



Les dessous du partenariat entre LVMH et les JO 2024 racontés dans un documentaire

Fier du succès de son partenariat avec les Jeux Olympiques de Paris 2024, le groupe LVMH diffuse jusqu'au 31 décembre sur la plateforme France TV un documentaire exclusif révélant les coulisses de cette collaboration d'envergure.

Des négociations à la création des tenues olympiques

Cinq mois plus tard, LVMH n'est toujours pas redescendu de son nuage sportif. La preuve avec la diffusion du documentaire "Artisans de Toutes les Victoires", en exclusivité sur la plateforme France TV. Un éloge de trente minutes des équipes LVMH et de celles du CIO (Comité International Olympique) qui ont œuvré à la réussite de ce partenariat inédit.

Le spectateur suit chaque étape de la collaboration, notamment ce fameux déjeuner de décembre 2022 qui réunissait la direction LVMH et celle des JO au Cheval Blanc, mythique restaurant parisien. "Evidemment le choix du Cheval Blanc n'était pas innocent, c'est un des endroits duquel on voit le mieux la Seine. Il y avait un enjeu à ce déjeuner : nous voulions pouvoir disposer les médailles sur des plateaux désignés par Louis Vuitton", raconte Hélène Freyss, la directrice de la communication LVMH. Si l'idée a d'abord été rejetée par Thomas Bach, le patron du CIO, la vue du fameux écrin de cuir lui fait vite changer d'avis.

Le film détaille ensuite le travail des grandes maisons LVMH ayant participé à l'événement, avec au premier plan Berluti, Chaumet, Dior, Louis Vuitton et Sephora. On y découvre ainsi les coulisses de la création des médailles olympiques par la maison Chaumet, mais aussi, le défi lancé aux équipes Berluti pour concevoir en l'espace de quelques mois seulement les tenues des athlètes pour la cérémonie d'ouverture.

Un documentaire hommage à ce mariage réussi entre LVMH et le sport. En septembre dernier, on apprenait de la part de Launchmetrics, agence de brand performance, que le grand gagnant de ces JO en terme de visibilité n'est autre que le groupe de Bernard Arnault, et notamment Dior qui a habillé Céline Dion et Lady Gaga lors de la cérémonie d'ouverture et Yseult à la cérémonie de clôture. La maison de couture termine première du classement atteignant les 53 millions de dollars de MIV.

Artisans de Toutes les Victoires, à voir jusqu'au 31 décembre 2024 sur la plateforme France TV.

