



## **La strategia di Lamborghini che ha guidato i suoi ultimi successi finanziari**

### **L'intervista a Paolo Poma, CFO e Managing Director della Casa del Toro**

*Sant'Agata Bolognese, 9 agosto 2022 - Automobili Lamborghini ha appena chiuso il miglior semestre di tutta la sua storia: vendite, fatturato, risultato operativo e profittabilità sono i più alti di sempre. Una scia di costante successo e risposte positive dal mercato, che confermano l'Azienda in uno stato di grande solidità e forte attrattività a livello internazionale, nonostante le incertezze e sfide date dal contesto geopolitico e il perdurare della pandemia.*

La strategia finanziaria che sta guidando questi risultati e le ambizioni future della Casa del Toro sono tra gli argomenti trattati nell'intervista con Paolo Poma, Chief Financial Officer e Managing Director di Automobili Lamborghini.

**Lamborghini nel 2021 ha impressionato con una crescita eccezionale, con un livello di rendimento che è più del doppio rispetto al 2018. Questo trend si è confermato anche nei primi sei mesi e continuerà fino a fine anno?**

*Per quanto riguarda Lamborghini, nel 2022 questo trend ha visto una sua ulteriore accelerazione. Usciamo da un periodo di due anni di pandemia, durante i quali, grazie a una reazione tempestiva, abbiamo potuto continuare nel nostro percorso di crescita ed in particolar modo sul fronte del margine operativo, che ha sempre più una connotazione tipica del mondo luxury.*

*Ci siamo dati un obiettivo chiaro di essere best in class entro il 2025 e siamo sulla buona strada. I risultati del primo semestre rafforzano la convinzione di poter chiudere l'esercizio con risultati in forte crescita rispetto al 2021.*

Nei primi sei mesi di quest'anno le consegne globali si sono attestate a 5.090 unità (+4,9%), mentre sul fronte degli indicatori finanziari il fatturato ha raggiunto 1,332 miliardi di euro, in aumento del 30,6% rispetto ai primi sei mesi del 2021. Anche il risultato operativo ha fatto registrare un incremento, confrontato con l'anno precedente, del 69,6%, passando da 251 a 425 milioni di euro. Il corrispondente margine operativo ha raggiunto il 31,9%, superando il 24,6% raggiunto nello stesso periodo del 2021.

Lamborghini punta a un obiettivo finanziario per i prossimi anni ancora più sfidante: spingere il livello di redditività tra il 22% e il 25% nel medio periodo.

**I livelli di profittabilità di Lamborghini sono oggi da top player del settore del lusso. Cosa ha permesso questo salto?**

*Noi oggi possiamo dire, con grande orgoglio, che a tutti gli effetti siamo un brand del lusso.*

*Ciò nonostante, ci confrontiamo anche con le complessità del nostro segmento di riferimento, cioè quello dell'automotive. Questo è molto importante da ricordare, non è banale avere una profittabilità comparabile ad aziende come quelle del segmento generale lusso, che sono molto meno capital intensive.*



*Nel segmento generale del lusso, il fattore principale di sostenibilità finanziaria è l'alta marginalità di prodotto, sulla quale abbiamo lavorato moltissimo negli ultimi cinque anni, con un chiaro obiettivo: sostituire i prodotti precedenti con dei successori a più alta marginalità. Su questo non possiamo derogare, non possiamo accettare compromessi. E' necessario continuare questo percorso di crescita con prodotti sempre più attraenti per il mercato, ma contemporaneamente anche a più alta marginalità.*

**Qual è la strategia finanziaria che ha guidato il salto di questi ultimi anni?**

*Negli ultimi 5 anni la nostra crescita è stata maggiormente contraddistinta dall'attenzione a tre importanti fattori.*

*Il primo: lo sviluppo del business, dalla gamma prodotto ai livelli dimensionali dell'azienda. Operiamo in un settore che è totalmente guidato dal prodotto, da cui non possiamo prescindere. Partendo dal prodotto abbiamo sviluppato e supportato dal lato finanziario lo sviluppo del nostro terzo modello, la Urus, con cui abbiamo fatto un grande salto dimensionale nella top-line.*

*Il secondo fattore, che richiede però più tempo per poter essere sviluppato, è l'aumento della marginalità di prodotto. Come è intuibile, questo non avviene dall'oggi al domani, visti i cicli di sviluppo molto lunghi in automotive, che possono richiedere anche fino a cinque anni. E' stato un processo sviluppato negli anni, abbiamo selettivamente valutato il posizionamento sul mercato e valorizzato le opportunità che di volta in volta incontravamo sul nostro percorso.*

