



Informazioni per i media

Lamborghini Day Japan 2025 entusiasmo Tokyo con il debutto nel Sud-Est asiatico di Fenomeno e di un'esclusiva Revuelto Ad Personam

Performance e passione si incontrano in Giappone: una straordinaria celebrazione delle iconiche supercar Lamborghini, accompagnata da una spettacolare sfilata di oltre 100 orgogliosi proprietari.

Tokyo, 27 ottobre 2025 – Tokyo si è illuminata in stile Lamborghini in occasione del Lamborghini Day Japan 2025, che ha visto il complesso Ariake Urban Sports Park — originariamente creato per i Giochi Olimpici di Tokyo 2020 — trasformarsi in un palcoscenico di passione, performance e design. Oltre 500 tra proprietari, giornalisti e moltissimi appassionati presenti in Giappone e nel Sud-Est asiatico si sono riuniti per un'indimenticabile celebrazione dell'innovazione e delle emozioni di guida che il marchio è in grado di offrire.

La straordinaria sfilata di oltre 100 Lamborghini è iniziata sull'isola Umi-no-Mori Park, situata nella baia di Tokyo. Passando davanti a importanti realtà culturali come il teatro Kabuki-za, attraversando il vivace quartiere di Ginza e percorrendo il Rainbow Bridge da cui si può ammirare tutto lo skyline della città, la sfilata è riuscita a comunicare l'immagine e l'eleganza inconfondibili di Lamborghini, culminando con uno spettacolare arrivo al complesso sportivo Ariake Urban Sports Park.

"La celebrazione del Lamborghini Day 2025 a Tokyo è stata davvero speciale perché questa è una città in cui tradizione e innovazione si fondono, riflettendo perfettamente lo spirito del nostro marchio. Considerato il profondo apprezzamento per l'artigianalità, la precisione e il design, il Giappone è sempre stato uno dei mercati più in sintonia con i valori Lamborghini. L'evento di stasera, oltre che una vetrina dei modelli e delle innovazioni sostenibili più recenti che proponiamo, è stato un'occasione per condividere questa incredibile energia con la nostra fedele comunità di appassionati", ha dichiarato Stephan Winkelmann, Presidente e CEO di Automobili Lamborghini.

La serata ha visto anche la première, nell'area del Sud-Est asiatico, di due modelli straordinari: Fenomeno, la few-off con il più potente motore V12 di Lamborghini, e una Revuelto Ad Personam in configurazione speciale che incarna perfettamente lo spirito del programma di personalizzazione Lamborghini.

Fenomeno è un'edizione limitata di sole 29 unità. Design esclusivo e aerodinamica studiata su misura, ma non solo: Fenomeno è dotata anche del più potente V12 nella storia di Lamborghini, affiancato da tre motori elettrici.

Il suo propulsore combina un motore V12 ad aspirazione naturale da 835 CV con tre motori elettrici che aggiungono altri 245 CV, per una potenza totale di 1080 CV. La vettura è in grado di accelerare da 0 a 100 km/h in soli 2,4 secondi e raggiungere una velocità massima di 350 km/h. Contraddistinta da una potenza straordinaria e senza precedenti, Fenomeno consente al conducente di sfruttare pienamente il suo potenziale grazie a soluzioni tecniche pionieristiche introdotte per la prima volta su una Lamborghini, tra cui il sensore 6D e i freni in carboceramica CCM-R Plus. Dotata di un leggero telaio monoscocca in fibra di carbonio



Informazioni per i media

con soluzioni aerodinamiche di livello superiore, Fenomeno fonde perfettamente la tradizione del design italiano con tecnologie all'avanguardia, per offrire un'esperienza di guida senza pari.

Il suo debutto è associato a quello di un'esclusiva Revuelto Ad Personam, dotata sia di un motore V12 ad aspirazione naturale, che ripropone le emozioni che hanno fatto la storia di Lamborghini, sia di tre motori elettrici che rappresentano l'innovazione e la capacità del marchio di guardare al futuro — due anime diverse ma strettamente interconnesse.

All'esterno, una finitura a gradiente longitudinale passa dal bianco (Bianco Asopo) al rosso (Rosso Khonsu), un'audace novità presentata per la prima volta in Giappone. È infatti la prima volta che, su una vettura Lamborghini, si fa ricorso a un effetto sfumato longitudinale che rappresenta una significativa innovazione nel design esterno. Questa progressione cromatica, che trae ispirazione dalla cultura giapponese in cui il bianco e il rosso sono simboli di buon auspicio, legati a feste e celebrazioni, crea un sorprendente impatto visivo. Nell'universo Lamborghini, questi stessi colori hanno anche un significato più profondo: il bianco è espressione di eleganza e fascino senza tempo, mentre il rosso mette in risalto sportività e prestazioni — due tratti inscindibili ed essenziali del DNA del marchio. Richiamando sia la bandiera nazionale che l'estetica tradizionale, questa palette di colori evoca l'unione di prestazioni, innovazione ed eleganza: una vera testimonianza della maestria e della visione Lamborghini.

