

anniversaire

PAR JEAN WATIN-AUGOUARD

Louis Vuitton, 150 ans d'“Emprise” sur le luxe



L. V., deux initiales,
symboles de la première
marque mondiale
de luxe et premières lettres
de LVMH, premier groupe
mondial de luxe.

Après le bois, le cuir et la toile,
Louis Vuitton ouvre,
avec la joaillerie,
une nouvelle page
de son histoire.



“U n cercle beige avec, en réserve, une fleur quadrilobée, un losange curviligne beige encerclant une étoile à quatre branches galbées, une étoile avec point au centre, donc même dessin que la précédente mais cette fois en beige et fond marron”. Qui suis-je ? Ajoutons à ces trois logotypes, les initiales LV enlacées et la réponse fuse : il s’agit bien sûr de la célèbre “Toile Monogram” Louis Vuitton ! symbole de la première marque mondiale de luxe, mais aussi, revers du succès, toile la plus copiée ! Déposée en tant que dessin en 1897 et marque en 1905, elle est l’œuvre de Gaston Vuitton, inquiet de la prolifération des contrefaçons des toiles “gris Trianon” et “Damier” créées par son père, Louis Vuitton, respectivement en 1856 et 1888 pour lutter contre... la contrefaçon ! Il aurait puisé son inspiration dans l’art japonais, en vogue à l’époque et, plus simplement, en adaptant des carreaux en faïence de Gien décorant le mur



de la cuisine de la maison familiale à Asnières. C'est dans l'usine, jouxtant la maison, que les cinq générations Vuitton vont, par leurs créations, accompagner la révolution des transports et du tourisme et faire du voyage, un plaisir. "Volez, Voguez, Voyagez, Valises Vuitton", résume une réclame parue dans L'illustration, au début du XX^e siècle. Aujourd'hui, Voyage et Vuitton sont toujours synonymes comme en témoignent les campagnes publicitaires de 2001 baptisées "Voyages" et "nomadisme moderne" illustrant les racines de la maison, même dans les lieux de transit tels les gares ou les aéroports. La maîtrise de la conception, de la fabrication et de la distribution, règle d'or édictée par le fondateur, Louis Vuitton, prévaut toujours au sein de la maison, devenue un empire avec 322 magasins dans le monde et treize ateliers de production. Inauguré le 10 février 2004 sur la Fifth Avenue de New York pour le 150^e anniversaire de la maison, le "global store" – 85^e magasin américain –, propose sur 1 200 m² les sept collections de la marque : maroquinerie, prêt-à-porter, soulier, écriture, textile, accessoires, joaillerie, horlogerie et ceintures².

Vuitton, la haute couture de la malle

Fils de meunier, Louis Vuitton décide, à 14 ans, de voler de ses propres ailes. Il quitte Anchay (Jura) en 1835 pour rejoindre Paris, à pied ! Deux ans de voyage et d'apprentissage



Sur la Fifth Avenue
de New York,
le "global store"
propose les sept
collections de la marque :
maroquinerie, prêt-à-porter,
soulier, écriture, textile,
accessoires, joaillerie,
horlogerie et ceintures.

Le Keepall



l'amènent dans la capitale en 1837 où il est engagé chez Mr Maréchal, coffretier-layetier-emballeur, layetier désignant alors le fabricant de coffres en bois³ pour l'emballage des objets transportés à cheval et en diligence. À 32 ans, il convoie et s'installe en 1854 comme spécialiste dans l'emballage des toilettes, jupons et crinolines, rue Neuve-des-Capucines puis rue Scribe et devient malletier ou "coffretier" des "élégantes" du Second Empire et, plus particulièrement de la plus célèbre d'entre elles, l'Impératrice Eugénie. Dans son atelier de fabrication de malles construit à Asnières en 1857 – usine toujours en activité aujourd'hui pour les commandes spéciales –, il ne se contente plus d'emballer dans des paquets ou des caisses, il veut offrir des malles résistantes. Au reste, une double

1 - Monogramme désigne un chiffre composé de la lettre initiale ou de la réunion de plusieurs lettres d'un nom, entrelacées en un seul caractère

2 - Excepté la fragrance créée en 1924, baptisée "Heure d'absence", et présentée dans un coffret en forme de borne kilométrique dorée, boîte qui évoque le voyage, Louis Vuitton n'appose sa marque sur aucun parfum.