*Terzo fattore, la gestione della crescita. Questo significa controllare gli investimenti e i costi fissi. E' chiaro che in un'azienda che cresce devono crescere anche i costi fissi, ma anche su quello va fatta un'attenta analisi del dimensionamento del costo fisso, che deve essere sempre in linea con la crescita attesa. Nel momento in cui l'azienda sta mettendo in pista una crescita importante, allo stesso modo anche la struttura dovrà crescere. Al tempo stesso però tale crescita va controllata e mantenuta all'interno di target in grado di garantire la sostenibilità del processo, per permettere poi la tanto auspicata marginalità.*

I più recenti accadimenti insegnano come le strategie di business vincenti sono quelle capaci di adattarsi ai nuovi contesti con grande velocità: la gestione del rischio è diventata una delle principali responsabilità in ambito finanziario e in Lamborghini ha permesso di affrontare periodi di sfide e incertezze a livello geopolitico con solidità e grande flessibilità. Dall'altro ci sono le nuove tecnologie e una digitalizzazione sempre più spinta, opportunità che la stessa Lamborghini, anche in ambito finanziario, monitora costantemente: l'innovazione tecnologica è da sempre parte del DNA dell'Azienda ed è il ponte verso un futuro di nuove possibilità.

**Parlando di futuro, quali saranno le competenze essenziali per il CFO di domani?**

*Il ruolo del CFO è cambiato moltissimo negli ultimi vent'anni. Non si occupa più solamente di finanza, di accounting, di controllo, di gestione, ma ha assunto sempre maggiore peso dal punto di vista del finance. Accanto a questo, nel tempo ha sviluppato anche una mansione di business*



## Intervista

*partner, che lo ha posto in grado di valutare le opzioni e le alternative dei vari stakeholder e scegliere quelle a maggior valore, a maggior prospettiva, in funzione delle risorse disponibili.*

*Il nuovo CFO sarà sempre più sintonizzato sui mega trend, uno su tutti per noi dell'automotive quello della elettrificazione, che sarà una vera rivoluzione per il settore, e della digitalizzazione. Un manager sempre più integrato nella creazione delle strategie a 360°.*

Foto e video: [media.lamborghini.com](https://media.lamborghini.com)

Informazioni su Automobili Lamborghini: [www.lamborghini.com](https://www.lamborghini.com)



### Automobili Lamborghini S.p.A.

#### Headquarters

Director of Communication

Tim Bravo

T +39 051 9597611

[tim.bravo@lamborghini.com](mailto:tim.bravo@lamborghini.com)

Brand & Corporate Communication

Clara Magnanini

T +39 051 9597611

[clara.magnanini@lamborghini.com](mailto:clara.magnanini@lamborghini.com)

Product & Brand Extension Communication

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 Delbo

T +39 3331619942

[massimo@delbo.us](mailto:massimo@delbo.us)

---

### Regional Offices

Europe, Middle East & Africa

Liliya Dovbenchuk

T +39 349 756 2077

[liliya.dovbenchuk@lamborghini.com](mailto:liliya.dovbenchuk@lamborghini.com)

Asia Pacific

Tricia Tan

T +65 9073 3031

[tricia.tan@lamborghini.com](mailto:tricia.tan@lamborghini.com)

South-East Asia & Pacific

Alethea Tan

T +65 8711 1329

[alethea.tan@lamborghini.com](mailto:alethea.tan@lamborghini.com)

United Kingdom

Juliet Jarvis

T +44 (0) 7733 224774

[juliet@jic.com](mailto:juliet@jic.com)

Chinese Mainland, Hong Kong & Macau

Ma Weichao (Ms.) 马唯超

T +86 138 1009 5399

[weichao.ma@lamborghini.com](mailto:weichao.ma@lamborghini.com)

India

Meghana Dave

T +91 96194 07009

[extern.meghana.dave@lamborghini.com](mailto:extern.meghana.dave@lamborghini.com)

North & South America

Jory Wood Syed

T +1 332 220 5217

[jory.syed@lamborghini.us](mailto:jory.syed@lamborghini.us)

Japan

Yasuki Yamagishi

T +81 801 1343 7756

[yasuki.yamagishi@lamborghini.com](mailto:yasuki.yamagishi@lamborghini.com)



Intervista