



Lamborghini Customer Journey: quando ordinare una Lamborghini diventa un'esperienza indimenticabile

Dalla configurazione Ad Personam a La Prima, fino alle esperienze post consegna, il percorso Lamborghini unisce personalizzazione, attesa e relazione continua con il brand

Sant'Agata Bolognese, 9 aprile 2026 – Per molti clienti, Lamborghini rappresenta un sogno coltivato a lungo, spesso fin dall'infanzia. Un desiderio che nel tempo si trasforma in un percorso verso la propria vettura, fatto di attesa, immaginazione e coinvolgimento personale. Non è soltanto l'inizio di un rapporto con la propria vettura, ma l'ingresso in un universo fatto di identità, desiderio e partecipazione. Un percorso scandito da tappe memorabili, che accompagnano progressivamente il cliente fino al momento in cui la sua Lamborghini comincia davvero a prendere forma.

Dare forma alla propria Lamborghini

La configurazione rappresenta uno dei momenti più distintivi dell'esperienza Lamborghini: il passaggio in cui un desiderio coltivato a lungo inizia a tradursi in scelte reali e personali.

Il viaggio inizia all'interno dell'esclusivo studio Ad Personam, a Sant'Agata Bolognese o in una delle lounges in giro per il mondo, dove il cliente entra in una dimensione che richiama quella di un atelier, un vero salotto di colori, superfici e materiali, dove pelli, maquette colorate e particolari in carbonio accompagnano un processo del tutto sartoriale. Con oltre 400 tonalità disponibili e una vasta gamma di materiali e finiture, la personalizzazione diventa un processo creativo guidato dall'esperienza degli specialisti del brand. È qui che l'esclusività Lamborghini si esprime in modo particolarmente evidente, attraverso una combinazione di personalizzazione, unicità e artigianalità che contribuisce a creare valore nel tempo.

Dalle livree esterne ai dettagli interni, fino alle opzioni più tecniche e raffinate, ogni scelta consente di dare forma a una vettura che riflette i propri gusti, stile e identità. Non a caso, il 94% delle Lamborghini consegnate presenta almeno un elemento customizzato, a testimonianza del valore che questa esperienza rappresenta. Quando il percorso di personalizzazione arriva a compimento, il configuratore restituisce per la prima volta al cliente l'immagine della vettura così come è stata concepita, definita in ogni dettaglio. È il momento in cui l'idea immaginata fino ad allora acquista una forma concreta, rendendo ancora più forte il legame con l'auto che sta per nascere.

L'attesa come parte del percorso

Definita la propria vettura nei minimi dettagli, il futuro proprietario può accedere, già dal momento dell'ordine, all'applicazione Lamborghini Unica, progettata per accompagnarlo lungo tutto il tempo di attesa che precede la consegna e, successivamente, durante l'esperienza di utilizzo negli anni a venire. Sempre disponibile sullo smartphone, l'app permette di vivere in modo ancora più immersivo il mondo Automobili Lamborghini. Anche il periodo che separa l'ordine dalla consegna, mediamente di circa un anno e mezzo, diventa così parte integrante dell'esperienza, scandito da contenuti e strumenti che rafforzano il legame con il brand e con la vettura in arrivo.



Informazioni per i media

In questo intreccio di esperienze fisiche e digitali, un momento centrale è rappresentato anche dalla possibilità di partecipare ad un tour esclusivo dello stabilimento produttivo, dove poter osservare da vicino come nascono le vetture della Casa di Sant'Agata Bolognese. Un modo per far conoscere nei dettagli tutti i processi produttivi dell'azienda, dove artigianalità e innovazione si fondono in una sintesi perfetta che racchiude tutta l'eccellenza del Made in Italy. Il tour inizia dal Museo Lamborghini di Sant'Agata Bolognese, da cui il racconto del brand si estende in modo naturale verso le linee di produzione. È qui che emerge con particolare chiarezza il modo in cui in Lamborghini tecnologie avanzate, competenze specialistiche e sapere manifatturiero convivono e si integrano lungo tutto il processo produttivo.

Il momento della consegna

Il momento della consegna rappresenta uno dei passaggi più significativi nella Customer Journey Lamborghini, il punto in cui il percorso di configurazione e attesa giunge a compimento.

Qualunque sia il luogo della consegna, il primo incontro con la propria Lamborghini resta un momento di forte intensità emotiva e personale. Questa esperienza può assumere un significato ancora più speciale quando avviene a Sant'Agata Bolognese, il luogo in cui la vettura è nata, attraverso il programma di factory delivery *La Prima*, il cui nome richiama quello di una prima teatrale: l'istante in cui qualcosa di atteso a lungo si presenta finalmente al suo pubblico.

In una cornice riservata all'interno dello stabilimento, il cliente può vivere il momento della consegna insieme ai propri familiari e amici, in un contesto pensato per valorizzare l'unicità dell'esperienza, attraverso un programma di unveiling che varia a seconda del modello e combina elementi fisici e digitali. Un passaggio al quale prendono parte anche i manager Lamborghini, a testimonianza dell'attenzione che il brand dedica a ogni singolo cliente. Questo tempo condiviso offre anche l'occasione per ripercorrere insieme ai clienti le tappe dell'attesa, approfondire aspetti legati alla vettura e al suo processo di realizzazione, e consegnare una serie di gift pensati per completare il percorso vissuto.

Una relazione che continua

La consegna, tuttavia, non rappresenta la conclusione del rapporto con il brand. Dopo aver ricevuto la vettura, il cliente può vivere il mondo Lamborghini attraverso un ecosistema di attività ed esperienze pensate per mantenere vivo nel tempo il legame con la Casa di Sant'Agata Bolognese. Dai programmi di guida, come Accademia Neve, pensati per affinare il controllo della vettura e la sicurezza di guida anche nelle situazioni più estreme, alle attività in pista dedicate a chi desidera esplorare più a fondo le performance e il feeling dinamico della propria vettura, Lamborghini offre occasioni pensate per approfondire la conoscenza dell'auto in contesti esclusivi e altamente coinvolgenti.

A queste si affiancano eventi ed esperienze organizzati in diverse destinazioni nel mondo, insieme alle attività dei Lamborghini Club, che attraverso raduni, appuntamenti dedicati e momenti di condivisione contribuiscono a rafforzare nel tempo il senso di appartenenza alla community del brand.

In questo modo, più che concludersi, prende pienamente forma un percorso fatto di passione, emozione e amore per il brand, destinato a proseguire nel tempo e a rappresentare una tappa indimenticabile sia per chi acquista sia per chi realizza ogni singola vettura Lamborghini.



Informazioni per i media

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

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

Heritage Communication
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