

LE MAGAZINE DU CLUB DES ACTIONNAIRES DE LVMH

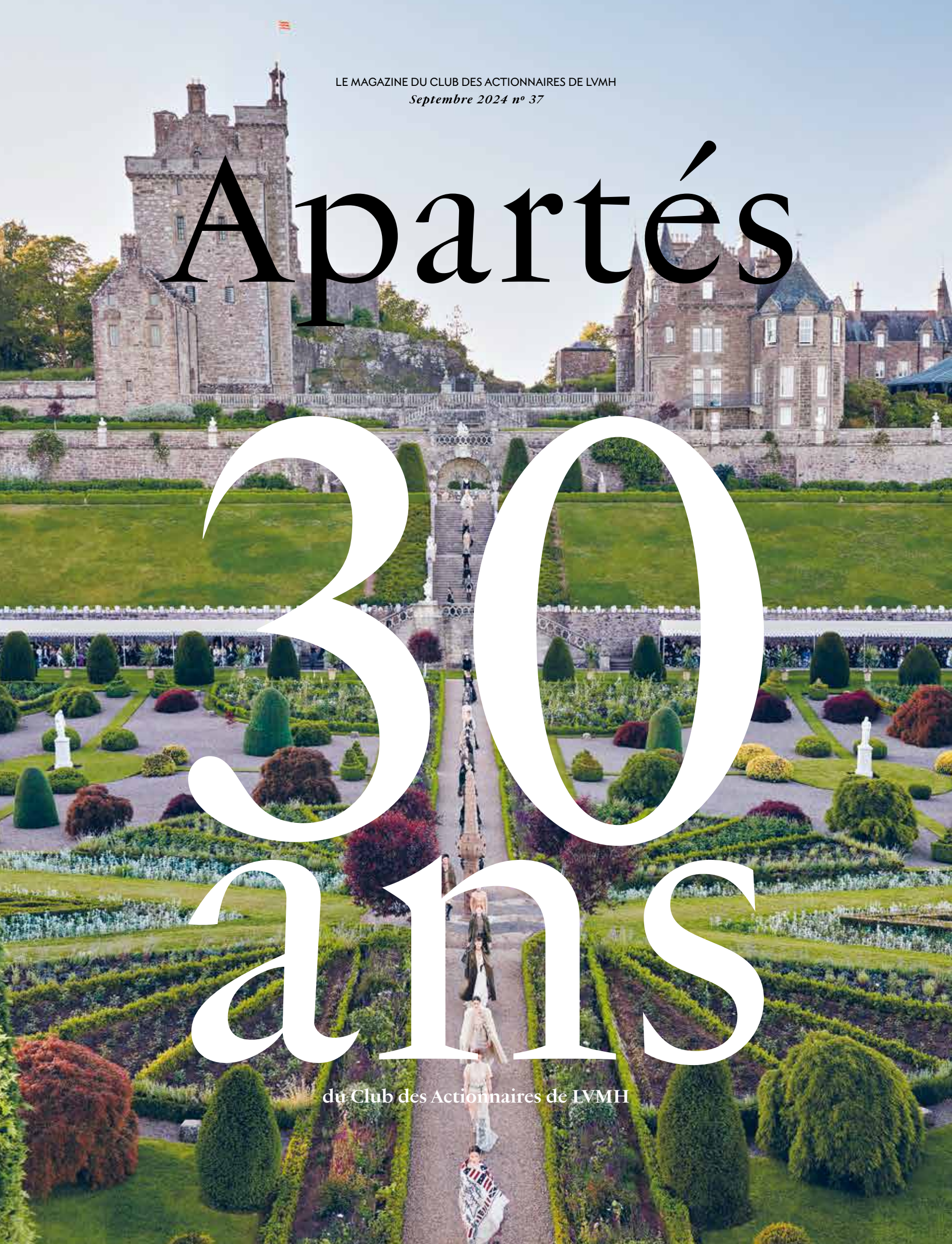
Septembre 2024 n° 37

Apartés

30

ans

du Club des Actionnaires de LVMH





Dior, défilé Croisière 2025, château de Drummond, Écosse.



30 ans

1994

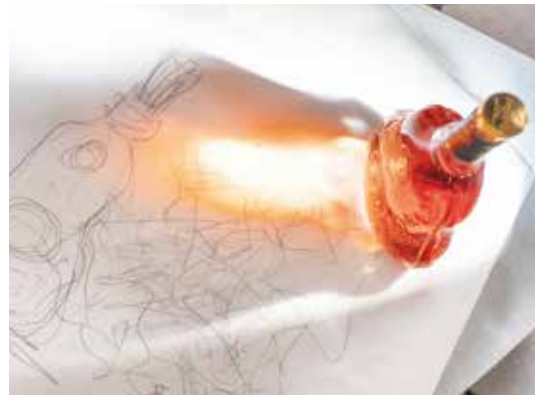
Le Club des Actionnaires est né en 1994 de la volonté de créer un lien de proximité avec les investisseurs individuels ayant placé leur confiance en LVMH. Conçu à l'origine comme un moyen d'informer, le Club a évolué au fil des ans. Il accompagne encore nos actionnaires, de plus en plus nombreux, dans la connaissance de LVMH, de sa stratégie, de son ambition. Mais il s'ouvre désormais bien au-delà : avec une équipe dédiée, le Club vous emmène à la découverte de nos Maisons lors de visites dans des lieux d'exception ; il vous offre un accès facilité aux expositions et concerts de la Fondation Louis Vuitton ; et vous fait bénéficier d'une sélection exclusive de vins et spiritueux du Groupe. L'adhésion au Club témoigne d'une sensibilité commune à des valeurs qui nous sont chères : la quête de l'excellence en tout ; l'engagement à développer et transmettre les savoir-faire ; le respect de la nature et la reconnaissance de tout ce qu'elle offre

comme inspirations et matières à travailler ; la mise en valeur, enfin, de la créativité et de l'innovation qui bâtissent le patrimoine et les savoir-faire de demain. À travers 30 histoires et événements emblématiques de ces 30 premières années de la vie du Club, ce numéro spécial de votre magazine célèbre toutes les facettes des expériences sensorielles, esthétiques et artistiques imaginées par les créateurs, artisans et autres talents du Groupe à travers le monde. Ces pages témoignent du développement exceptionnel de LVMH qui, en trois décennies, aura vu ses effectifs croître de 19 000 à plus de 213 000 collaborateurs ; ses ventes progresser de 4 milliards à plus de 86 milliards d'euros en 2023 ; sa capitalisation boursière augmenter de 11 milliards à 300 milliards d'euros. Nous vous remercions de votre fidélité et vous donnons déjà rendez-vous pour la suite de l'histoire...

2024

30 histoires





1

TAG HEUER
1999 – Un temps d'avance

2

PARFUMS CHRISTIAN DIOR
1999 – Naissance
d'une légende

3

BERLUTI
2005 – L'allure Berluti

4

DOM PÉRIGNON
2006 – Plénitude 2 :
la seconde vie
d'un millésime

5

FENDI
2007 – Premier défilé
sur la Grande Muraille

6

GUERLAIN
2007 – Au Nom de la Beauté,
l'engagement Guerlain

7

RUINART
2008 – Ruinart, source
d'inspiration inépuisable

8

CHÂTEAU CHEVAL BLANC
2011 – Un chai
ultracontemporain

9

LOUIS VUITTON
2013 – Le Capucines, icône
d'une élégance intemporelle

10

FONDATION LOUIS VUITTON
2014 – L'art et la création
pour tous

11

RIMOWA
2016 – L'excellence du bagage

12

LOUIS VUITTON
2016 – Défilé Croisière :
expérience sensorielle
en baie de Rio

13

LE BON MARCHÉ
2016 – L'art au Bon Marché

14

CHRISTIAN DIOR
2017 – Couturier du Rêve,
exposition au musée
des Arts décoratifs

15

BELMOND
2019 – Une collection
exceptionnelle de destinations
et d'expériences

30 HISTOIRES DE LVMH ET SES MAISONS

16

CHÂTEAU D'ESCLANS
2019 – Domaine d'exception
au cœur de la Provence

17

CHAUMET
2020 – Bienvenue
au 12 Vendôme

18

HENNESSY
2021 – Hennessy X.O
et Frank Gehry

19

LA SAMARITAINE
2021 – Renaissance
d'un emblème parisien

20

CHEVAL BLANC
2021 – Un nouvel écrin
au cœur de Paris

21

DOMAINE DES LAMBRAYS
2022 – Tradition
et innovation
en côte de Nuits

22

LORO PIANA
2022 – The Gift of Kings®,
la plus noble des laines

23

CHRISTIAN DIOR
2022 – 30 Montaigne forever

24

CHRISTIAN DIOR
2022 – Guidé par les étoiles,
défilé Homme Automne 2023

25

SEPHORA
2023 – Un flagship
réinventé

26

LOUIS VUITTON
2023 – Sur le Pont-Neuf,
défilé Homme
Printemps-Été 2024

27

TIFFANY & CO.
2023 – Renaissance
d'une icône

28

CHRISTIAN DIOR
2023 – Dialogue créatif
avec l'Inde, défilé Femme
Fall 2023

29

BULGARI
2024 – 140 ans : la célébration
de l'éternité

30

LVMH
2024 – Artisan
de Toutes les Victoires

POUR LES 30 ANS DU CLUB DES ACTIONNAIRES LVMH

1

TAG HEUER

Un temps *d'avance*



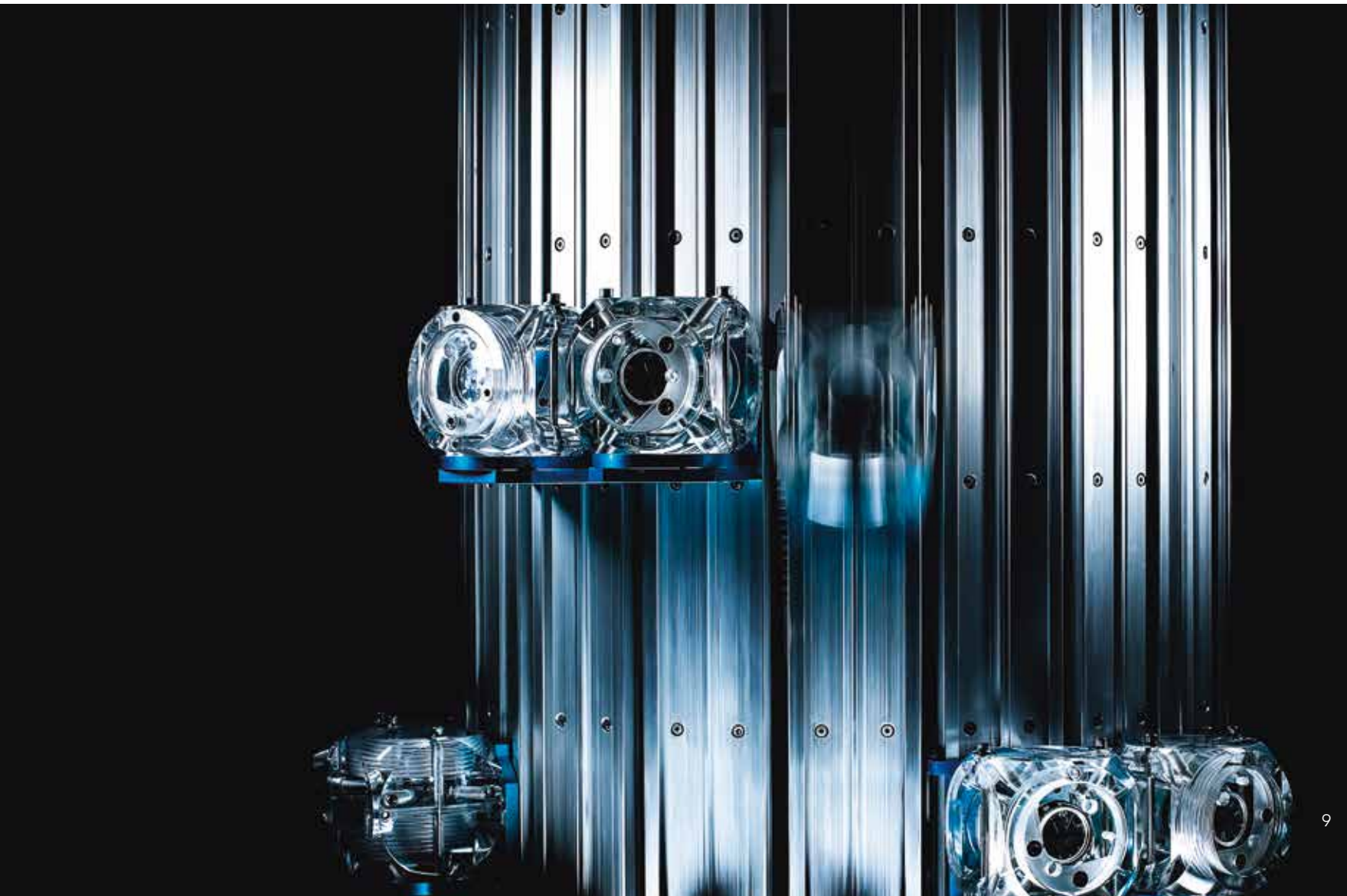
HAUTE PERFORMANCE ET CONTRÔLE

Références ultimes en matière de montres chronographes de luxe, les innovations de TAG Heuer ont suivi le rythme de l'évolution sportive depuis sa création en 1860. Peu après ses débuts, TAG Heuer lance la Mikrograph – un chronographe mécanique cinq fois plus précis que tout autre instrument – et devient ainsi le chronométrateur officiel des plus célèbres compétitions sportives.



**CONNECTER LE PASSÉ
ET LE FUTUR**

TAG Heuer, qui a rejoint le Groupe LVMH en 1999, est à l'origine d'innovations qui ont marqué l'histoire et qui ne cessent de définir les fondements de l'industrie horlogère. De la création du pignon oscillant, en 1887, à la première montre intelligente de luxe, en 2015, en passant par le premier chronographe automatique, en 1969. Que le passionné préfère une puce de silicium, un tourbillon ou un spiral en carbone, sa montre reliera toujours le passé et l'avenir de TAG Heuer.



