



Automobili Lamborghini celebra la Giornata Internazionale dei Diritti delle Donne con il video “Choose your own drive”

Un manifesto visivo sull'autodeterminazione femminile che riflette l'evoluzione di una community di clienti e dipendenti in crescita

Sant'Agata Bolognese, 6 marzo 2026 – In occasione della Giornata Internazionale dei Diritti delle Donne, Automobili Lamborghini presenta il video manifesto “Choose your own drive”, un progetto che racconta in chiave contemporanea il tema della libertà di scelta e dell'autodeterminazione femminile.

Il video si sviluppa come un percorso simbolico in tre atti – bellezza, formalità, ruolo sociale – che mostrano come stereotipi, aspettative culturali e modelli predefiniti possano trasformarsi in vincoli invisibili. Non è sufficiente “voler scegliere”: spesso ciò che appare come identità o successo può diventare una struttura che limita le azioni. Nella prima scena la bellezza si fa immobilità, nella seconda l'eleganza diventa imposizione che vincola, nella terza i gioielli si trasformano in maschera, simbolo di un ruolo assegnato. Solo nella scena finale la protagonista compie un atto consapevole: sceglie di legarsi unicamente a ciò che decide per sé stessa, la cintura di sicurezza della propria Lamborghini. L'unico vincolo scelto.

Il progetto creativo si inserisce in una visione più ampia che vede Lamborghini impegnata nel promuovere un'immagine della donna protagonista del proprio percorso, dentro e fuori dall'azienda.

Una community femminile in crescita

La crescente presenza femminile nella community Lamborghini conferma un'evoluzione strutturale nel mondo delle supersportive di lusso. Negli ultimi cinque anni, il valore assoluto delle donne all'interno della customer base è cresciuto in modo significativo, registrando un aumento del 30%. Oggi, tra i clienti attivi a livello globale, circa una su dieci è donna, con percentuali più elevate nell'area Asia-Pacifico e punte particolarmente significative in mercati come Cina e Corea. La quota di nuove clienti si attesta tra il 10% e il 13%, con un profilo mediamente più giovane rispetto a quello maschile: quasi la metà delle donne ha meno di 40 anni al momento dell'acquisto.

Questa evoluzione si è sviluppata in coincidenza con il primo ciclo di Urus¹, che ha contribuito ad ampliare e diversificare la base clienti del brand. All'interno della gamma, Urus si conferma oggi il modello più attrattivo per la clientela femminile, registrando una quota di clienti donne superiore rispetto alla media di gamma e raggiungendo in alcuni mercati percentuali significativamente sopra la media globale. Il Super SUV interpreta un equilibrio tra performance, design distintivo e versatilità, rispondendo alle esigenze di una community sempre più internazionale e dinamica.

¹ Consumo di carburante e valori di emissione di tutti i modelli di Urus; Consumo ed Emissioni combinato: 14,1-12,7 l/100km (WLTP); Emissioni di CO₂ combinate: 325-320 g/km (WLTP)



Informazioni per i media

In questo contesto si inserisce “She Drives a Lambo”, il format nato nel 2023 e sviluppato a livello internazionale, che dalla prima edizione ha visto sei appuntamenti globali in quattro Paesi, coinvolgendo oltre cento donne, di età media di 42 anni, in un’esperienza dedicata alla scoperta del brand.

Le donne in Lamborghini

L’impegno verso l’inclusione si riflette anche all’interno dell’azienda. Automobili Lamborghini conta circa 3.000 dipendenti, di cui circa il 20% donne. Negli ultimi anni la presenza femminile nei ruoli manageriali ha registrato una crescita costante e significativa, attestandosi anch’essa intorno al 20% nel 2025.

Questo percorso è supportato da un sistema strutturato di politiche e strumenti misurabili, riconosciuto anche attraverso la riconferma della certificazione UNI/PdR 125:2022 per la parità di genere, ottenuta per la prima volta nel 2022. La certificazione si basa su indicatori misurabili che riguardano, tra gli altri, equità retributiva, processi di selezione e sviluppo, tutela della genitorialità, flessibilità organizzativa e tutela dell’ambiente di lavoro. Il gap salariale risulta sostanzialmente azzerato e le politiche di conciliazione vita-lavoro vedono una partecipazione crescente anche da parte dei padri, con un incremento significativo nell’utilizzo del congedo parentale. L’azienda collabora inoltre con realtà come Valore D, il comitato Gender & Diversity Empowerment del MUNER – Motorvalley University of Emilia-Romagna e la Rete CapoD, contribuendo alla diffusione della cultura delle pari opportunità anche nel territorio.

Libertà come scelta consapevole

Con “Choose your own drive”, Automobili Lamborghini non propone un messaggio celebrativo, ma una presa di posizione: la libertà non è mai scontata, ma è una conquista che richiede impegno, ogni singolo giorno, per generare un cambiamento culturale concreto.

In un mondo in cui le aspettative possono ancora trasformarsi in limiti, Automobili Lamborghini ribadisce il proprio impegno nel costruire una società più equa e accessibile, che garantisca pari diritti e opportunità a tutte le persone, oltre ogni stereotipo.

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

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

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

Social Media & Digital Communication

Motorsport Communication

Heritage Communication



Informazioni per i media

Chiara Busolo
T +39 340 0791871
chiara.busolo@lamborghini.com

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

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

Regional Offices

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

Europe, Middle East & Africa
Liliya Dovbenchuk
T +39 349 756 2077
liliya.dovbenchuk@lamborghini.com

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