3 - Vuitton, nom de personne d'origine germanique, Withard, mutation de Wit (bois) et hard (fort, dur), d'après Bernard Logié, auteur de "Leur Nom est une marque" (éditions d'Organisation, 2002). C'est depuis la génération de Gaston que tous les garçons ont un prénom composé avec Louis.

anniversaire



On ne parle pas
encore de marketing
événementiel quand
Vuitton participe
aux raids Paris/Pékin
en 1907 et Paris/New-York
en 1908.

révolution va lui servir de tremplin et de vitrine. Celle des transports : Thomas Cook crée en 1851 la première "agence de tourisme", les frères Pereire, la Compagnie Générale Maritime en 1855, future Compagnie Générale Transatlantique en 1861, Georges Pullman invente les wagons... lits en 1853, la Compagnie Internationale des Wagons-lits voit le jour en 1876 et la fin du siècle s'achève sur la conquête de la route et du ciel. Deuxième révolution : celle de la mode avec l'invention de la haute couture par Charles-Frédéric Worth en 1858. Louis Vuitton entretiendra avec lui de nombreux contacts, sources d'idées pour faire évoluer son offre en fonction de l'évolution des vêtements. L'heure n'est plus aux malles à couvercle bombé. Depuis 1856, la maison Vuitton fabrique des malles longues et plates, cerclées de fer et garnies de lattes, à partir de peupliers de premier choix. Elles peuvent ainsi être superposées et accueillir des aménagements plus nombreux tels les tiroirs pour ranger les accessoires et les penderies pour emballer les crinolines. Les malles Vuitton sont habillées à l'extérieur de toiles couleur "gris Trianon" collées sur le bois (remplaçant la peau de truie) et à l'intérieur de toiles au motif

de quatre fines rayures rouges et blanches sur fond beige. La contrefaçon fait rage, aussi Louis Vuitton choisit-il l'arme de l'innovation : sa malle, équipée à l'intérieur de châssis mobiles, s'adapte aux contraintes climatiques avec non plus du bois mais du zinc pour les Indes et l'Afrique. Ses commandes spéciales sont destinées aussi bien aux cours royales tel le modèle isotherme pour transporter des fruits frais, adressé au régent d'Égypte, Ismaïl Pacha, qu'aux officiers et coloniaux dont le célèbre explorateur Savorgnan de Brazza pour lequel il invente en 1865 une malle-lit. Conséquence de l'évolution des costumes vers plus de souplesse et de diversité, Louis Vuitton imagine en 1874 une malle-armoire (Wardrobe en 1890) qui évite au voyageur de déballer tous ses effets.

Passage de témoin

En 1880, Louis Vuitton vend sa société à son fils Georges, mais se consacre toujours à la fabrication et diversifie l'activité dans la maroquinerie. Toujours copié, il décide de trouver un procédé inimitable : la serrure inviolable et indécrochetable en 1886, perfectionnée en 1890 avec cinq gorges, est numérotée et attribuée à un seul client. La "malle rayée" beige et brun est copiée ? Louis Vuitton crée un nouveau modèle



Escale
à Jodhpur
avec le
Wardrobe

Malle lit
de Savorgnan de Brazza



Généralités

Vuitton

1^{re} génération : Louis Vuitton (1821-1892)

2^e génération : Georges (1857-1936)

3^e génération : Gaston-Louis Vuitton (1883-1970),

les jumeaux Pierre-Eugène (1889-1917)

et Jean Armand (1889-1909), Marcel-Achille (1892-1893)

4^e génération : Henry-Louis (1911-), les jumeaux Claude-Louis (1923-)

et Jacques-Louis (1923-1964)