DES MODÈLES AU STATUT D'ICÔNE

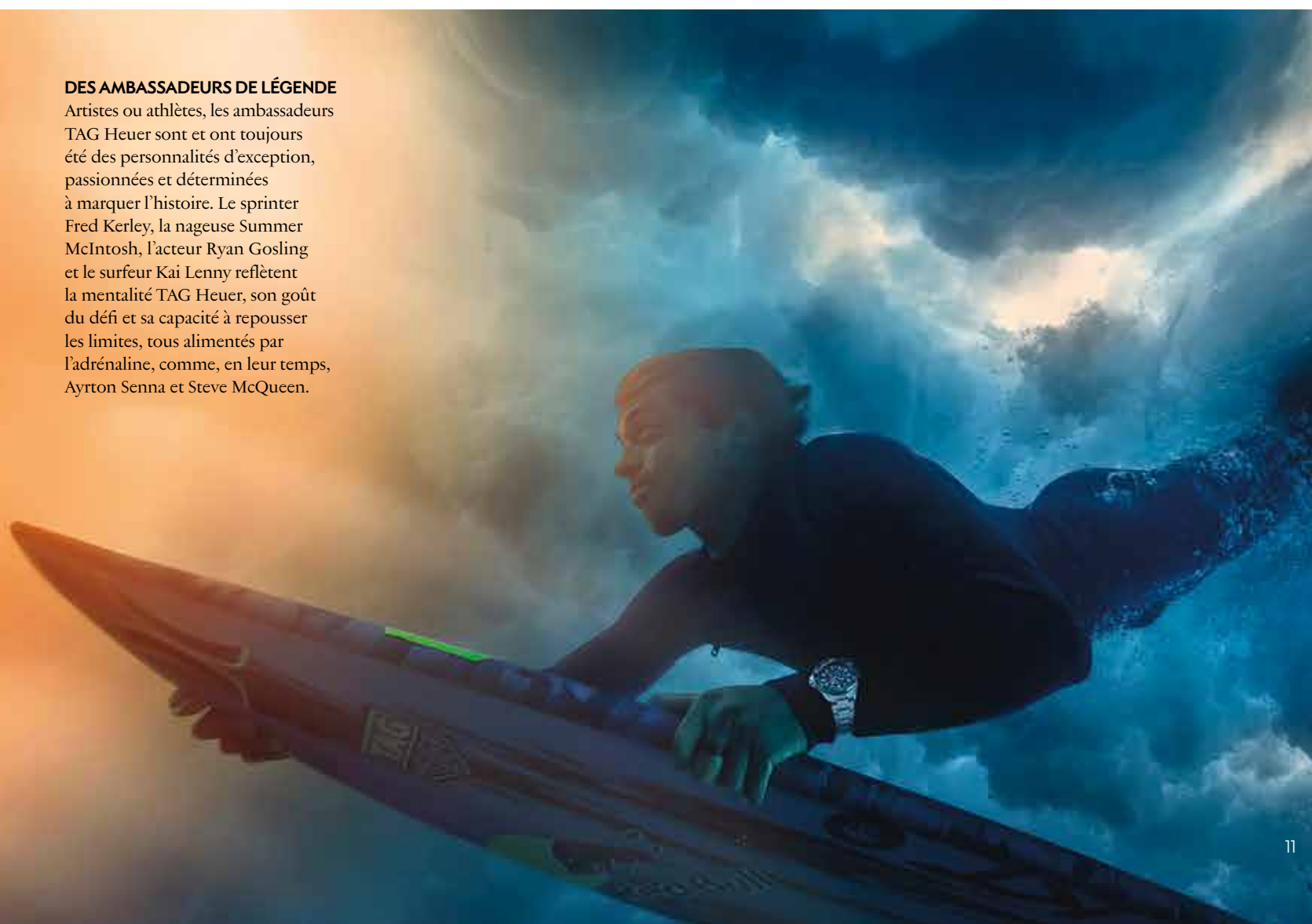
Aujourd'hui, la collection principale de la marque se décline en trois familles créées par Jack Heuer : *TAG Heuer Carrera*, *Monaco* et *Aquaracer*. Elles sont complétées par les lignes contemporaines *TAG Heuer Formula 1*, *Connected*, *Link* et *Autavia*. Forte d'un design magistral, chacune des collections bénéficie du statut d'icône impactant son époque.





DES AMBASSADEURS DE LÉGENDE

Artistes ou athlètes, les ambassadeurs TAG Heuer sont et ont toujours été des personnalités d'exception, passionnées et déterminées à marquer l'histoire. Le sprinter Fred Kerley, la nageuse Summer McIntosh, l'acteur Ryan Gosling et le surfeur Kai Lenny reflètent la mentalité TAG Heuer, son goût du défi et sa capacité à repousser les limites, tous alimentés par l'adrénaline, comme, en leur temps, Ayrton Senna et Steve McQueen.





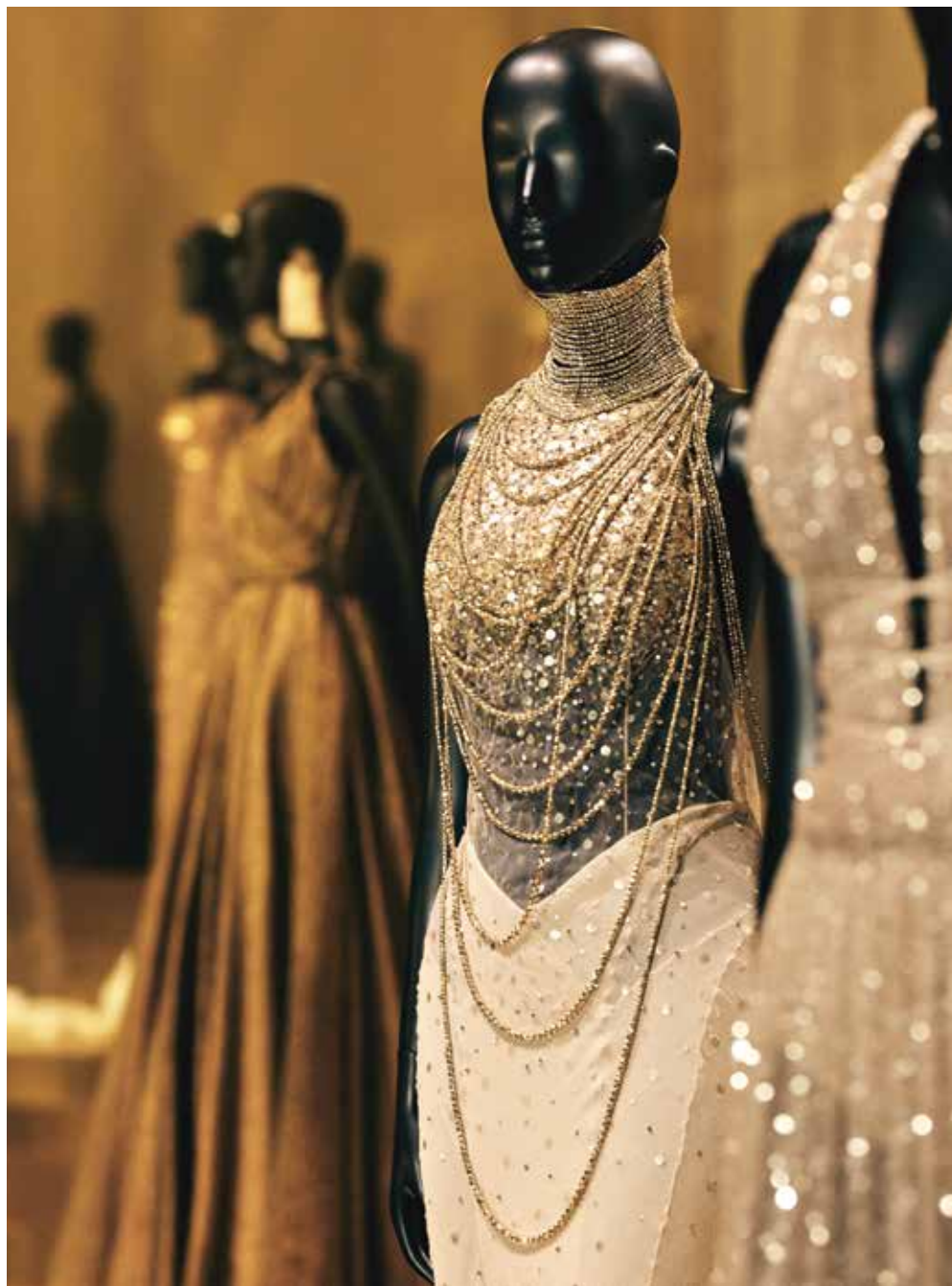
Naissance d'une légende



Avec *J'adore*, lancé en 1999, Parfums Christian Dior invite les femmes à une expérience ultime du luxe : se lover dans un bain d'or voluptueux et sensuel, une émotion intime. « J'adore » est une expression personnelle et joyeuse, spontanée, qui va guider Christian Dior dans le choix de ses modèles.

Dans la plupart des cas, cette révélation *a posteriori* donne le ton ; la silhouette la plus simple, la plus évidente emporte l'adhésion. La fragrance, bouquet floral fruité, est le rayonnement d'une féminité libre et épanouie. Un moment fort d'émotion et d'audace, une affirmation de soi.

2



Imaginé par Calice Becker, réinterprété par François Demachy et Francis Kurkdjian, *Jadore* continue, au fil du temps, de déployer ses notes de jasmin et de rose. Le flacon, fidèle à la forme des premières amphores Dior, a été conçu par Hervé Van der Straeten. Il se métamorphose au gré des signatures artistiques de Victoire de Castellane, d'India Mahdavi et de Jean-Michel Othoniel. Les campagnes iconiques

Jadore font partie intégrante de la mémoire collective, de Carmen Kass plongée dans un bain d'or à la saga magnifiée par Charlize Theron. Une fragrance culturellement ancrée dans l'imaginaire, à tel point qu'en 2023 une exposition aux Beaux-Arts de Paris retraçait son épopée emblématique. Rihanna rejoint la famille Dior en devenant, en 2024, la nouvelle muse du parfum *Jadore*.



3

L'allure Berluti

L'allure Berluti est moderne et singulière. Par son cuir *Venezia*, ses matières, ses couleurs et ses patines, ici, un bleu, là-bas un noir fumé, plus loin un marron d'une lumière et profondeur uniques. Par ses idées aussi. Celles de donner vie à un escarpin à lacets pour homme comme point de départ de la silhouette, une veste forestière pour la compléter ou de zoomer dans une lettre notariée ancienne pour en créer une signature visuelle, le célèbre *Scritto*. Ces idées, au fil du temps, sont devenues remarquables.

En 2005, Berluti lance sa toute première ligne de maroquinerie avec un premier sac en cuir *Venezia* à deux compartiments : le *Deux Jours*. Patiné, souple et racé, il inaugure une longue série de créations dont les noms renvoient directement à l'usage. Du cartable *Un Jour* au sac de voyage *Jour Off*, la ligne s'étoffe ainsi de nouveaux formats qui s'adaptent à la vie de chacun. Week-ends, virées de quelques jours, sauts de puce d'un rendez-vous à l'autre... À chaque occasion, son sac.



Plénitude 2

La seconde vie d'un millésime

Dom Pérignon est le fruit d'une histoire. La Maison porte le nom du moine bénédictin Pierre Pérignon. Cellérier et procureur de l'abbaye d'Hautvillers, il se donne pour mission de faire « le meilleur champagne du monde ». Pour la réaliser, il observe la nature, expérimente sans limites, développe et affine des techniques viticoles et œnologiques. Pour la première fois, le champagne porte le nom de celui qui le crée (et non pas celui du terroir où il est produit). Dom Pérignon porte une ambition créatrice, celle d'une quête sans cesse réinterprétée d'une harmonie. Le processus créatif de Dom Pérignon s'appuie sur une contrainte : celle du millésime et du cycle des saisons. Ainsi, Dom Pérignon ne peut être produit qu'à partir de la vendange d'une seule et même année, exclusivement.

Désormais ambassadeur de l'ambition créatrice de Dom Pérignon, Vincent Chaperon l'incarne et la nourrit quotidiennement de son écoute et de sa réflexion. Dom Pérignon est conçu pour être confronté au temps. Il ne faut pas moins de huit ans dans la Cave de la Maison pour que s'exprime la première Plénitude, appelée *Vintage*. Durant plus de quinze années d'une transformation lente et maîtrisée, le champagne accroît son énergie pour atteindre un paroxysme de vitalité et élever sa longévité. Cette élévation, appelée *Plénitude 2*, reflète la seconde vie d'un millésime Dom Pérignon, dont la complexité vient du parti pris de la maturation lente. Pendant ce temps supplémentaire, dans l'obscurité de la Cave, le millésime s'est développé, révélant un paysage sensoriel nouveau.

P2



Champagne
Dom Pérignon
Vintage 2006
Plénitude 2

4

5

FENDI



Premier défilé

sur la Grande Muraille

En 2007, Fendi signe le premier défilé sur la Grande Muraille de Chine... visible depuis l'espace. Symbole d'audace et de convergence culturelle, cet événement marque un jalon mémorable dans l'histoire de la mode. C'est une déclaration audacieuse de créativité, de passion et de détermination que Fendi offre en organisant le premier défilé sur la Grande Muraille de Chine. Ce défilé spectaculaire a nécessité plus d'un an de réflexion et six mois de travail intensif. Un investissement humain et matériel d'envergure qui témoigne de la créativité de la Maison. La collection Printemps-Été 2008 dévoile 88 looks à la précision saisissante. Couleurs, matières et drapés parfaits rendent hommage au savoir-faire des ateliers. Les codes signatures de la Maison se retrouvent tout au long de la collection : le logo FF habille la scénographie, les silhouettes sont architecturales, le noir et le blanc triomphent, l'allure est élégante et sophistiquée. Pour célébrer l'héritage culturel de la Chine, Fendi a également présenté des modèles inspirés des costumes traditionnels chinois. Ce défilé reste gravé dans les mémoires comme un exemple inspirant de la capacité de la mode à se nourrir de toutes les cultures et à élever l'esthétique au-delà des frontières.

Au Nom de la Beauté

L'ENGAGEMENT GUERLAIN



Entre Guerlain et la Nature se nouent près de deux siècles d'histoire et d'inspiration. Source d'émerveillement, et modèle absolu, celle-ci anime les créations de la Maison depuis ses origines et lui permet d'élever la beauté au rang d'Art. Depuis 2007, Guerlain formalise son engagement pionnier envers la Nature, *Au Nom de la Beauté*, et place sa préservation au cœur de ses actions. Attachée à préserver ce patrimoine inestimable, Guerlain s'engage à transmettre les prodiges de la Nature aux générations futures à travers quatre piliers. La biodiversité, avec l'abeille, emblème historique de la Maison, comme sentinelle – portée par le « Guerlain for Bees Conservation Programme » et la journée mondiale des abeilles initiée par l'ONU. L'innovation durable, avec des formules plus naturelles dont l'iconique poudre *Terracotta*, qui se réinvente avec un taux record de 96% d'ingrédients d'origine naturelle, ou encore des packagings plus écoresponsables. Des actions pour le climat visant la neutralité carbone d'ici à 2030. Enfin, un engagement sociétal qui profite aux abeilles – avec le programme d'entrepreneuriat apicole au féminin en collaboration avec l'UNESCO « Women for Bees » et les « Bee Schools », afin de sensibiliser la nouvelle génération à la protection des abeilles.