All'interno, artigianalità e contrasti sono gli elementi che contraddistinguono l'abitacolo di Revuelto Ad Personam. Per la prima volta, l'interno è suddiviso in due emisferi contrastanti che richiamano la doppia anima di questa vettura. L'asse di questa divisione è il tunnel centrale, impreziosito da un flap start & stop che ripropone l'effetto sfumato longitudinale dell'esterno e mette in risalto la maestria artigianale di Lamborghini. A sottolineare ulteriormente questa dualità, l'abitacolo presenta cuciture dai colori contrastanti: bianche sul lato passeggero e rosse sul lato conducente. Il ricamo "ANIMAE" e le pinze dei freni invertono questo schema, con cuciture bianche sul lato rosso e cuciture rosse sul lato bianco, creando un gioco visivo che evidenzia l'intimo legame tra le parti.

Grazie all'uso di strutture temporanee che riducono al minimo l'impatto ambientale e incoraggiano l'uso adattativo dello spazio, il complesso Ariake Urban Sports Park è un perfetto esempio di approccio lungimirante alla progettazione urbana sostenibile. Questi valori ribadiscono l'impegno di Lamborghini per la mobilità sostenibile, dall'ibridazione di tutta la gamma di modelli alle innovazioni nei materiali leggeri e alla produzione ad alta efficienza energetica. Come marchio che guarda al futuro sostenendo le prestazioni con responsabilità, Lamborghini ritrova in questo luogo, che racconta di flessibilità, innovazione e consapevolezza ambientale, il suo palcoscenico ideale.

A preparare il terreno per il debutto di Fenomeno, una sorprendente esposizione di leggendarie icone Lamborghini, veri e propri capolavori realizzati in edizione limitata, che riassumono la storia e l'attitudine all'innovazione della Casa di Sant'Agata Bolognese: Reventón, ispirata al design all'avanguardia dei jet da combattimento; Centenario, creata puntando alla perfezione per commemorare il 100° anniversario di Ferruccio Lamborghini; Sián, che segna l'alba dell'elettrificazione con la prima tecnologia ibrida e Countach LPI 800-4, un omaggio contemporaneo alla leggendaria Countach.



Informazioni per i media

Nell'area esterna, Lamborghini ha presentato la sua gamma più completa di supersportive, affiancando tre modelli ibridi — Revuelto¹, Temerario² e Urus SE³ — che illustrano le tappe fondamentali della strategia Direzione Cor Tauri verso un futuro sostenibile. Con l'introduzione di Temerario, Lamborghini diventa il primo marchio nel segmento delle supersportive a realizzare una gamma completamente ibrida, creando un nuovo punto di riferimento.

Nell'area dedicata all'off-road, Urus SE, Huracán Sterrato e la leggendaria LM002 hanno messo in luce lo spirito pionieristico di Lamborghini anche in materia di prestazioni fuoristrada e versatilità.

In occasione del suo 10° anniversario, Lamborghini Polo Storico ha celebrato il patrimonio storico del marchio con l'esclusiva Miura SVR, versione racing della leggendaria Miura. Al contempo, Centro Stile, guidato dal Design Director Mitja Borkert, ha illustrato in modo creativo la filosofia di design del marchio con un esclusivo schizzo dal vivo del modello in edizione limitata, Fenomeno.

Per restare in tema di innovazione, gli ospiti hanno potuto esplorare Temerario attraverso la realtà virtuale resa possibile da Apple Vision Pro. Questa presentazione all'avanguardia ha offerto uno sguardo immersivo sul linguaggio di design della vettura e sulla visione futura, sottolineando il costante impegno di Lamborghini nel promuovere l'innovazione digitale e nuove esperienze nel settore automotive.

Oltre a esporre queste splendide vetture, Lamborghini ha collaborato con i suoi partner ufficiali per arricchire l'esperienza lifestyle. Il marchio italiano di caffè premium **Lavazza** ha portato eleganza e gusto raffinato alla serata, deliziando gli ospiti con creazioni speciali a base di caffè, mentre la maison di champagne **Champagne Carbon** ha servito la sua cuvée distintiva. Il produttore svizzero di orologi di lusso **Roger Dubuis** ha presentato una fusione squisita di artigianalità, tecnologia all'avanguardia e lusso raffinato, accanto alla Huracán Super Trofeo EVO2, di cui è sponsor, riflettendo il suo legame con il mondo del motorsport.

