il caso della cooperazione con l'azienda Leoni, che produce cablaggi per il modello Huracán nella parte ovest del paese.

"Gli operatori di Leoni sono sottoposti ad enormi sacrifici per mantenere viva la produzione e con questa anche la capacità produttiva del loro paese. Alternano l'attività ai momenti di coprifuoco, in cui sono costretti a rifugiarsi all'interno dei sotterranei dello stabilimento produttivo. Il coraggio che dimostrano, l'attaccamento al lavoro e l'amore per il loro paese sono eroici e Lamborghini ne è profondamente riconoscente."

In caso di futuro stop delle attività produttive di Leoni, come pensate di gestire?

"Il nostro approccio è quello di duplicare e non riallocare, con una strategia di "dual production". I nostri fornitori basati in Ucraina, grazie al nostro aiuto, stanno duplicando la capacità tecnica in alcuni loro stabilimenti europei. In questo modo manterremmo inalterata la relazione con i nostri fornitori, che continuerebbero a produrre all'interno delle loro fabbriche in Ucraina, ed in più li affiancheremmo in questo percorso di duplicazione dello stabilimento al di fuori dei confini di



guerra. Questo nel caso che il conflitto in corso provocasse nuovi fermi produttivi in Ucraina, pur nella speranza che questo non accada. Si tratta di un segnale di fiducia e riconoscenza che stiamo dando ai lavoratori della nostra catena di fornitura in Ucraina, impegnati ogni giorno per garantirci continuità produttiva."

Un quadro che evidenzia quanto i fornitori siano considerati e gestiti da Lamborghini come partner di progetto con ruoli anche invertiti: la Casa di Sant'Agata Bolognese spesso diventa anche "consulente" nella ricerca delle materie prime, come nel caso di carbonio o microchips. Ma per assumere la qualifica di fornitore, il percorso è articolato in un processo di rating piuttosto severo.

Come vengono selezionati i fornitori in Lamborghini? Quali gli indicatori e requisiti che devono possedere?

"Per noi è molto importante verificare la sostenibilità e l'affidabilità finanziaria dei nostri fornitori e della loro catena di fornitura. Perché è vero che c'è un aspetto economico da considerare, ma è altrettanto vero che ci troviamo di fronte ad importanti stress finanziari conseguenti alle crisi che si sono susseguite a livello globale negli ultimi anni. Oltre alla marginalità, oggi siamo molto attenti alla solidità dei nostri fornitori e la relazione sempre più di partnership che tendiamo a instaurare permette loro di conoscere fin da subito le nostre richieste e ottimizzare le future forniture in termini di tempo e costi. Oltre alla stabilità finanziaria, prestiamo molta attenzione anche alle performance sul piano dello sviluppo e delle innovazioni, alla qualità e alla logistica in termini di sicurezza delle consegne."

Un fattore di successo e di qualità della strategia di procurement di Lamborghini è anche il bilanciamento tra fornitori altamente strutturati, che orbitano all'interno delle forniture del gruppo Volkswagen e in grado di offrire determinate tecnologie o componenti specifici, e una serie di fornitori di più piccole dimensioni, ma altamente specializzati e in grado di fornire prodotti specifici per l'unicità della manifattura Lamborghini.

Lamborghini è parte del gruppo Volkswagen. Parlando di sinergie, in cosa sta beneficiando maggiormente sotto l'aspetto della catena di approvvigionamento?

"Far parte di un gruppo come Volkswagen ha notevoli vantaggi e lo sta dimostrando, ad esempio, dalla crisi dei semiconduttori. Lamborghini, avendo uno dei margini di contribuzioni più alti del gruppo, ha la priorità sulla fornitura. Poi c'è l'accesso ad una serie di tecnologie, che il gruppo mette a disposizione, importantissime per la nostra evoluzione. Parliamo di tecnologie che normalmente non sarebbero alla portata di una azienda di piccole dimensioni come la nostra, ma che permettono di avere accesso a soluzioni innovative in via esclusiva e con un chiaro vantaggio competitivo rispetto ai nostri concorrenti."

Dalle sfide attuali alle prospettive future. Lamborghini è oggi impegnata a ripensare la gestione di stock lungo la catena di fornitura, nella consapevolezza che in futuro le componentistiche e forniture di base, le più determinati per tutto il ciclo produttivo, saranno quelle più esposte a problemi di discontinuità.



La globalizzazione, per come la conosciamo, è destinata a cambiare. Molti economisti e storici parlano di declino della globalizzazione e inizio di un trend di de-globalizzazione. Qual è il suo punto di vista sull'argomento?

"Io credo che fenomeni come la globalizzazione siano irreversibili. I prodotti sono l'insieme di tante aree geografiche che intervengono nel ciclo produttivo. Credo sia utopistico e miope pensare ad una deglobalizzazione estrema. Credo più in una revisione degli attuali processi e logiche di fornitura, che però sono all'interno di una naturale evoluzione del settore a seguito del nuovo contesto"

Foto e video: media.lamborghini.com

Informazioni su Automobili Lamborghini: www.lamborghini.com



Automobili Lamborghini S.p.A.
Headquarters

Head of Communication
Tim Bravo
T +39 051 9597611
tim.bravo@lamborghini.com

Brand & Corporate Communication
Clara Magnanini
T +39 051 9597611
clara.magnanini@lamborghini.com

Product & Brand Extension Communication
Rita Passerini
T +39 051 9597611
rita.passerini@lamborghini.com

Motorsport Communication
Francesco Colla
T +39 051 2156850
extern.francesco.colla@lamborghini.com

Polo Storico & Heritage
Massimo Delbo
T +39 3331619942
massimo@delbo.us

Regional Offices

Europe, Middle East & Africa
Emanuele Camerini
T +39 342 567 5842
emanuele.camerini@lamborghini.com

Asia Pacific
Tricia Tan
T +65 9073 3031
tricia.tan@lamborghini.com

North & South America
Jory Wood Syed
T +1 332 220 5217
jory.syed@lamborghini.us

United Kingdom
Juliet Jarvis
T +44 (0) 7733 224774
juliet@jic.uk.com

Chinese Mainland, Hong Kong & Macau
Ma Weichao (Ms.) 马唯超
T +86 138 1009 5399
weichao.ma@lamborghini.com

Japan
Yasuki Yamagishi
T +81 801 1343 7756
yasuki.yamagishi@lamborghini.com

South-East Asia & Pacific
Alethea Tan
T +65 8711 1329
alethea.tan@lamborghini.com