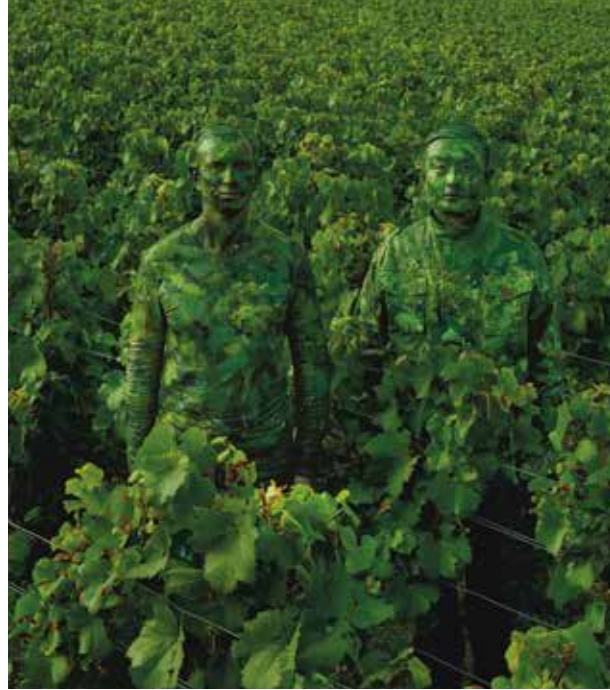




Ruinart, source d'inspiration inépuisable

Prolongement de son engagement pour l'innovation et la création, l'art fait partie intégrante de l'histoire de la Maison Ruinart. Chaque année depuis 2008, la Maison confie la réinterprétation artistique de son patrimoine à des artistes contemporains de premier plan. Leurs projets pour ces Cartes Blanches font écho aux valeurs de la Maison, notamment à son engagement face au changement climatique. Parmi les artistes, on peut citer, Jaume Plensa qui a signé une sculpture singulière en hommage à Dom Ruinart (2017); Liu Bolin, qui s'est effacé, dans des mises en scène photographiques originales, derrière le savoir-faire de la Maison (2018); Vik Muniz qui a saisi et mis à l'honneur la singularité du vignoble (2019); David Shrigley et sa série de dessins revenant avec justesse sur sa résidence en Champagne (2020-2021); Jeppe Hein proposant aux visiteurs une expérience

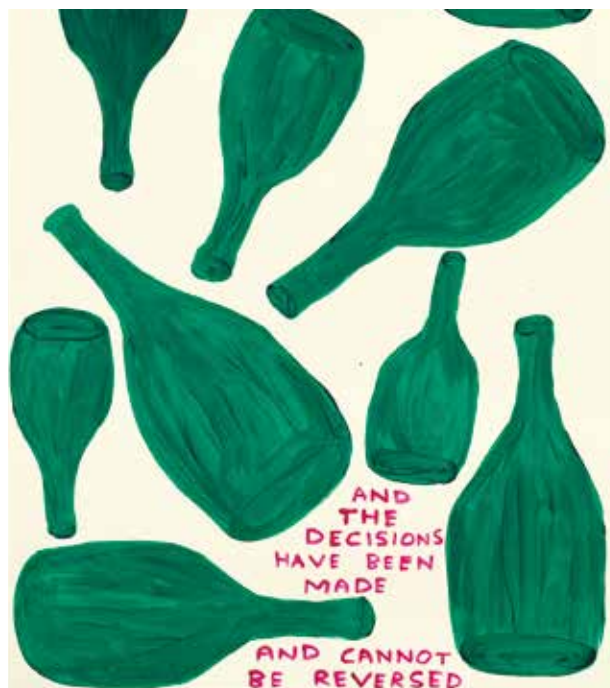
sensorielle (2022); Eva Jospin évoquant la richesse du terroir champenois et la précision des gestes des professionnels à travers une installation immersive (2023). En 2024, la Carte Blanche porte pour la première fois une vision collective. Six artistes aux convictions fortes : Andrea Bowers, Thijs Biersteker, Marcus Coates, Pascale Marthine Tayou, Henrique Oliveira et Tomoko Sauvage, donnent vie à des réflexions sur les questions environnementales et les enjeux climatiques. Bientôt 300 ans que la Maison Ruinart élabore ses vins, en entretenant un dialogue avec le vivant, auquel ces Cartes Blanches continueront encore longtemps à rendre hommage. Des Cartes Blanches à découvrir dès octobre 2024 au 4, rue des Crayères, l'adresse rémoise métamorphosée de la Maison Ruinart, enrichie d'un nouveau pavillon de l'architecte japonais Sou Fujimoto et d'un jardin de sculptures.



LIU BOLIN, 2018



VIK MUNIZ, 2019



DAVID SHRIGLEY, 2020-2021



JEPPE HEIN, 2022



EVA JOSPIN, 2023



CONVERSATIONS AVEC LE VIVANT, 2024

Un chai ultracontemporain



Dessiné par Christian de Portzamparc et inauguré en juin 2011, le chai de Cheval Blanc se dresse tel un soulèvement du sol souligné par deux vagues de béton blanches. Un jardin peuplé d'herbes folles coiffe cette colline artificielle, dont les courbes gracieuses s'effacent derrière l'élévation du château. Au sein de ces 6000 m², la technologie se met au service du savoir-faire de l'homme : ici, le geste prime sur l'outil. Chacune des 52 cuves est, chaque année, dédiée à une unique parcelle du domaine.

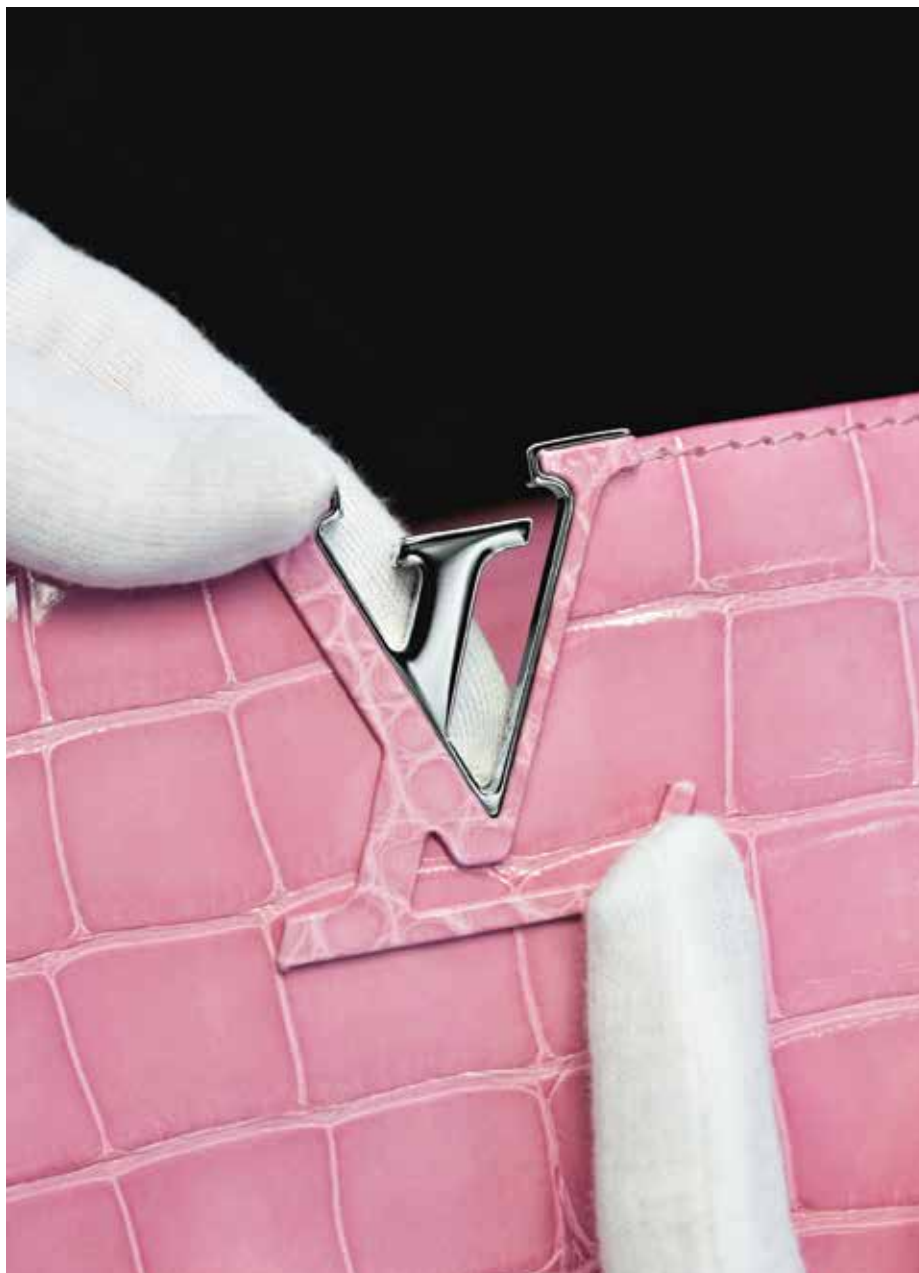
Cette vinification sur mesure permettra, au cours de l'assemblage, d'utiliser toute la palette des vins produits sur le terroir de Cheval Blanc. Le chai de Cheval Blanc a la particularité d'être le premier de sa catégorie à bénéficier du label Haute Qualité Environnementale et a reçu en 2013 le célèbre Prix international d'Architecture décerné par le Chicago Athenaeum et par le Centre européen pour le Design d'Art architectural et d'Études urbaines honorant « la nouveauté et l'avant-garde ».



LOUIS VUITTON

Le Capucines,

icône d'une élégance intemporelle



Hommage à la première adresse parisienne de Louis Vuitton, inaugurée rue Neuve-des-Capucines en 1854, le sac *Capucines* est un symbole de la haute qualité artisanale de la Maison. Sac aussi intemporel qu'ingénieux, il se reconnaît immédiatement à sa silhouette épurée et à l'élégance de ses moindres détails. Dévoilé en 2013 dans un éventail de couleurs et de tailles, le *Capucines*, aux multiples portés, est l'icône d'une élégance intemporelle.



URS FISCHER, 2019



URS FISCHER, 2019



ALEX ISRAEL, 2019



TSCHABALALA SELF, 2019



NICHOLAS HLOBO, 2019



NICHOLAS HLOBO, 2019



SAM FALLS, 2019



SAM FALLS, 2019



BEATRIZ MILHAZES, 2020





DONNA HUANCA, 2021



ZENG FANZHI, 2021



ZENG FANZHI, 2021



FRANK GEHRY, 2023



AMÉLIE BERTRAND, 2022



EWA JUSZKIEWICZ, 2023



FRANK GEHRY, 2023



FRANK GEHRY, 2023



FRANK GEHRY, 2023



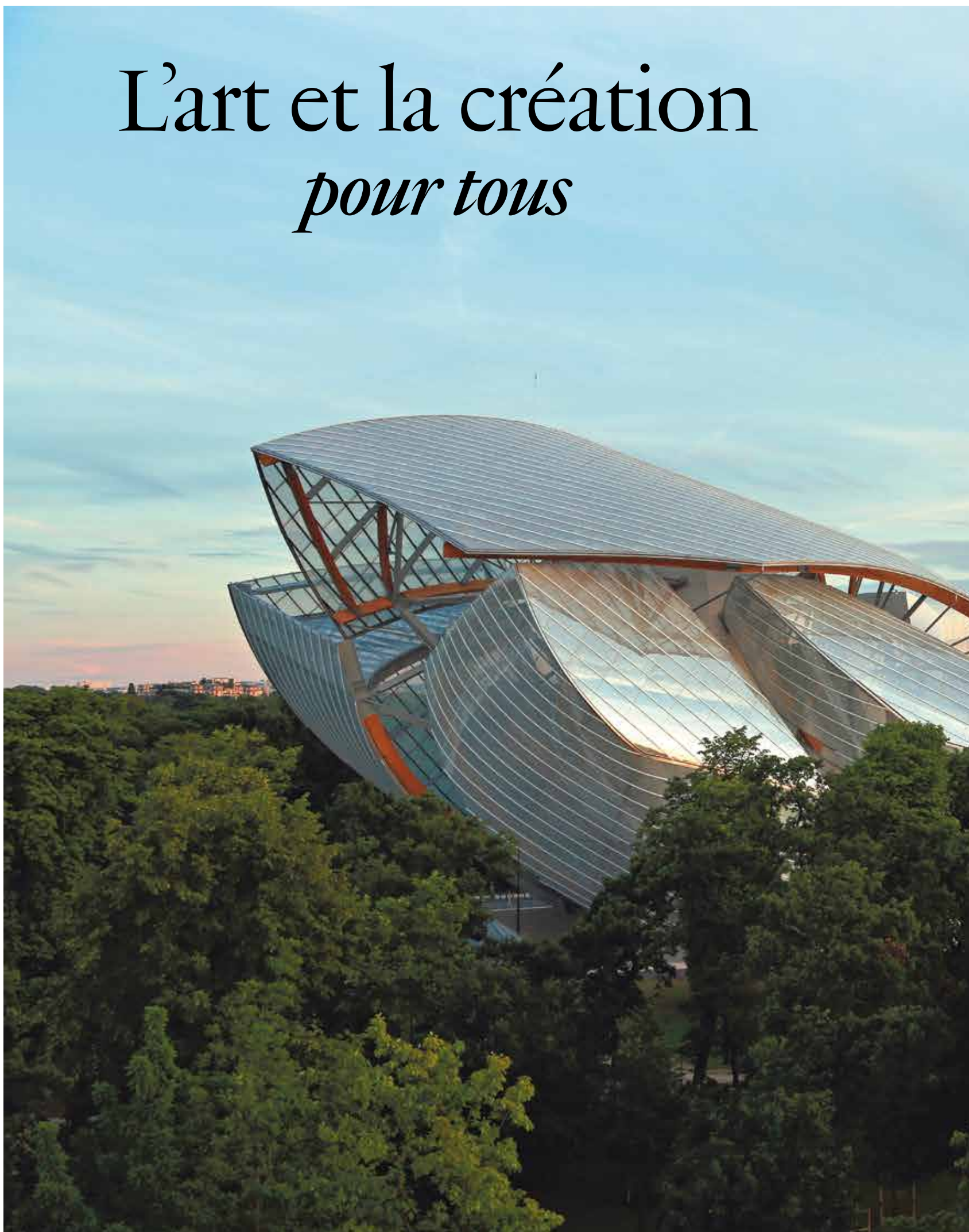
JARED ZAGHA, 2024

UN SAVOIR-FAIRE D'EXCELLENCE AU SERVICE DE LA CRÉATIVITÉ

Conçu avec soin et ingéniosité, le sac résulte de l'assemblage de 250 pièces et de plus d'une centaine d'étapes de fabrication réalisées par les artisans les plus aguerris de la Maison. Prouesse technique, merveille d'inventivité et d'excellence artisanale, le *Capucines* s'érige en classique moderne. En 2019, Louis Vuitton lance *Artycapucines*, un projet de collaboration avec des artistes

contemporains invités à insuffler leur vision créative au modèle iconique. Depuis, une trentaine de créations ultramodernes ont été réalisées par des artistes de renommée mondiale et sont disponibles en éditions limitées. Au travers de cette collection exclusive, Louis Vuitton met son savoir-faire d'excellence au service de la créativité de talentueux artistes.

L'art et la création *pour tous*



Créée à l'initiative de Bernard Arnault par Frank Gehry et inaugurée fin 2014 dans le Bois de Boulogne, à Paris, la Fondation Louis Vuitton affirme et pérennise l'engagement de mécène pour l'art et pour la culture de LVMH et de Louis Vuitton. Elle soutient la création artistique contemporaine française et internationale et la rend accessible à tous au travers d'une collection permanente, d'expositions temporaires, de commandes artistiques et de divers événements pluridisciplinaires, notamment musicaux, qui rythment la

programmation avec un tel succès qu'en dix ans elle aura accueilli plus de 11 millions de visiteurs. La Fondation Louis Vuitton, par l'audace d'un bâtiment déployant dans le ciel de Paris ses 12 « voiles » de verre emblématiques, enrichit le patrimoine français d'un monument reconnu comme marquant l'architecture du ^{xxi}e siècle; un vaisseau porté par le souffle du dialogue passionné échangé entre les artistes, leurs œuvres et un très large public, de tous âges, de tous horizons, de Paris, de toute la France, du monde entier.