"Per Lamborghini, il Giappone è il primo mercato nel sud-est asiatico e il terzo più grande al mondo — una dimostrazione del profondo apprezzamento di questo Paese per il design, l'artigianalità e l'innovazione. Il debutto nel sud-est asiatico di Fenomeno e dell'edizione speciale di Revuelto Ad Personam a Tokyo sottolinea sia l'importanza di questo mercato che il nostro impegno a promuovere la creatività, la tecnologia e il coinvolgimento emozionale. Questi due modelli incarnano l'essenza stessa del DNA Lamborghini e rafforzano ulteriormente il nostro solido rapporto con una delle più esigenti ed entusiaste comunità Lamborghini", ha affermato Francesco Scardaoni, Regional Director di Automobili Lamborghini Asia Pacific.

¹ Revuelto: Consumo energetico combinato: 10,1 kWh/100 km più 11,86 l/100 km; emissioni di CO₂ combinate: 276 g/km; classe di efficienza emissioni CO₂ combinate: G; classe CO₂ con batteria scarica: G; consumo carburante combinato con batteria scarica: 17,8 l/100 km

² Temerario: Consumo energetico combinato: 26,8 kWh/100 km più 11,2 l/100 km; emissioni di CO₂ combinate: 272 g/km; classe di efficienza emissioni CO₂ combinate: G; classe CO₂ con batteria scarica: G; consumo carburante combinato con batteria scarica: 14 l/100 km

³ Urus SE: Consumo energetico combinato: 39,5 kWh/100 km più 5,71 l/100 km; emissioni di CO₂ combinate: 140 g/km; classe di efficienza emissioni CO₂ combinate: E; classe CO₂ con batteria scarica: G; consumo carburante combinato con batteria scarica: 12,9 l/100 km



Informazioni per i media

Paolo Sartori, Head of Japan, ha aggiunto *"Il Lamborghini Day Japan è una straordinaria celebrazione dello spirito che definisce i proprietari delle nostre vetture — una comunità di appassionati estimatori che, nel sud-est asiatico, si distinguono anche per il numero di vetture in edizione limitata. Il Giappone è, quindi, il palcoscenico ideale per il debutto di Fenomeno e dell'esclusiva Revuelto Ad Personam. L'edizione speciale di Revuelto Ad Personam testimonia il profondo apprezzamento del Giappone per la personalizzazione, Paese in cui identità ed emozioni si esprimono attraverso il design, una vera e propria riproposizione dello spirito della famiglia Lamborghini qui in Giappone"*.

Automobili Lamborghini

Fondata nel 1963 a Sant'Agata Bolognese, Automobili Lamborghini è un'icona globale di maestria automotive italiana. Dopo 60 anni trascorsi a creare alcune delle auto più iconiche nella storia dell'automobilismo, Lamborghini è diventato il primo brand nel segmento delle supersportive a offrire una gamma completamente ibrida: Revuelto, HPEV (High Performance Electric Vehicle) V12; Urus SE, il primo Super SUV ibrido plug-in; e Temerario, unica supersportiva di serie in grado di raggiungere i 10.000 giri al minuto, grazie al suo nuovissimo V8 biturbo. Insieme, ridefiniscono le prestazioni e riducono significativamente le emissioni. Da oltre un decennio la sede produttiva è carbon neutral e rispecchia il più ampio impegno di Automobili Lamborghini a ridurre le emissioni di carbonio nell'intera catena di valore attraverso il programma "Direzione Cor Tauri". Con orgoglio, ogni Lamborghini è ideata, progettata e costruita in Italia, in uno stabilimento che produce ad oggi oltre 10.000 vetture all'anno ed è leader sia per innovazione che per sostenibilità. Con circa 3.000 dipendenti e una presenza in 56 Paesi attraverso i suoi 185 concessionari, Automobili Lamborghini continua a rompere gli schemi rimanendo fedele ai propri valori: coraggio, imprevedibilità e autenticità.

Foto e video: media.lamborghini.com

Informazioni su Automobili Lamborghini: www.lamborghini.com



Automobili Lamborghini S.p.A.

Headquarters

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

Social Media & Digital Communication
Chiara Busolo
T +39 340 0791871
chiara.busolo@lamborghini.com

Brand & Corporate Communication
Camilla Manzotti
T +39 360 1077907
camilla.manzotti@lamborghini.com

Motorsport Communication
Giovanni Zini
T +39 342 1318474
giovanni.zini@lamborghini.com

Product & Motorsport Communication
Francesco Colla
T +39 348 8629861
extern.francesco.colla@lamborghini.com

Heritage Communication
Enrico Pavesi
T +39 345 6749362
extern.enrico.pavesi@lamborghini.com

Regional Offices

North & South America
Jory Wood Syed

Europe, Middle East & Africa
Liliya Dovbenchuk

Asia Pacific
Tricia Tan



Informazioni per i media

T +1 332 220 5217
jory.syed@lamborghini.us

T +39 349 756 2077
liliya.dovbenchuk@lamborghini.com

T +65 9073 3031
tricia.tan@lamborghini.com