

# Formule 1 : Louis Vuitton en pole position

DREAM TEAM. Devenu l'un des principaux sponsors de la Formule 1, Louis Vuitton gagne des points sur l'échelle du cool grâce à ce sport vraiment en vogue.

Sophie Gachet



Et si la Formule 1 devenait le sport le plus chic ? L'effervescence autour des Grands Prix est à son climax. Plus que jamais, et peut-être aussi grâce à la série *Formula 1 : Pilotes de leur destin* sur Netflix, les courses de ce sport automobile sont devenues des événements ultra-courus où il faut être vu. Bon calendrier, donc, pour le groupe LVMH qui a signé cette année un partenariat mondial avec la Formule 1 d'une durée de dix ans, dans lequel Louis Vuitton, Moët Hennessy et TAG Heuer sont impliqués.

En peu de temps, ce sport automobile a gagné en *hype* et les célébrités se pressent dans les paddocks comme elles le font dans les backstages des défilés. Au dernier Grand Prix de Monaco, on a vu aussi bien Dua Lipa et Naomi Campbell qu'Antoine Dupont et DJ Snake. Au Grand Prix de Monza, dimanche dernier, Aya Nakamura était présente dans les loges en minirobe blanche avec des mocassins Loro Piana. La veille, elle avait chanté en robe Pucci et bracelet Bulgari lors d'une soirée organisée par LVMH. Michèle Laroque (que l'on retrouvera dans la saison 5 d'*Emily in Paris*) est une grande fan de F1 et était sur la grille de départ, avec Tony Estanguet, pour encourager les pilotes quelques minutes avant le départ.

Aujourd'hui, venir à un Grand Prix, c'est un gage de chic, de très chic même. Durant ces week-ends de course sont aussi donnés des dîners sublimes, comme celui organisé par Moët Hennessy à Monza, la veille de la course : il était orchestré par le chef triplement étoilé Massimo Bottura, dont le restaurant l'Osteria Francescana, à Modène, a été élu meilleur restaurant du monde il y a quelques années.

## Georges Vuitton avait anticipé le succès de l'automobile

La F1 d'aujourd'hui, c'est 24 Grands Prix répartis sur cinq continents. On ne peut pas faire plus mondial ! Ce partenariat était évident : « *Dans le sport automobile comme dans notre industrie, de la mode à l'horlogerie, chaque détail compte sur le chemin de la réussite. Partout dans le monde, au sein de nos ateliers comme sur les circuits, c'est cette volonté de repousser les limites sans relâche qui inspire notre vision* », a déclaré Bernard Arnault, président-directeur général du groupe LVMH. « *Le savoir-faire de nos artisans au sein des ateliers reflète celui des garages où les ingénieurs contribuent aux performances exceptionnelles des pilotes* », dit Pietro Beccari, PDG de Louis Vuitton. Les deux « marques » sont unies par une quête commune d'innovation, de qualité et de précision.

La passion de Louis Vuitton pour la Formule 1 ne date pas d'hier. Il y a une vraie légitimité : au début du XXe siècle, le fils de Louis Vuitton, Georges, avait anticipé le succès de l'automobile et s'était lancé dans la création des malles étanches avec une toile spéciale, la Vuittonite, très résistante et encore utilisée



aujourd'hui. Le déménagement du magasin LV sur les Champs-Élysées en 1914 n'est pas anodin : bon nombre de carrossiers et constructeurs y sont également installés.

## L'art de voyager

Louis Vuitton a toujours aimé développer des produits dédiés à l'automobile : des malles qui s'adaptent aux carrosseries, un sac chauffeur qui pouvait être placé dans la roue de secours, ou encore des malles pique-nique pour déjeuner sur la route. Georges avait aussi créé des partenariats avec des carrossiers et équipé certains raids automobiles. Les frères jumeaux de Georges, Pierre et Jean, ont le virus de l'auto et créent un roadster en 1909. Plus tard, en 1993, Louis Vuitton organise son premier rallye historique aux jardins de Bagatelle, à Neuilly.

Aujourd'hui, les malles si reconnaissables ne sont pas accrochées sur les voitures de course, mais elles font toujours partie du voyage puisqu'elles contiennent le trophée donné au vainqueur à la fin de la compétition. Un vrai concentré de savoir-faire de la maison. Leur fabrication à la main suit un processus classique, transmis d'artisan en artisan maroquinier de l'atelier historique à Asnières. Lors du Grand Prix de Monza, la malle trophée a été remise au gagnant Max Verstappen, pilote de l'écurie Red Bull.

À chaque Grand Prix, elle est différente. Recouverte de l'emblématique toile Monogram, celle-là affiche les couleurs de l'Italie. Elle est aussi ornée du V de la « victoire » et de « Vuitton », accompagnée du slogan : « *La victoire voyage en Louis Vuitton.* » De quoi donner l'envie à tout le monde d'acheter des bagages Vuitton pour réussir ses vacances !