11



L'excellence

du bagage

Malletier et maroquinier fondé à Cologne en 1898, RIMOWA est devenue au cours du xx^e siècle l'une des Maisons emblématiques de l'art du voyage. RIMOWA a construit sa réputation sur la conception de bagages associant légèreté, fonctionnalité et durabilité. La qualité allemande des valises RIMOWA en fait aujourd'hui la référence mondiale du secteur. En 2016, le petit-fils du fondateur de RIMOWA a choisi de s'associer avec LVMH pour pérenniser l'esprit d'excellence et la vision de long terme qui animent sa famille et les collaborateurs de l'entreprise depuis plus d'un siècle. Depuis sa création, l'innovation a

toujours été au cœur de la stratégie de la Maison, de sa première valise en aluminium à son système *MultiWheel*[®] en passant par son design aux rainures iconiques. De nouvelles couleurs ont enrichi les collections de bagages et des éditions spéciales issues de plusieurs collaborations ont été dévoilées; des accessoires de voyage et des sacs ont complété l'offre tels que le dernier-né, le sac *Original Bag*. RIMOWA dispose d'un héritage unique et partage avec les Maisons du Groupe une même passion pour l'innovation, créant des produits de très haute qualité garantis pour une vie entière de souvenirs.

12





Défilé Croisière :
expérience sensorielle
en baie de Rio





UN ÉCRIN D'EXCEPTION

La collection *Croisière 2017* de Louis Vuitton fait escale en mai 2016 au cœur du Musée d'Art Contemporain de Niterói, conçu par Oscar Niemeyer, édifice emblématique avec sa forme de soucoupe volante posée à flanc de falaise face à la baie de Rio.

HÉROÏNE EN MOUVEMENT

La collection s'inspire du tourbillon de sensations que seule Rio sait faire naître : insolente énergie, multiculturalisme revendiqué, futurisme urbain et romantisme lumineux. Les robes sont comme enlevées par la vitesse et dessinent une nouvelle silhouette dynamique. Les jupes sont enroulées à la hâte telles des serviettes de bain au sortir de la plage. Les sandales techniques continuent de profiler cette héroïne en mouvement.

MODERNISME TROPICAL

Nicolas Ghesquière, Directeur Artistique, confie : « À Rio, j'ai vu du mouvement, de l'énergie, une esthétique détonante entre le tropical et le modernisme. J'ai été fasciné par cette dualité entre la nature et l'urbanisme, et l'explosion picturale qui en résulte. La question était de savoir comment intégrer dans ma collection des éléments qui font partie de la culture brésilienne, sans oublier que je suis le visiteur d'un moment qui apporte son propre référentiel culturel parisien et français. »

L'art

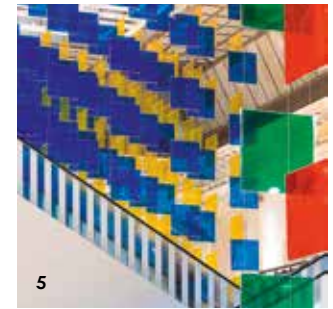
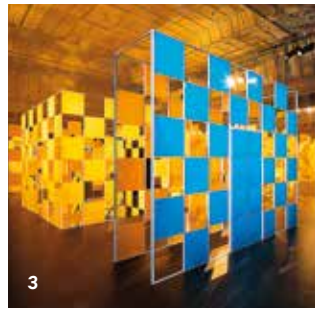
au Bon Marché



Dans le sillage d'Aristide et Marguerite Boucicaut, fondateurs du Bon Marché, collectionneurs passionnés, qui créent en 1875 une galerie au sein de leur magasin, l'art occupe encore aujourd'hui une place de choix dans ce lieu emblématique de la rive gauche parisienne de la Seine. Depuis toujours, de nombreux événements ont été présentés aux clients du Bon Marché : l'occasion pour ce couple de pionniers du commerce à l'esprit visionnaire d'imaginer

des mises en scène très audacieuses qui émerveillaient les visiteurs franchissant les portes du grand magasin : concerts, expositions d'œuvres, « mois du blanc ». Le 24, rue de Sèvres renoue avec cette tradition depuis 2016, en proposant chaque année au mois de janvier des cartes blanches à des artistes et créateurs de la scène contemporaine internationale, qui sont invités à investir ses multiples espaces. Les arts visuels ou la mode, le design ou la

13



musique s'expose à l'occasion d'événements ponctuels annuels, impliquant entre autres une installation monumentale *in situ* au cœur du magasin et de ses iconiques escalators. Ainsi, des noms prestigieux ont tous signé, au fil de ces dernières années, des œuvres éphémères spectaculaires débordantes de créativité et de poésie. Parmi eux : Daniel Buren / Aux Beaux Carrés : Travaux *in situ* (1 à 6), Subodh Gupta / Sangam (7, 8, 9), Prune Nourry /

L'Amazone érogène (10), Ai Weiwei / Er Xi (11), Joana Vasconcelos / Branco Luz (12, 13) ou encore Mehmet Ali Uysal qui s'engage contre le réchauffement climatique avec son œuvre « Su » (14). Sans oublier Leandro Erlich (15, 16), Chiharu Shiota (17) et Oki Sato du studio Nendo. L'engagement pour l'art étant inhérent au Bon Marché, ces prises de parole artistiques continueront encore longtemps à susciter émotion et étonnement.

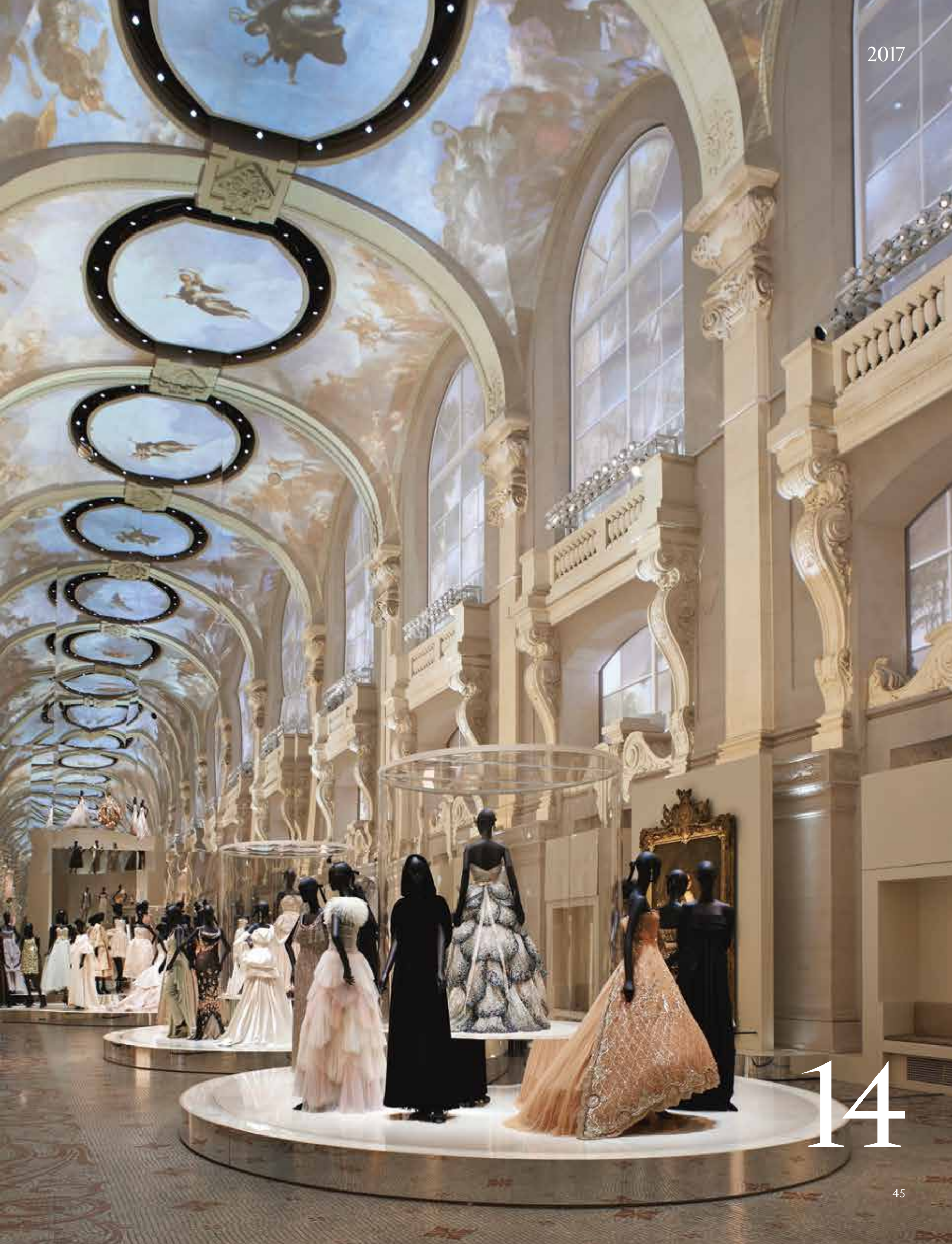
CHRISTIAN DIOR

Couturier du Rêve

Exposition *au musée des Arts décoratifs*

Depuis sa création, en 1947, la Maison Dior n'a eu de cesse de surprendre, d'émerveiller et d'inventer de nouveaux codes. Elle a marqué les esprits et les époques en poursuivant sa quête, celle d'offrir aux femmes une élégance unique et l'envie de n'être personne d'autre qu'elles-mêmes. Singulière, elle l'est profondément, comme le fut son fondateur, Christian Dior. Le musée des Arts décoratifs a célébré, en 2017, l'anniversaire marquant les 70 ans de la création de la Maison Christian Dior à travers une exposition riche et dense. Un record de fréquentation pour le musée avec 708 000 visiteurs. Et plus encore, un événement inédit pour une Maison, « Christian Dior, Couturier du Rêve » figurant parmi les expositions les plus vues en 2017, toutes expositions parisiennes confondues. La rétrospective invitait le visiteur à découvrir l'univers de Christian Dior – dont son passé de galeriste et son amour pour les arts – ainsi que celui des couturiers qui lui ont succédé : Yves Saint Laurent, Marc Bohan,

Gianfranco Ferré, John Galiano, Raf Simons et Maria Grazia Chiuri. L'exposition se déployait autour d'une sélection de plus de 300 robes de haute couture, mais aussi de toiles d'atelier, de photographies et d'œuvres d'art qui ont inspiré les collections. Au fil des décors imaginés par la scénographe Nathalie Crinière et d'une narration chronologique et thématique, évoquant une galerie, un cabinet de curiosités aux multiples couleurs, un boudoir, une salle de bal ou encore un jardin merveilleux, l'exposition proposait une envoûtante promenade au cœur de l'histoire et de l'héritage de la Maison. Pour poursuivre ce voyage, un ouvrage a rassemblé une sélection de silhouettes créées par Christian Dior et ses successeurs, spécialement photographiées pour l'occasion par Nicholas Alan Cope, ainsi que des archives rares, des croquis et des clichés signés par les plus grands photographes de mode : Irving Penn, Richard Avedon, Brigitte Lacombe, Nick Knight...



14

BELMOND

Belmond

UNE COLLECTION EXCEPTIONNELLE DE DESTINATIONS ET D'EXPÉRIENCES

Depuis l'acquisition de l'hôtel Cipriani, à Venise, en 1976, Belmond repousse sans cesse les frontières de l'hospitalité d'excellence. Mettant à l'honneur les traditions, les communautés et les cuisines locales du monde entier, Belmond crée des expériences aussi authentiques qu'uniques, dans des lieux chargés d'histoire et inspirants. Aujourd'hui, Belmond dispose d'un portefeuille d'hôtels, de trains, de croisières

et de safaris, conciliant héritage, savoir-faire, authenticité et sens du service. La Maison, qui rejoint LVMH en 2019, complète l'activité hôtelière des Maisons Cheval Blanc et Bulgari. Présent dans 28 pays, Belmond gère 32 hôtels dans de véritables lieux emblématiques dont l'hôtel Splendido à Portofino, le Copacabana Palace à Rio de Janeiro, des merveilles patrimoniales dans d'anciens monastères à Cuzco

ou Florence ou bien encore des havres de paix comme l'hôtel Maroma au cœur de la Riviera Maya et de sa jungle luxuriante. Belmond exploite six trains mythiques dont l'iconique Venice Simplon-Orient-Express, une légende du design Art déco où règne un luxe à nul autre pareil.

BELMOND CARUSO, CÔTE AMALFITAINE 40.6514° N, 14.6130° E



ISTANBUL 41.0082° N, 28.9784° E

PARIS 48.8575° N, 2.3514° E

VENISE 45.4404° N, 12.3160° E

ROME 41.8967° N, 12.4822° E



PORTOFINO 44.3032° N, 9.2098° E

VÉRONE 45.4384° N, 10.9917° E

FLORENCE 43.7700° N, 11.2577° E

VIENNE 48.2081° N, 16.3713° E





Domaine d'exception

AU CŒUR DE LA PROVENCE

Le Château d'Esclans, qui rejoint le Groupe LVMH en 2019, est un somptueux domaine situé au cœur de la Provence, au nord-est de Saint-Tropez, sur un site exceptionnel entouré de parcs, de forêts et de vieilles vignes. En 2006, la Maison a orchestré la « Renaissance du Rosé ». *Whispering Angel, Rock Angel, Château d'Esclans* : ses vins haut de gamme et primés, présents sur les meilleures tables, ont constitué l'épicentre d'une tendance révolutionnaire visant à faire du rosé un grand vin. Aujourd'hui encore, la Maison continue d'améliorer les pratiques viticoles. Une fois sélectionnés

et cueillis à la main, les raisins sont travaillés dans des caves ultramodernes à l'approche technologique avancée, incluant le tri optique, le refroidissement, le pressurage et le passage dans des fûts de chêne français à température contrôlée. Cette fusion des savoir-faire traditionnels et des techniques de vinification les plus modernes garantit la création de rosés extraordinaires, appréciés par les amateurs les plus exigeants.



BIENVENUE AU

12

VENDÔME

LE CŒUR DE LA MAISON CHAUMET

En 2020, Chaumet rouvre les portes de son hôtel particulier historique, situé au 12, place Vendôme, à Paris, au terme d'un projet de rénovation célébrant 240 ans d'histoire entre jeunesse et modernité, revivifiés année après année à travers la création de bijoux singuliers. Avant même de porter le nom de Chaumet, la Maison est le

premier joaillier à s'installer en 1812 place Vendôme, au numéro 15, l'adresse actuelle du Ritz. En 1907, Joseph Chaumet choisit le numéro 12 pour installer sa Maison. Le bâtiment, réenchanté par l'architecte d'intérieur Patricia Grosdemange, abrite aujourd'hui une boutique aux espaces entièrement repensés, des salons dédiés à la culture, ainsi que l'atelier de Haute Joaillerie.



