



TELA DAMIER 1888

L'iconico motivo a quadri, uno dei primi tratti distintivi di Louis Vuitton.



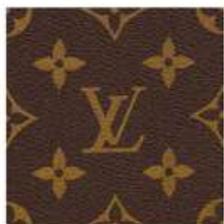
LUCCHETTI 1901

Eredi della chiusura a tamburo creata per le valigie (1886), i lucchetti sono caratteristici della *maison* e sono presenti su molte borse.



TELA MONOGRAM 1896

Creata da Georges Vuitton in onore al padre, questa tela con l'iconico monogramma intrecciato delle lettere L e V è diventata uno degli emblemi più desiderati del mondo del lusso.



GIACCHE PRATICHE E FUNZIONALI 2019

Il *prêt-à-porter* della *maison* è caratterizzato da capi che uniscono funzionalità, eleganza e lusso, come questa giacca di pelle con monogramma in edizione limitata.

L'ANIMA DEL VIAGGIO 1978

Intrinsecamente legato al viaggio, Louis Vuitton ha sfruttato questo concetto nei prodotti e nelle campagne di marketing e comunicazione.



I MUST DI LOUIS VUITTON

SECONDO *Diego Valizi*
MILANO FASHION LIBRARY

SPEEDY 1930

La Speedy divenne un'icona grazie alla sua versatilità e alla visibilità che le diedero celebrità come Audrey Hepburn.



ALMA 1934

L'eleganza simmetrica e raffinata ha fatto di Alma, una borsa di ispirazione *art déco* dal design strutturato, un classico senza tempo.



KEEPALL 1930

Questa iconica borsa da viaggio ha sorpreso il mondo della valigeria con il suo design flessibile e leggero ed è diventata la compagna ideale del viaggiatore moderno.



BAULI PIATTI 1858

La grande invenzione del fondatore furono questi bauli impilabili che rivoluzionarono la valigeria di lusso e segnarono l'inizio della *maison*.

COLLEZIONI INNOVATIVE 2004

Mantenendo un equilibrio tra classico e contemporaneo, nelle sue borse Louis Vuitton fonde il patrimonio artigianale con un approccio moderno.





IL CREATORE DEL LUSSO MODERNO

Le origini di Louis Vuitton risalgono al 1835, quando un giovane di origine contadina del dipartimento francese del Giura, dotato di uno spirito instancabile e innovativo, andò a piedi a Parigi in cerca del proprio destino. Lì, vent'anni dopo, fondò un piccolo laboratorio di valigeria su misura che sarebbe diventato uno dei marchi più influenti del mondo della moda. Fin dagli esordi, la *maison* si distinse per la meticolosa lavorazione artigianale e la capacità di innovare, creando prodotti iconici come il baule in tela impermeabile e il caratteristico monogramma che oggi è sinonimo di lusso. Con il tempo, Louis Vuitton ha saputo reinventarsi sotto la direzione di creativi visionari, tra cui Marc Jacobs, Virgil Abloh e Pharrell Williams, che hanno fuso il patrimonio artigianale con proposte all'avanguardia. Oggi, la *maison* è un simbolo di eleganza senza tempo e un punto di riferimento globale. La sua eredità continua a rappresentare la vetta dello stile e della raffinatezza.



L'ORIGINE DELLA LEGGENDA

La storia dell'uomo che ha inventato il lusso moderno inizia con un viaggio a piedi da Anchay, un piccolo villaggio della Francia orientale, fino a Parigi. Era il 1835 e Louis Vuitton, un ragazzino di quattordici anni, figlio di contadini senza alcuna istruzione formale, prese la coraggiosa decisione di lasciare il villaggio per tentare la fortuna nella metropoli. Come nelle favole, Louis era orfano di madre e non andava d'accordo con la seconda moglie del padre. La vita in casa non era facile e i racconti di opportunità lontane alimentavano i suoi sogni.

Il viaggio via terra, date le circostanze e i mezzi a disposizione di Louis, non fu certamente un'impresa semplice. Gli ci vollero due anni per raggiungere la sua destinazione, durante

i quali si dedicò a vari mestieri per guadagnarsi da vivere. Quando arrivò a Parigi, era più che temprato e aveva capito il prezzo della propria decisione. Un giovane come lui, che aveva rischiato tutto in una fuga in avanti, non poteva permettersi la mediocrità. Non si sarebbe accontentato di un lavoro qualsiasi, quindi non considerava i mattatoi o i moli della Senna come possibilità. Consapevole delle competenze ereditate dai suoi antenati falegnami ed ebanisti, decise di tentare la fortuna in rue Saint-Honoré, una delle vie commerciali più importanti e vivaci della città.

Tra le attività più fiorenti di quell'arteria commerciale c'era la bottega di monsieur Romain Maréchal, un rinomato *layetier-emballeur*, termine usato a quei tempi per designare coloro che si dedicavano alla fabbricazione di bauli e al confezionamento di bagagli per l'aristocrazia e i reali, gli unici privilegiati che potevano permettersi di viaggiare per piacere. La mancanza di istruzione di Louis e il suo forte accento contadino della regione del Giura non impedirono a Maréchal di riconoscere il talento. Il giovane possedeva qualità molto apprezzate: un'abilità eccezionale, un'attenzione meticolosa ai dettagli e un'incrollabile etica del lavoro, nata dalle necessità più stringenti e da un profondo spirito di sopravvivenza.

Louis lavorò per diciassette anni nella bottega di Maréchal. Durante quel periodo, non solo imparò a costruire bauli e casse, ma fu anche testimone della radicale trasformazione subita dalla città. Parigi, ancora circondata da mura medievali, si trovava a un bivio tra il passato e il futuro. I vicoli stretti e malsani, eredità del Medioevo, cominciavano a scomparire e lasciavano il posto agli ampi e imponenti boulevard progettati dal politico e urbanista Georges-Eugène Haussmann. La capi-



Ritratto di Louis Vuitton (1821-1892), l'artigiano visionario che nel 1854 fondò il marchio del lusso che porta il suo nome.

tale stava modernizzando le sue infrastrutture e ridefinendo al contempo la propria identità, lasciandosi alle spalle il vecchio volto per diventare la metropoli elegante e sofisticata che conosciamo oggi.

Nel bel mezzo del cambiamento e intravedendo il potenziale di quei nuovi tempi, Louis Vuitton decise di compiere un passo decisivo. Dopo aver accumulato per quasi due decenni conoscenze ed esperienze insieme a Maréchal, aprì un proprio laboratorio al numero 4 di rue Neuve-des-Capucines, vicino a place Vendôme. Era il 1854, lo stesso anno in cui sposò Clémence-Émilie Parriaux, figlia del proprietario di un mulino. La sua abilità attirò rapidamente una clientela selezionata e Louis si costruì rapidamente una solida reputazione. Una reputazione abbastanza buona da attirare persino l'attenzione di un'imperatrice.

LA RIVOLUZIONE DEL BAULE PIATTO

Come un personaggio di Balzac, simile all'ambizioso Eugène de Rastignac ne *La commedia umana* ma senza nessuno dei suoi privilegi, Louis Vuitton, appena insediatosi nel vibrante epicentro di Parigi, era determinato a raggiungere il successo. La società evolveva e Louis si rese conto che lo sviluppo dei mezzi di trasporto, e in particolare l'avvento delle ferrovie, apriva le porte alla creazione di bagagli più comodi e adatti ai nuovi tempi.

Le tratte ferroviarie che collegavano Parigi ad altre grandi città consentivano alle persone di spostarsi più facilmente, ma ponevano anche sfide inedite in termini di gestione e stoccag-