5^e génération : Patrick-Louis Vuitton, fils de Claude

6^e génération : Benoît-Louis Vuitton



L'atelier d'Asnières

Bague "mini-malle"

en 1888, baptisé "toile Damier", qui alterne le beige et le brun comme sur un échiquier avec le nom de Louis Vuitton écrit en petites lettres toutes les dix rangées. Elle singularise les créations de la maison lors de l'Exposition Universelle de 1889 : "malle-robres" de 110 centimètres, "malle-fourrure", "malle à tiroirs", "malle-ombrelle", "malle-chapeaux". Ses "porte-habits" lui valent la médaille d'or et les "wardrobes", le Grand prix. Les premières réclames de la maison apparaissent dans une cinquantaine de journaux dont *Le Figaro*, *L'illustration* et *La Revue illustrée*. Georges, seul aux commandes de la maison depuis le décès de son père en 1892, met au point en 1894 un prototype de malle s'adaptant aux formes de la carrosserie et pouvant se fixer sur le porte-bagages arrière de la voiture⁴. Il invente en 1901 le Steamer Bag, sac en toile et cuir, premier bagage souple, destiné au linge sale, l'adoption, en 1902, d'un nouveau matériau, le "Pégamoïd" (nom de l'inventeur), ou moleskine, tissu enduit imitant le cuir, permet d'imposer la toile "Monogram LV" qu'il vient de créer. Elle figure sur la "malle-nacelle", insubmersible, destinée depuis 1906 aux voyages en ballon ! Gaston-Louis, fils aîné de Georges, rejoint son père dès 1900. Considéré comme "le" financier de la maison, il appelle également ses frères jumeaux, Jean et Pierre, passionnés de mécanique⁵. On ne parle pas encore de marketing événementiel quand Vuitton participe aux raids Paris Pékin en 1907 et Paris New York en 1908. Les commandes spéciales passées par Citroën pour les Croisière noire et Croisière jaune seront signées Vuitton. Une tradition maintenue avec la Louis Vuitton Classic China Run en 1998.



Cap sur l'international

La fibre commerciale de Georges propulse la maison Vuitton hors de France. C'est au cœur du pays le plus réputé pour la fabrication d'articles de voyage qu'il ouvre, en 1885, la première succursale, à Londres. Aux États-Unis, nouveau concurrent depuis les années 1880, Georges met en place un réseau international d'agents ; les premiers dépôts ouvrent en 1898, à Philadelphie et New York, chez John Wanamaker⁶. À Paris, il quitte le magasin de la rue Scribe, trop petit pour les Champs Élysées, où il édifie sur l'avenue alors bordée par des grands hôtels particuliers et de grands

hôtels de luxe, un immeuble de six étages d'inspiration Art nouveau. Ouvert en 1914, le plus vaste magasin d'articles de voyage au monde est baptisé "Vuitton Building". Au nombre des créations de la maison durant l'entre-deux-guerres : le *tea-case* pour le Maharajah de Baroda en 1926 qui pouvait être placé sur la banquette d'une voiture ou sur le dos d'un éléphant, le sac de voyage Keepall "sac-en-plus" ou "sac polochon" en 1924, ancêtre des sacs de voyage, le sac Noé en 1932 destiné à un producteur de champagne pour transporter cinq bouteilles, le secrétaire bureau créé en 1936 pour le chef d'orchestre Leopold Stokowski.

Lalique, Puiforcat et Christofle signent les nécessaires à objets que l'on trouve dans les malles de la maison : flacons en cristal avec bouchons en argent, accessoires de rasage en vermeil, broserie en ivoire.

4 - La "malle-auto" peut contenir un porte-habits, une boîte à chapeaux, un nécessaire de toilette et de pique-nique, une table-camping, des étuis de carte Michelin.

5 - La société "Vuitton et Fils", créée en 1907, leur passe commande d'automobiles en 1908. Une de leurs voitures, carrossée façon roadster, est équipée des derniers accessoires de la maison : un lavabo de route, un sac chauffeur, un coffre à outils, un déjeuner auto, une tente de camping. Ils construisent également un modèle de "voiture légère", baptisé "JPV" et présentent au Salon de l'Automobile, en 1908, un des premiers "campings-cars", une 20 HP Hoptchkiss, avec lits, table, cuisine de route, tente, etc. La même année, ils créent l'un des tout premiers hélicoptères, à l'origine de Vuitton II et Vuitton III en 1910.