UN PATRIMOINE RICHE ET FOISSONNANT

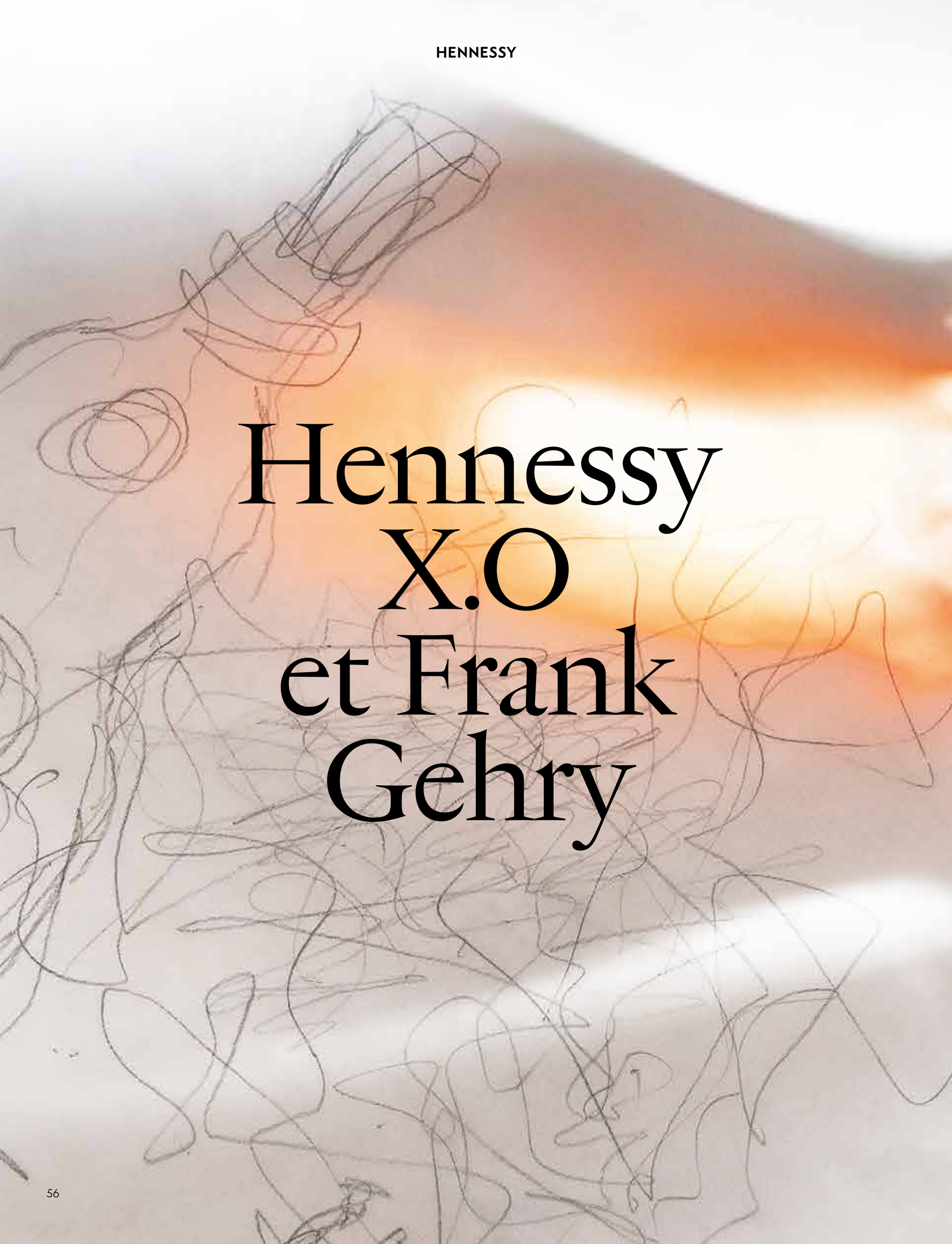
Joyaux des XVIII^e et XIX^e siècles, les grands salons du 12 Vendôme – dont le Salon Chopin, classé aux monuments historiques, où le célèbre pianiste composa son dernier morceau – ont été restaurés et repensés pour accueillir le fond patrimonial unique de la Maison. Elle a su conserver au fil du temps nombre de trésors inestimables. Point d'orgue de la succession d'espaces intimistes du premier étage, le Salon des Joyaux donnant sur la colonne Vendôme, permet de présenter des pièces d'exception ou d'imaginer une commande spéciale. Les collections historiques de Chaumet sont présentées dans le Salon des Diadèmes. Au mur, des maquettes de diadèmes en maillechort - alliage de cuivre et d'étain, dernière étape avant la fabrication du bijou – témoignent de toute l'histoire de son savoir-faire créatif.





UNE VIRTUOSITÉ PRÉCIEUSE

Surplombant la colonne Vendôme, la statue de Napoléon veille sur l'atelier de Haute Joaillerie. C'est dans ce lieu tenu secret que joailliers, sertisseurs et polisseuses œuvrent chaque jour pour donner vie aux créations Chaumet. Cette virtuosité précieuse, que seule la main peut reproduire, se transmet de chef d'atelier en chef d'atelier depuis 1780. La Maison Chaumet sélectionne avec le plus grand soin les pierres qui seront serties sur ses créations joaillières et horlogères. Leur vaste palette de couleurs et leur petit supplément d'âme incarnent intensément les sentiments les plus purs. Chaque diamant répond à une exigence d'excellence, selon la norme 4C : colour, cut, clarity et carat weight.



Hennessy X.O et Frank Gehry



En 2021, à l'occasion du 150^e anniversaire de *Hennessy X.O.*, l'architecte Frank Gehry réinterprète la carafe emblématique de la Maison, dans un style unique en bronze, or froissé et verre, avec la même vision, le même engagement et la même curiosité que pour la conception de ses œuvres architecturales. Inspiré par la richesse de l'assemblage *Hennessy X.O.*, les terres fertiles, les vignes

tortueuses et les reflets de la Charente, qui traverse le domaine Hennessy, Frank Gehry livre une création singulière. L'emblématique flacon est enveloppé d'une manchette froissée en bronze revêtu d'or 24 carats. Ce décanteur sculptural est protégé par un écrin en verre fracturé qui rappelle également la thématique de l'eau et de la lumière. Cette pièce exclusive a été éditée à 150 exemplaires numérotés et signés.

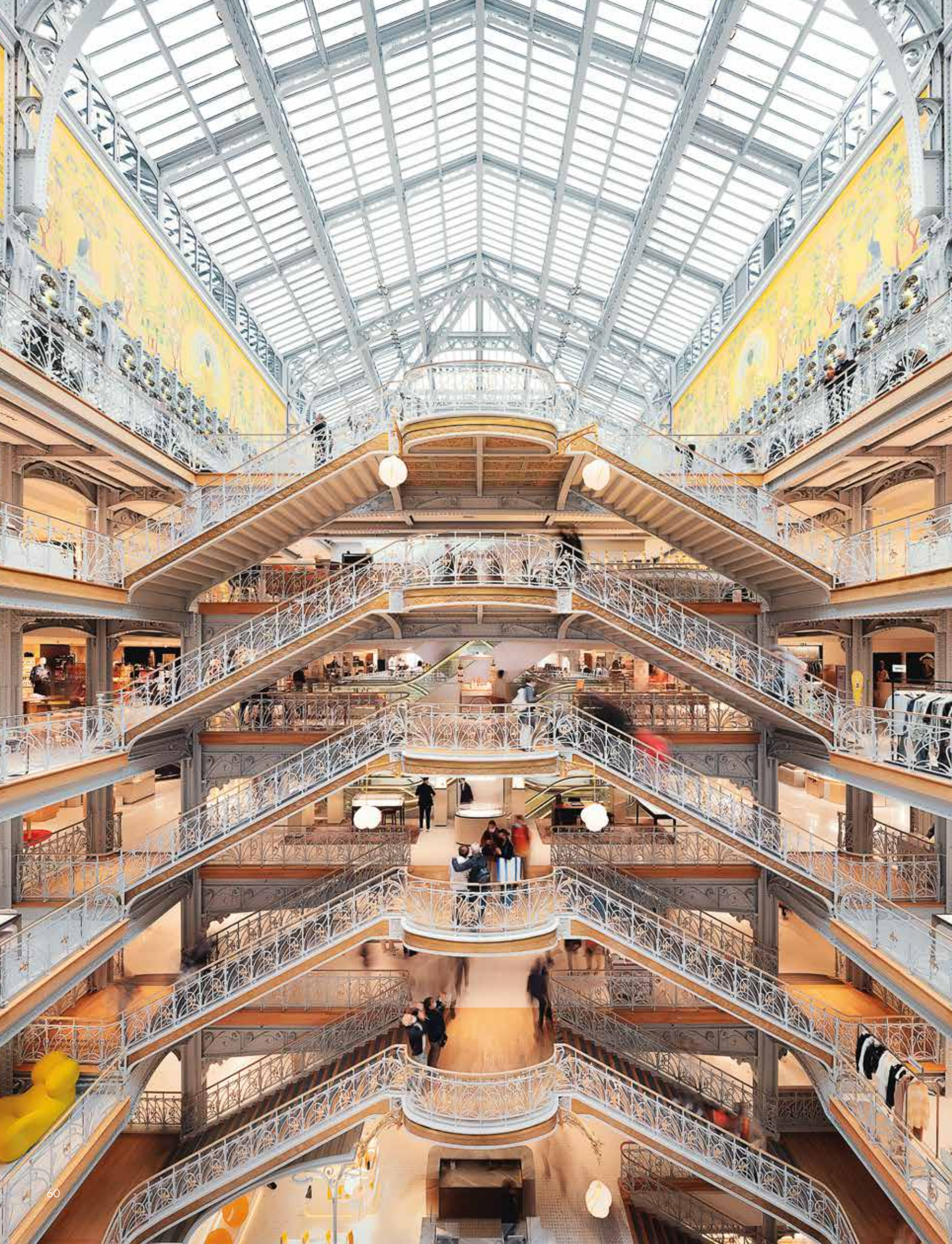
18

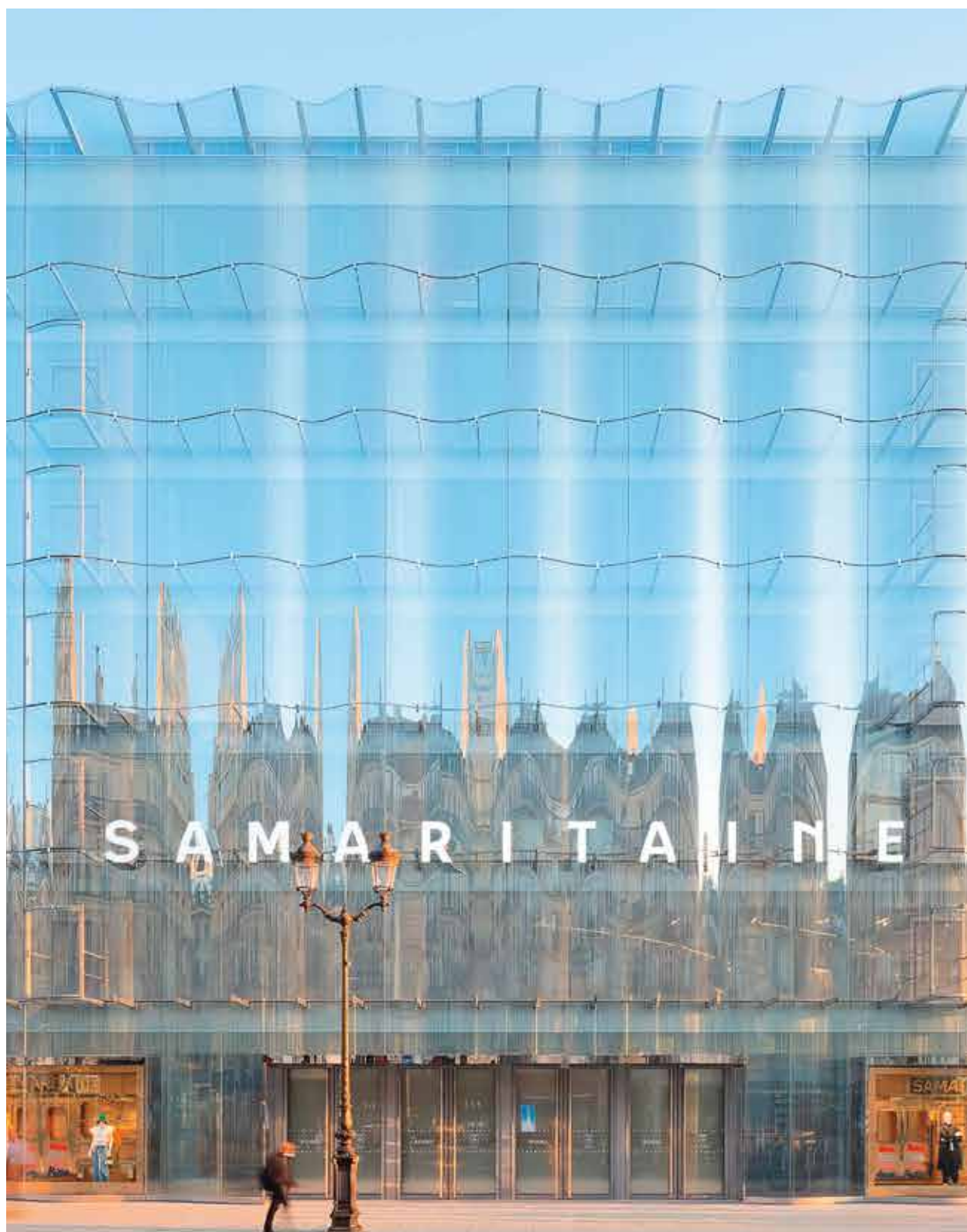
Renaissance

d'un emblème parisien

Après une rénovation aussi ambitieuse que fidèle à l'histoire des lieux, la Samaritaine Paris Pont-Neuf a rouvert ses portes en 2021. Ce chantier hors norme aura mobilisé de nombreux artisans d'art : doreurs, ferronniers... Désormais identifiable à sa façade de verre ondulé signée par l'agence japonaise Sanaa (prix Pritzker 2010), le grand magasin retrouve sa verrière Eiffel de 1907, ses décorations Art nouveau en lave émaillée et son escalier monumental. Au-delà du geste architectural innovant, l'ensemble des bâtiments a reçu les certifications les plus exigeantes en matière environnementale.







UN RÊVE AUDACIEUX

Conçu et opéré par DFS, le leader mondial de la vente de produits de luxe à destination des voyageurs (détenu par LVMH), le grand magasin promet un rêve audacieux : mêler expériences et émerveillement, authenticité et modernité. Quelque 600 marques – des noms incontournables du luxe aux créateurs les plus exclusifs – ponctuent cet univers singulier faisant la part belle à l'élégance et à l'art de vivre à la française. Unique par son histoire, son architecture éclectique, sa situation en figure de proue sur la Seine, la Samaritaine renaît sous la forme d'un lieu de vie contemporain. L'ensemble Samaritaine abrite

un grand magasin dédié à l'excellence du savoir-faire français, un hôtel de prestige à l'enseigne Cheval Blanc, premier hôtel urbain de la Maison, une crèche de 80 berceaux, ainsi que 96 logements sociaux (vendus à Paris Habitat). À proximité immédiate du musée du Louvre et des Halles, l'ensemble Samaritaine contribue plus largement à la renaissance du quartier avec une place piétonnisée offrant un accès direct au Pont-Neuf. Une rénovation qui constitue l'un des plus grands projets architecturaux en Europe, et contribue au rayonnement international de Paris.

Un nouvel écrin

au cœur de Paris

20



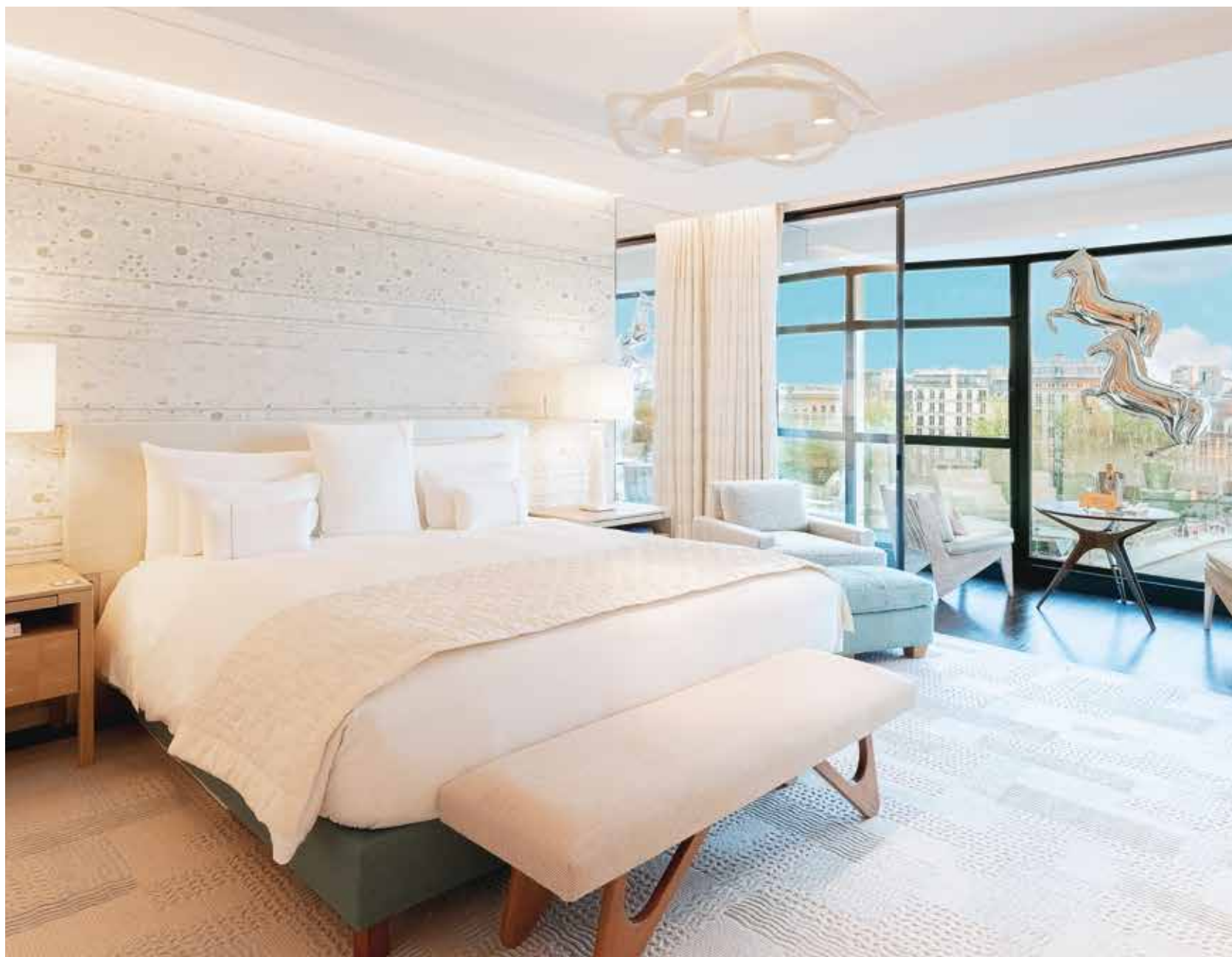
En septembre 2021, Cheval Blanc Paris ouvre les portes de l'iconique bâtiment Art déco pour une escapade parisienne imaginée avec audace et délicatesse. Cet écrin aux vastes baies vitrées offre de spectaculaires percées sur la ville depuis chacune

des chambres et chacun des quatre restaurants, dont *Plénitude*, du Chef Arnaud Donckele. L'hôtel de 72 clés procure aux hôtes l'intimité d'une maison particulière, où chaque détail a été pensé avec sens et chaque élément choisi avec soin.



ODE AUX SENS

Outre son adresse exceptionnelle, la résidence mise en scène par Peter Marino est un joyau d'art et de design : richesse des matières, des textures et des formes, kaléidoscope d'ors et de couleurs, collection d'œuvres d'art, de pièces réalisées sur mesure et de curiosités chinées. Ici, l'esthétique et l'excellence se propagent à l'espace bien-être avec l'ondoyante piscine et le Dior Spa Cheval Blanc Paris.





Tradition et innovation *en côte de Nuits*



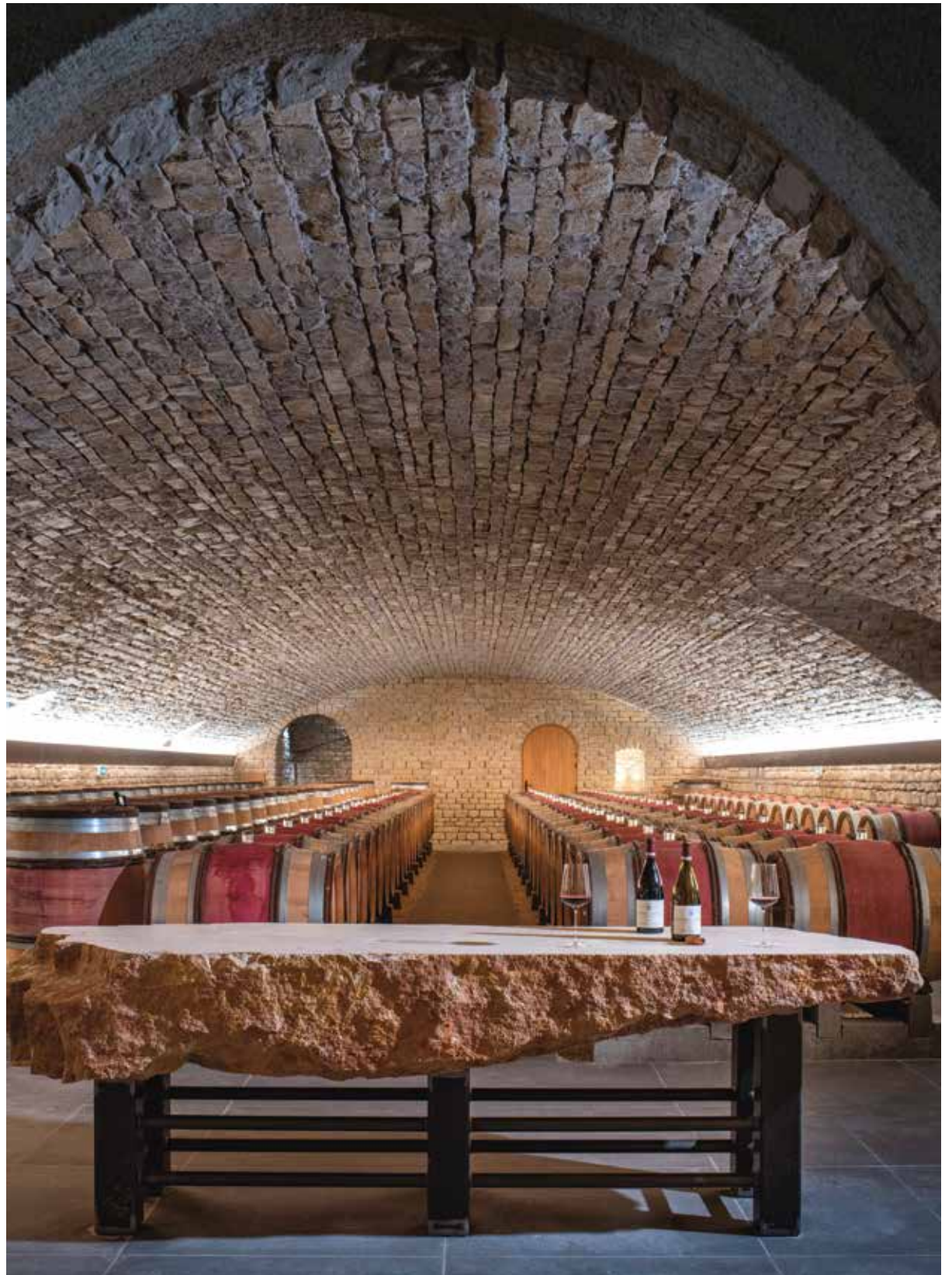
Situé à Morey-Saint-Denis, le Clos des Lambrays est l'un des vignobles les plus anciens et les plus prestigieux de Bourgogne. Des archives attestent de son existence dès 1365. Vin à la personnalité unique, il est régulièrement cité parmi les 100 meilleurs vins au monde dans les ouvrages de référence avec un parfum et une complexité aromatique remarquables associés à un toucher de bouche délicat et soyeux. Après plus de 650 ans d'histoire, cette icône de la côte de Nuits se renouvelle encore.

21



UNE VINIFICATION FINEMENT ADAPTÉE

En 2019, le Domaine remet en question ses pratiques et entame une conversion à la viticulture biologique. L'année d'après, il passe en biodynamie. La vendange 2022 est la première officiellement certifiée « bio ». De façon complémentaire au travail de la vigne, et afin de disposer d'un outil à la hauteur du raisin exceptionnel qui en résulte, la cuverie et les caves du Domaine des Lambrays ont été réaménagées lors d'un ambitieux chantier de deux ans mobilisant 150 experts. L'objectif était de dégager de la place en cave, afin de pouvoir prolonger les durées d'élevage; et de gagner en précision grâce à des cuves plus petites mais en plus grand nombre, rendant possible une vinification finement adaptée, parcelle par parcelle.



UN OUTIL VITICOLE DE POINTE

À cette occasion, deux innovations techniques ont été déployées : les premières cuves cylindriques de Bourgogne, permettant de travailler différemment la vendange entière, et un système d'élévation de cuve par gravité, conférant au vin plus de brillance aromatique. Pour accueillir ce nouvel équipement, le Domaine s'est doté d'un bâtiment conçu pour s'intégrer parfaitement à l'architecture locale et au paysage des Climats de Bourgogne – classés au patrimoine mondial de l'UNESCO. Reflet d'une ambition écologique forte, le bâtiment est construit en réutilisant notamment les matériaux de l'ancienne installation. Entre innovation et tradition, le Clos des Lambrays poursuit sa quête d'excellence, s'efforçant de révéler le plein potentiel de ce terroir exceptionnel avec pureté et précision.

LORO PIANA

The Gift of Kings

LA PLUS NOBLE DES LAINES



The Gift of Kings® est une laine mérinos ultrafine d'Australie et de Nouvelle-Zélande, d'un diamètre moyen de 12 microns. Elle doit son nom à l'habitude qu'avaient les rois espagnols d'offrir des couples de brebis mérinos à d'autres souverains pour bâtir des alliances. C'est ainsi que l'espèce a été introduite dans

l'hémisphère Sud au XVIII^e siècle, où l'habitat s'est révélé idéal. Depuis lors, des générations d'éleveurs se sont occupées de ces moutons avec le plus grand soin et ont porté leur laine à un remarquable niveau de qualité et de finesse. Les fils et tissus *The Gift of Kings*® sont naturellement extensibles et fluides.



Légère comme une plume et respirante, cette laine s'adapte aux changements de température du corps. Loro Piana a établi des relations exclusives à long terme avec des éleveurs australiens et néo-zélandais soigneusement sélectionnés, ce qui permet à la Maison d'acheter leur laine la plus fine. Loro Piana a par ailleurs

lancé en 2022 un service de certification numérique avec *The Aura Blockchain Consortium* : en scannant le QR code apposé sur l'étiquette, les clients peuvent vérifier l'authenticité des articles fabriqués en laine *The Gift of Kings®*, et connaître leur histoire unique – de la fibre au vêtement fini.



30

*Montaigne
forever*

Après plus de deux années de rénovation, le mythique hôtel particulier du 30, avenue Montaigne de la Maison Dior a rouvert ses portes en mars 2022. Ce lieu légendaire – au charme duquel Christian Dior a succombé, telle une évidence, en 1946 – a vu naître, durant plus de soixante-quinze ans, les collections de la Maison, devenant l’emblème de l’élégance parisienne et de la haute couture française.

23

REFUGE DU MERVEILLEUX

Le berceau historique du révolutionnaire « New Look » se métamorphose en un lieu unique au monde, incarnation de tous les possibles : un extraordinaire « refuge du merveilleux », pour reprendre les mots de Monsieur Dior. Prouesse orchestrée par l'architecte Peter Marino, cette adresse iconique, à la croisée du style néoclassique et de l'épure contemporaine, célèbre

l'excellence des savoir-faire et la passion pour l'art de vivre, la gastronomie et la culture. Car ce lieu n'est pas seulement une boutique d'exception, ce sont aussi des salons haute couture, un espace d'exposition, une pâtisserie et un restaurant proposant les recettes qu'affectionnait Monsieur Dior – sans oublier la Suite Dior. Trois somptueux jardins rendent hommage à la passion pour la nature du couturier-fondateur.







**UNE PASSION POUR L'ART DE VIVRE,
LA GASTRONOMIE ET LA CULTURE**

Le Restaurant, affectueusement nommé « Monsieur Dior », est porté par la créativité de Jean Imbert à la fois raffinée et généreuse, conjuguant la simplicité à l'élégance. Le chef français, accompagné de son fidèle collaborateur Antony Clémot, s'est inspiré de l'héritage et de l'histoire de la Maison pour élaborer chacun des menus. Une cuisine sublimée par des

collections Dior Maison exclusives consacrées aux arts de la table, magnifiant les mets classiques issus des recettes préférées du couturier-fondateur. En salle, un audacieux miroir de Claudia Wieser, composé de panneaux géométriques, dialogue avec une immense œuvre picturale de Guy Limone conçue à partir de milliers d'images, puisées dans les archives de Dior et dans la collection personnelle de l'artiste.



CHRISTIAN DIOR

Guidé par

DÉFILÉ HOMME AUTOMNE 2023



24

les étoiles



Un soir d'automne à Gizeh, derrière la Grande Pyramide... Au fur et à mesure que la lumière change, des silhouettes en mouvement apparaissent dans le désert, reflétant les couleurs du ciel, du paysage et du temps qui passe. À la tombée de la nuit, les constellations se révèlent; une influence à la fois sur les civilisations anciennes et modernes. Le symbole de l'étoile fait partie du patrimoine Dior : c'est en apercevant sa « bonne étoile » – une étoile en métal trouvée rue du Faubourg-Saint-Honoré – que Monsieur Dior comprit que son destin était de créer sa propre maison de haute couture. Une Maison souvent guidée par sa passion pour l'astrologie. Son premier défilé, son « New Look », a révolutionné la mode. Soixante-quinze ans plus tard, Kim Jones, Directeur Artistique des lignes masculines de Dior, présente sa collection Automne 2023, qui s'inscrit dans le continuum du passé, du présent et du futur chez Dior – avec l'avenir à l'esprit, avant tout. Au gré des looks, une gradation de gris laisse place à la palette du désert. Comme une stratification de l'histoire, ces vêtements sont des textures superposées, avec une dimension de protection et où l'aisance et la fluidité sont de mise.

25

Un flagship *réinventé*



Après des mois de rénovation, le vaisseau amiral parisien, situé avenue des Champs-Élysées, a rouvert ses portes en 2023 pour offrir à ses clients une expérience de shopping réinventée. Différentes destinations thématiques rassemblent le meilleur des marques de beauté prestige, des plus intemporelles et iconiques aux plus tendance et innovantes. Première rénovation majeure du site depuis son ouverture, en 1996, elle s'inscrit dans la stratégie de développement durable de Sephora, visant à réduire la consommation d'énergie de 50% avec les dernières technologies LED, un nombre d'écrans réduit, et une grande porte d'entrée coulissante, afin de réduire les pertes de chaleur. Cette nouvelle boutique, qui reprend les codes de l'architecture parisienne, utilise des matériaux comme le pavé en pierre et des éléments métalliques inspirés du XIX^e siècle pour créer une atmosphère unique.