6 - De 1904 à 1912, Georges sélectionne cinq autres distributeurs à Boston, Chicago, San Francisco, Washington et Buffalo. La maison s'étend à Buenos Aires (1906), Bruxelles (1907), Bangkok (1909), Montréal (1910), Alexandrie (1911) et Bombay (1912). Georges ouvre également de nouveaux magasins sous l'enseigne Louis Vuitton en France : Nice (1908), Lille (1909), Trouville (1911), et recrute deux agents en 1913 (Biarritz et Bordeaux). Durant les années vingt, Georges multiplie les dépôts à Los Angeles, Toronto, Le Caire, Détroit, Rochester, Pittsburgh et Baltimore.

anniversaire



L'avenir de la marque
passe par un marché
de masse et une
adroite politique
d'alliances

7 - Au sortir de la guerre, Gaston est aux commandes depuis le décès de Georges en 1936, ses fils Henry à la direction commerciale, Jacques à la direction administrative et financière, et Claude à la direction de l'usine. Faute de pouvoir répondre aux commandes internationales durant la guerre, la maison Vuitton n'a plus de succursales hors de France. Au décès de Gaston, en 1970, Louis Vuitton est une petite PME familiale avec deux magasins (Paris et Nice).

Une marque globale

En 2004, Louis Vuitton possède trois cent vingt deux magasins exclusifs dans cinquante et un pays et réalise un tiers de ses ventes au Japon avec 47 boutiques ! Une formidable croissance que l'entreprise doit, dans un premier temps, à Henry Racamier, mari d'Odile, une des filles de Gaston. L'avenir de la marque passe par un marché de masse et une adroite politique d'alliances : il rachète Givenchy, les champagnes Veuve Clicquot et en 1987, décide de fusionner avec la société Moët-Hennessy, dirigée alors par Alain Chevalier. Baptisé LVMH (Moët-Hennessy Louis Vuitton), le groupe est l'objet de rumeurs d'OPA en 1988. Et la direction bicéphale souffre de la mésentente entre Alain Chevalier et Henry Racamier. Ce dernier fait alors appel à Bernard Arnault, qui vient de racheter le groupe Boussac (Dior, Conforama, Le Bon Marché, la Belle Jardinière). Il suffit de quelques mois à ce jeune polytechnicien pour détenir, en janvier 1989, avec l'aide du groupe Guinness, 40 % du capital et prendre la place d'Alain Chevalier. La famille Vuitton, soutenue par Henry Racamier, se retourne contre Bernard Arnault et conteste sa prise de pouvoir. Mais les tribunaux tranchent, en avril 1990 : le clan Vuitton perd le pouvoir. La famille œuvre encore au sein de la maison avec Patrick-Louis Vuitton, cinquième génération et fils de Claude, responsable du département "commandes spéciales" et Benoit-Louis Vuitton, son fils cadet, représentant de la maison à New York. L'ère Bernard Arnault sera celle des diversifications : le prêt-à-porter pour femme (1997) et homme (en 2000), une ligne de stylos et agendas en 1997, les chaussures en 1998, les montres avec la Tambour en 2002, fabriquée dans la propre unité horlogère de la maison à la Chaux-de-fonds, en Suisse. Directeur de la création depuis 1997, le styliste américain Marc Jacobs, diplômé de la Parson's School of Design, est à l'origine de la gamme Monogram Vernis. Elle s'ajoute aux gammes Cuir Epi (1985), Taiga Acajou (1993), Damier Ebène (1996), "Monogram Graffiti" (2001) et Damier Géant (2004) en toile souple thermoformée. Vitrines de la maison, les 50 "global stores" dont le premier, ouvert sur les Champs Élysées en 1998, et en cours de rénovation depuis 2003, ouvrira de nouveaux ses portes en janvier 2005. Il accueillera la première ligne de joaillerie, lancée en juillet 2004, baptisée "Emprise", avec ses bagues "Minimalle", "Clous" et "Fleur", évocation des fermoirs des malles, du système de clous et de verrouillage oblige ! ■