Sur le

DÉFILÉ HOMME PRINTEMPS-ÉTÉ 2024

Pont-Neuf



26



UN DÉFILÉ IRRADIANT D'OPTIMISME

Le 20 juin 2023, Louis Vuitton ouvrait la marche de la Paris Fashion Week Homme avec la première collection Printemps-Été 2024 imaginée par Pharrell Williams. Le Directeur Créatif Homme de la Maison a embrasé la capitale française sur le mythique Pont-Neuf avec un défilé particulièrement attendu, suscitant un immense enthousiasme avec plus de 1,1 milliard de vues sur les réseaux sociaux. Point de ralliement symbolique, à proximité immédiate des studios Louis Vuitton, le plus vieux pont de Paris s'est transformé grâce à une scénographie spectaculaire, rehaussée du motif à damier historique de la Maison. Irradiant d'optimisme, la collection s'imprègne de l'énergie du soleil pour signer des silhouettes magnifiant les emblèmes de Louis Vuitton sous un nouveau jour, sur les notes mélodieuses du pianiste virtuose Lang Lang, puis du chœur gospel Voices of Fire.







REVIGORER LE MOTIF À DAMIER

Dans une forme de synesthésie, les couleurs primaires viennent revigorer le damier classique de Louis Vuitton. Élément fondamental de la familiarisation de Pharrell Williams avec la Maison, le motif est réimaginé dans une série de nouvelles adaptations, avec notamment un damier « Atari 8-bit » créé par le pixel artist ET Artist, et le Damouflage, déclinaison du damier façon camouflage, tandis que des œuvres du peintre américain Henry Taylor prennent la forme de microbroderies sur des costumes, des pièces en denim, des sacs et des accessoires.

UNE NOUVELLE APPROCHE DU DANDY

L'attitude du dandy découpe une silhouette librement autobiographique adaptée à une approche contemporaine du costume. Elle témoigne d'une attention réfléchie à l'art de s'habiller. Des costumes aux coupes nettes, aux proportions classiques mais modernes, donnent le ton avec des pantalons aux formes droites ou évasées, des tuniques à col bandeau et des vestes évocatrices de la garde-robe parisienne traditionnelle, dans un esprit workwear. Les volumes rétrécis se matérialisent dans de petits cabans, contrastés par l'expansion occasionnelle de pantalons surdimensionnés et boxy. Pharrell Williams fait un clin d'œil à sa Virginie américaine natale avec l'emblème « LVERS », référence au slogan de l'État : « Virginia is for lovers ». Le logo « Marque L. Vuitton déposée », tiré des archives, apparaît aussi tout au long de la collection. Un lancement en beauté pour Pharrell Williams... et pour la capitale de la mode.







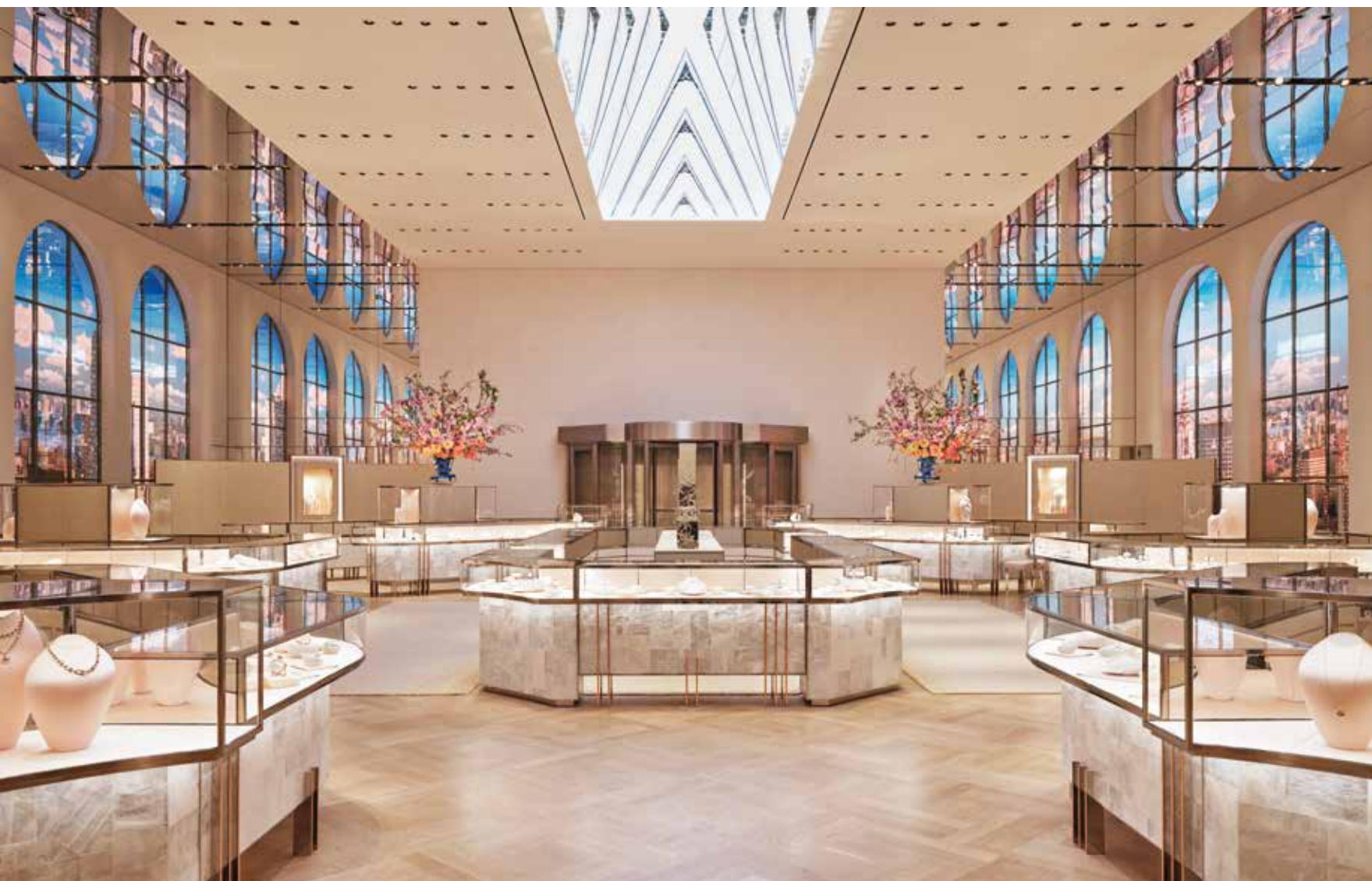
Renaissance



d'une icône

27





En 2023, la Maison Tiffany & Co. entame un nouveau chapitre avec la réouverture de son adresse new-yorkaise iconique « The Landmark », située sur la 5^e Avenue. Comptant parmi les plus grandes boutiques de Manhattan, elle est bien plus qu'une boutique de joaillerie : un véritable centre culturel, offrant une architecture raffinée, une hospitalité unique, ainsi que des œuvres d'art personnalisées et un design avant-gardiste. Ce chantier titanesque, première rénovation du flagship depuis son ouverture, en 1940, est le fruit du travail de deux géants du monde de l'architecture : l'architecte Peter Marino a repensé le design intérieur, tandis que

Shohei Shigematsu, du cabinet OMA New York, a dirigé la rénovation du cœur de l'édifice avec l'ajout de trois étages au-dessus du bâtiment existant. La façade a été rénovée pour conserver le charme intemporel du lieu, et l'intérieur, réimaginé pour donner lieu à un tout nouveau monde de merveilles avec un sculptural escalier en colimaçon. Ces travaux de rénovation ont été réalisés dans une logique durable, positionnant « The Landmark » pour une obtention prochaine des certifications WELL Platinum et LEED Gold – les niveaux les plus élevés sur les référentiels pour le bien-être en entreprise et la qualité environnementale des bâtiments.

CHRISTIAN DIOR

DÉFILÉ FEMME FALL 2023

Dialogue créatif

avec
l'Inde





Trouver une nouvelle manière créative de parler des sentiments et des émotions qui nous relient à un pays et à sa culture : voilà ce que Maria Grazia Chiuri souhaitait accomplir avec ce défilé Dior Fall 2023. La Directrice Artistique des lignes féminines de Dior voulait expliciter la relation de travail et l'amitié qui la lient depuis des années à l'Inde et à Karishma Swali, qui dirige les ateliers Chanakya et la Chanakya School of Craft, à Mumbai. Un lieu d'échange, d'études, d'émancipation pour de nombreuses femmes ;

un laboratoire où explorer les différents savoir-faire que Maria Grazia Chiuri célèbre depuis longtemps, faisant rayonner l'esprit visionnaire du couturier-fondateur. Les archives montrent les silhouettes Dior – créées par Marc Bohan – voyageant en 1962, à Mumbai et Delhi, à l'horizon d'une conversation entre la France et l'Inde. Ces présentations étaient pour le couturier d'importants événements, racontant un nouveau départ avec une approche dynamique et contemporaine de la mode et du prêt-à-porter.

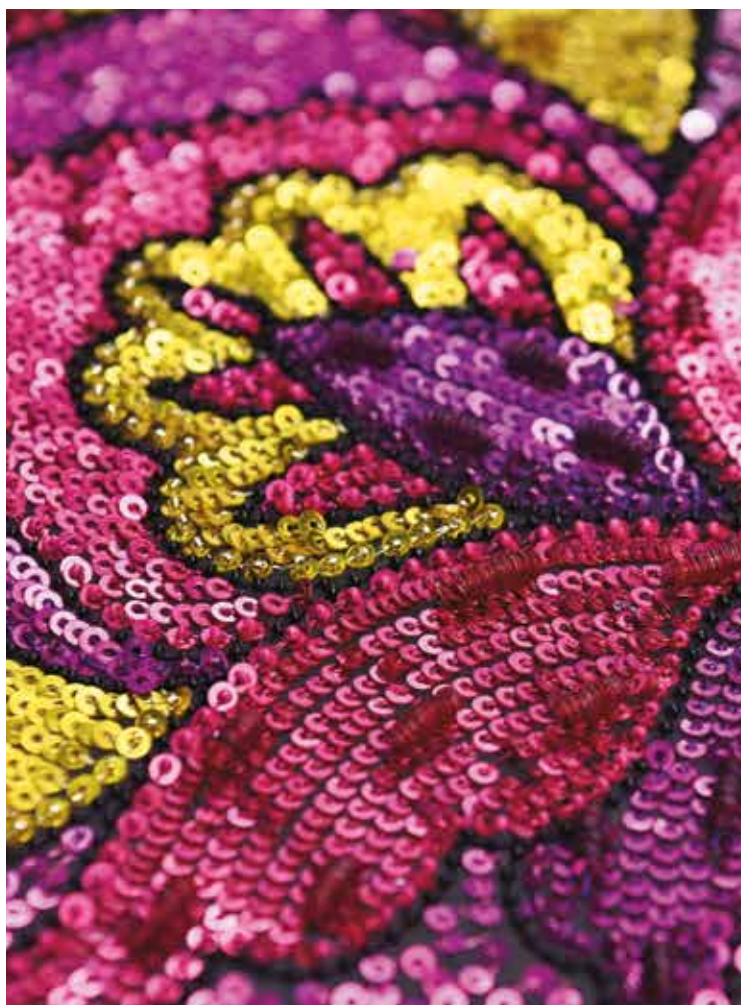


Perpétuant ce récit, Maria Grazia Chiuri choisit des palettes de couleurs et des matières exaltant les influences communes partagées avec Karishma Swali. Elle travaille sur des formes de vêtements atemporelles, qui lui permettent de (re)dessiner ses modèles de prédilection. Une séquence *color block* est dédiée aux soies vertes, jaunes, roses, violettes en hommage à Marc Bohan, au gré de jupes droites inspirées du sari et des coupes traditionnelles indiennes : une véritable généalogie vestimentaire définie par les divers héritages et cultures de la mode.



Les broderies se font outils pour raconter, à travers la relation entre Dior et les ateliers Chanakya, les paysages multiples de l'Inde : cette cartographie mêle et met en lumière les différents artisanats qui, à travers les actions de l'école, deviennent patrimoine féminin, instrument d'inventivité et d'*empowerment*. Des formes géométriques encadrent d'or, des paillettes argentées ou des strass; d'envoûtants motifs décoratifs sont déclinés en un kaléidoscope de couleurs, sur la soie des pyjamas, sur les chemisiers et sur les robes.

La toile de Jouy revisitée fait la part belle aux camaïeux de vert, tel un camouflage magnifié des éléments de paysages indiens peuplés d'animaux porte-bonheur chers à cette civilisation plurielle. La collection présentée à Mumbai devient l'expression d'un territoire commun grâce à ce projet qui célèbre pleinement la collaboration entre Dior et Chanakya. Ce dialogue créatif rend hommage à de précieux savoir-faire d'exception qui unissent indéfectiblement la France et l'Inde.



BULGARI

140 *ans*

La célébration de l'éternité





S'inspirant de la beauté intemporelle de Rome, la collection de Haute Joaillerie *Aeterna* célèbre le talent déployé par Bulgari pour se réinventer perpétuellement. Forte de sa capacité à refléter l'essence de chaque époque, la Maison nous emmène dans un voyage créatif et éclectique en constante évolution et nous révèle les codes esthétiques du fameux joaillier romain. Pour célébrer en 2024 ses 140 ans d'histoire, Bulgari a imaginé le collier *Serpenti Aeterna*, une merveille unique de la nature : sept gouttes de diamant

D-Flawless parfaites pour un total prodigieux de 140 carats, toutes taillées avec soin dans la même pierre brute. L'éclat spectaculaire des pierres précieuses est magnifié par un sertissage entièrement réalisé en diamants dont le corps sinueux déploie une danse de lumière, de mouvement et de renaissance infinie. Ce chef-d'œuvre anniversaire symbolise l'essence d'*Aeterna*, qui transforme les bijoux de la nature en trésors intemporels portés par les ambassadrices mondiales de Bulgari, dont Anne Hathaway et Zendaya.

29

LVMH

Artisan de Toutes les Victoires

LVMH, PARTENAIRE PREMIUM DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024

Savoir Faire Rêver, telle est la vocation du Groupe LVMH. Pour rêver, il faut être inspiré. Et quelle plus belle inspiration que les valeurs d'excellence, de courage, de travail, d'abnégation, d'esprit d'équipe, d'inclusivité, que l'on retrouve dans le sport? Le sport, les athlètes, les grands événements – dont le plus spectaculaire de tous, les Jeux Olympiques et Paralympiques – font rêver, font vibrer, se rassembler des millions de personnes aux quatre coins du globe. Et quel plus bel endroit que Paris, berceau d'un grand nombre des Maisons de LVMH, pour faire rayonner la France et ses savoir-faire dans le monde entier? Le partenariat de LVMH avec Paris 2024 était inédit... et créatif. Il a été conçu à l'appui de ce qui fait battre si fort le cœur de LVMH et celui de ses artisans : la création. Elle était la pierre angulaire de la contribution de LVMH à ces

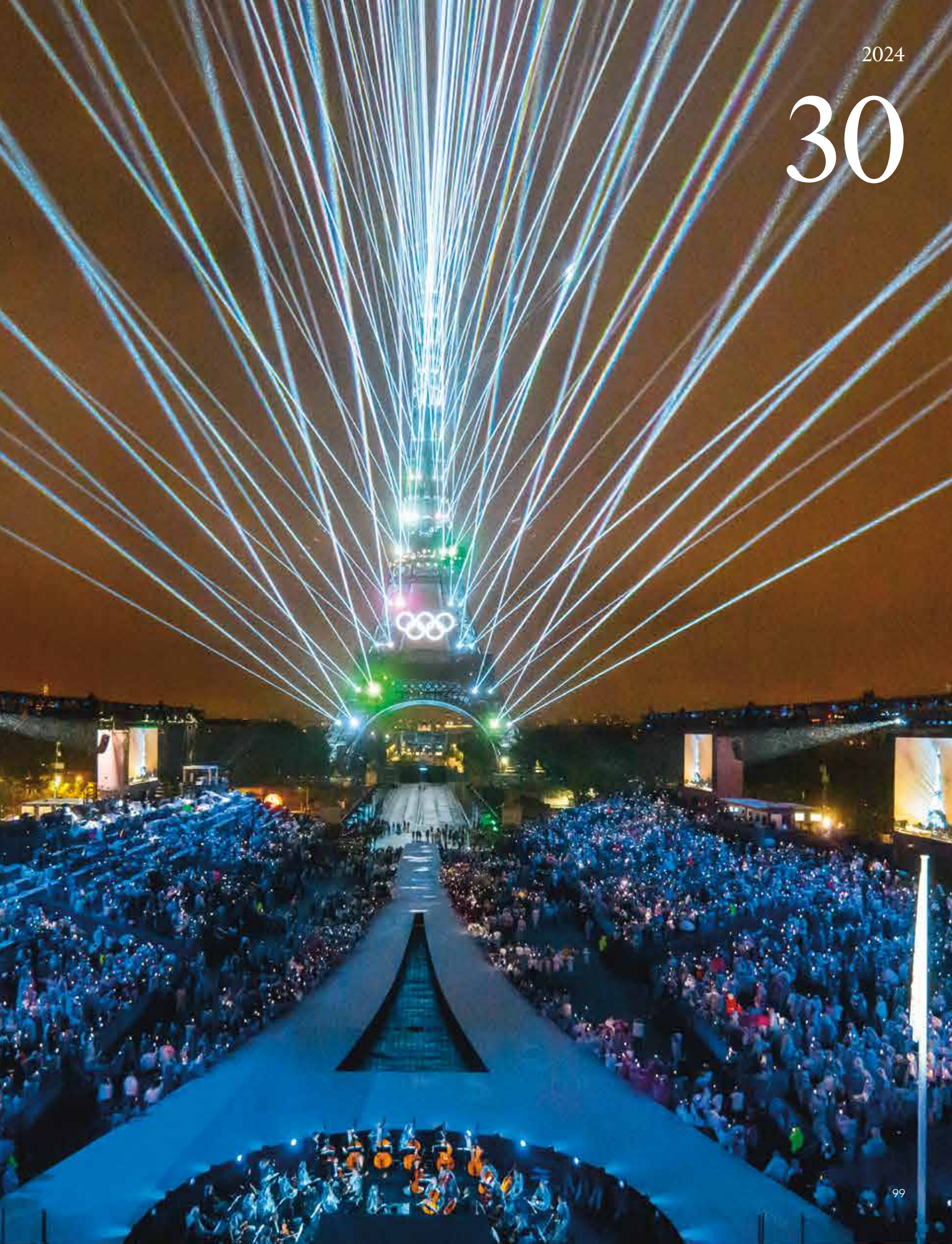
Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, et c'est un positionnement unique dans son histoire. Il s'agissait ici de mettre la passion et le savoir-faire des artisans au service de cette fabuleuse compétition qui ont fait de notre Groupe l'*Artisan de Toutes les Victoires*. Le partenariat de LVMH avec Paris 2024 était multifacettes : mobilisation de plusieurs de nos Maisons emblématiques pour faire rayonner le savoir-faire français lors des moments clés de célébration de Paris 2024. Parmi elles : Berluti, Chaumet, Celine, Dior, Louis Vuitton, Moët Hennessy et Sephora qui était Partenaire Officiel des Relais des Flammes Olympique et Paralympique de Paris 2024, soutien d'athlètes qui ont porté haut et fort les couleurs de notre pays, présence au Parc des Champions ou encore au Club France, et engagement sociétal fort...



LVMH
ARTISAN DE TOUTES
LES VICTOIRES



30





NOS MAISONS AU CŒUR DES JEUX DE PARIS 2024

Les Médailles dessinées par Chaumet (1) – Les tenues des Cérémonies d’Ouverture de l’Équipe de France Olympique et Paralympique de Paris 2024 par Berluti (2) – Les Malles Médailles de Louis Vuitton (3) – La tenue et le plateau signé Louis Vuitton des Remettants des Cérémonies des Vainqueurs (4) – Sephora et les Relais des Flammes Olympique et Paralympique de Paris 2024 (5) – Les Malles Torches de Louis Vuitton (6).



DES HÉROS DE NOTRE TEMPS

LVMH était présent à travers le soutien de sept athlètes :
Léon Marchand, Antoine Dupont, Mélanie de Jesus dos Santos et Enzo Lefort pour les Jeux Olympiques de Paris 2024,
et Timothée Adolphe, Pauline Déroulède et Marie Patouillet pour les Jeux Paralympiques de Paris 2024.



LES OFFRES DU CLUB

VISITES PRIVÉES

Pour mieux faire connaître le Groupe et ses métiers, LVMH organise tout au long de l'année des visites, physiques ou virtuelles, au sein de plusieurs de ses Maisons, dans des lieux uniques tels que les Ateliers Louis Vuitton à Asnières, la boutique du 30, Montaigne de Dior et sa galerie, la Maison Chaumet, ou encore la boutique Guerlain 68, Champs-Élysées.

Retrouvez le programme complet des visites ainsi que les modalités d'inscription sur le site du Club, www.clublvmh-actionnaires.fr, dans la rubrique « Découvertes ».



FONDATION LOUIS VUITTON

Créée à l'initiative de Bernard Arnault par l'architecte américain Frank Gehry, la Fondation Louis Vuitton est érigée à l'orée du Bois de Boulogne, sur le site du Jardin d'Acclimatation. À l'écoute de l'histoire et de la diversité des langages et des expressions artistiques des ^{xx}e et ^{xxi}e siècles, la Fondation présente tout au long de l'année une programmation internationale.

**8, avenue du Mahatma-Gandhi
Bois de Boulogne - 75116 Paris**

BILLETS PREMIUM

En tant que membre du Club, vous pouvez commander des billets coupe-file au tarif préférentiel de 10 euros l'unité (offre limitée à 2 billets par membre et par an). Ces billets Premium peuvent être commandés via le site du Club, www.clublvmh-actionnaires.fr, dans la rubrique « Découvertes ».

FLV PASS

Profitez d'un accès illimité avec coupe-file, d'invitations aux événements inédits tout au long de l'année et d'une entrée gratuite pour la personne qui vous accompagne. Le FLV Pass est valable 1 an, au tarif préférentiel de 170 euros au lieu de 200 euros et peut être commandé uniquement auprès du Club des Actionnaires.

PRODUITS ET ABONNEMENTS

Les membres du Club peuvent bénéficier de tarifs préférentiels sur une offre exclusive de Vins et Spiritueux du Groupe ainsi que sur des abonnements aux titres *Les Echos*, *Investir*, *Le Parisien* et *Connaissance des Arts*. Découvrez ces offres sur le site du Club, dans la rubrique « Découvertes ».



VISITES
DE CAVES
ET CHAIS

Des chais séculaires de la Maison Hennessy, à Cognac, aux magnifiques crayères de Veuve Clicquot, à Reims, le Club des Actionnaires propose à ses membres des visites d'exception de ses caves et chais. Sur réservation exclusivement et sur présentation de votre carte de membre, bénéficiez d'une visite offerte pour vous et la personne de votre choix. Pour la Maison Ruinart, un tarif préférentiel est proposé. Retrouvez plus d'informations sur le site du Club, www.clubvmh-actionnaires.fr, dans la rubrique « Découvertes ».



HENNESSY, COGNAC
Initiation Immersive Hennessy

Conçue tout particulièrement pour ceux qui découvrent le cognac, la visite Hennessy Initiation Immersive propose un aperçu de l'héritage de la Maison, de ses savoir-faire ancestraux et de l'élaboration des cognacs Hennessy.

Pour réserver : 05 45 35 72 68
grouplsvsites@hennessy.fr



MERCIER, ÉPERNAY
Visite du Fondateur

La Maison Mercier vous invite à parcourir une partie des 18 kilomètres de ses caves à bord d'un petit train.

Pour réserver : 03 26 51 22 22
visitescaves@champagnemercier.com



MOËT & CHANDON, ÉPERNAY
Visite Impériale

La Maison Moët & Chandon vous invite à partager la passion de ses Chefs de Cave à travers sa longue histoire. Vous découvrirez comment leur savoir-faire s'est transmis de génération en génération en parcourant les caves, longues de 28 kilomètres.

Pour réserver : 03 26 51 20 20
visites@moet.fr



**MUSÉE DU VIN DE CHAMPAGNE ET
D'ARCHÉOLOGIE RÉGIONALE, ÉPERNAY**
Visite du Musée

Le musée du Vin de Champagne et d'Archéologie régionale d'Épernay raconte l'histoire du territoire champenois, depuis la formation de son sol, il y a plusieurs millions d'années, jusqu'à l'industrie du champagne aujourd'hui. Cette visite est proposée avec une réservation au préalable auprès des Maisons Moët & Chandon ou Mercier.

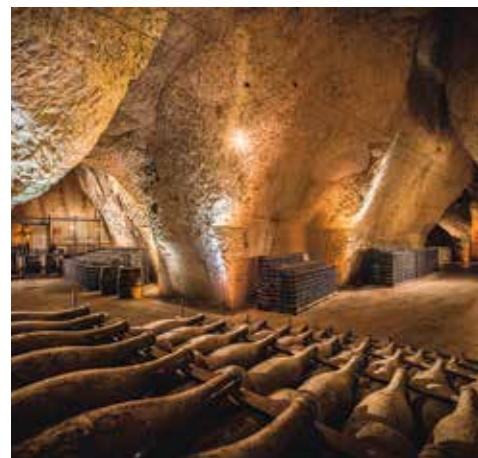
Pour réserver : 03 26 55 03 56
musee@ville-epernay.fr



RUINART, REIMS
Visite des Crayères

Première Maison de champagne, Ruinart est le symbole d'un savoir-faire et d'un art de vivre reconnus. La visite de ses Crayères, classées depuis 1931 et inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO, est une invitation à découvrir l'atmosphère d'intimité silencieuse qui règne dans ses caves.

**Visite au tarif préférentiel de 45 euros
par personne, au lieu de 85 euros.**
Pour réserver : 03 26 77 51 52
visitesruinart@ruinart.com



VEUVE CLICQUOT, REIMS
Brut Carte Jaune, Naissance d'un style

Partez à la découverte de 250 ans d'histoire empreinte d'audace et de créativité à travers la visite des Crayères, les caves de la Maison Veuve Clicquot, inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Pour réserver : 03 26 89 53 90
visitscenter@veuve-clicquot.fr

Conception et réalisation : **HAVAS** Paris

Couverture, p. 2, 4, 45, 72 : Dior, Adrien Dirand - p. 4, 8 à 11 : TAG Heuer - p. 4, 12 : Parfums Christian Dior, Steven Klein - p. 4, 16, 17 : Berluti, Bastian Achard - p. 4, 18 : Dom Pérignon, James Bort - p. 4, 20 : Fendi - p. 4, 22 : Guerlain, Zoé Fidji - p. 4, 24 à 26 : Ruinart, Liu Bolin, Novoprod - p. 4, 28 : Château Cheval Blanc, Gérard Uféras - p. 4, 30 : Louis Vuitton Malletier - p. 4, 103 : Fondation Louis Vuitton, Iwan Baan 2014 © Gehry Partners, LLP and Frank O. Gehry - p. 4, 36, 37 : RIMOWA, Simon Menges - Louise & Maria Thornfeldt - p. 4, 38 à 41 : Louis Vuitton Malletier, Patrick Demarchelier - p. 4, 42, 43 : Le Bon Marché, WeAreContents, Daniel Buren - p. 4, 46 à 49 : Belmond - p. 4, 50, 51 : Château d'Esclans - p. 4, 53, 54 : Chaumet - p. 4, 56, 57 : Jas Hennessy & Co., Götz Göppert - p. 4, 59 à 61 : La Samaritaine, Jared Chulski - p. 4 : Cheval Blanc, Alexandre Tabaste - p. 4, 66 : Domaine des Lambrays, Michel Joly - p. 4, 70, 71 : Loro Piana - p. 4, 74 à 77 : Dior, Kristen Pelou - p. 4, 78 : Dior, Alessandro Garofalo - p. 4, 80, 81 : Sephora - p. 4, 82 à 87 : Louis Vuitton - p. 4, 88 à 91 : Tiffany & Co. - p. 4, 92 : Dior, Gupta Nivedita - p. 4, 96, 97 : Bulgari - p. 13 à 15 : Parfums Christian Dior, Boris Shiu @Agent Pay - Laora Queyras - Jean-Baptiste Mondino - p. 19 : Dom Pérignon - p. 23 : Guerlain, Pierrick Jégou - p. 26, 27 : Ruinart, Vík Muniz, Frédéric Guelaff, Novoprod - David Shrigley, Novoprod - Jeppe Hein, Mathieu Bonnevie - Eva Jospin, Mathieu Bonnevie, Benoît Fougeirol, Inès Dieleman - Andrea Bowers, Henrique Oliveira, Marcus Coates, Pascale Marthine Tayou, Thijs Biersteker dans le vignoble de Ruinart à Sillery, Champagne, France, Blast Production - Andreas Bowers, Anaïs & Dax - Henrique Oliveira, exposition « Baitogogo », Palais de Tokyo, 2013, DR - p. 31 : Louis Vuitton Malletier, Urs Fischer, Alex Israel, Tschabalala Self, Nikholas Hlobo, Sam Falls, Beatriz Milhazes - p. 32 : Louis Vuitton Malletier, Donna Huanca, Zeng Fanzhi, Frank Gehry, Amélie Bertrand, Ewa Juszkiewicz - p. 33 : Louis Vuitton Malletier, Jared Zagha - p. 34 : Fondation Louis Vuitton, Louis-Marie Dauzat © Gehry Partners, LLP and Frank O. Gehry - p. 37 : Louis Vuitton Malletier, Tommaso Sartori - p. 43 : Le Bon Marché, Gabriel de La Chapelle, Leandro Erlich - Joana Vasconcelos / Branco Luz - Subodh Gupta - Ai Weiwei - Chiharu Shiota - Mehmet Ali Uysal - Grégoire Machavoine, Prune Nourry - p. 52 : Chaumet, Stéphane Muratet - p. 55 : Chaumet, Thomas Deschamps - p. 62 : Cheval Blanc Paris, Anaïs Boileau - p. 64 : Cheval Blanc Paris, Vincent Leroux - Oliver Fly - p. 68, 69 : Domaine des Lambrays, Didier Bouko - p. 94 : Dior - p. 95 : Dior, Sahiba Chawdhary - p. 98 : François-Xavier Marit - p. 100, 101 : Thomas Deschamps - Kacper Kasprzyk - AM+PM - Christophe Coënon - Nelson Rosier Coullhon - Martin Colombet - Manan Vatsyayana - p. 102 : Louis Vuitton Malletier, Stéphane Muratet - p. 103 : Guerlain, Pol Baril - Moët Hennessy - p. 104 : Jas Hennessy & Co. - Mercier, Michel Jolyot - Moët & Chandon, agence Works - Ville d'Épernay - Ruinart - Veuve Clicquot, Leif Carlsson - Autres photos : Photothèques LVMH et Maisons du Groupe.

Imprimé en France par PPA, 93100 Montreuil.



LVMH

CLUB DES ACTIONNAIRES LVMH

22, avenue Montaigne - 75008 Paris - Téléphone : 01 44 13 21 50 - www.clublvmh-actionnaires.fr

E-mail : clubactionnaires@lvmh.com