



Nei prossimi 10 anni **Louis Vuitton** sfreccerà sui circuiti di **Formula 1**.

Da tempo circolavano voci che il gruppo di **Bernard Arnault Lvmh** potesse diventare **global partner** della Formula 1 sostituendosi al precedente sponsor **Rolex**; l'accordo vedrà coinvolte diverse maison del gruppo francese, tra cui **Louis Vuitton**, **Moët Hennessy** e gli orologi **Tag Heuer**.

Per la prima gara del prossimo 14 marzo del Gran Premio a Melbourne che si chiamerà **Louis Vuitton Australian Grand Prix**, il gruppo francese sarà anche **title sponsor**.

La sponsorizzazione del titolo è un investimento strategico che garantisce a un marchio una quantità di diritti di marketing legati alla squadra sportiva; ad esempio lo sponsor del titolo è posizionato in prima linea nella visibilità della squadra o dell'evento; può usare il nome e l'immagine della squadra nelle comunicazioni e nelle attività promozionali

Louis Vuitton sarà una presenza costante in tutti i circuiti della Formula 1, con una segnaletica a bordo pista, una novità assoluta per la griffe francese in un evento sportivo. Sarà evidente anche nelle esclusive aree VIP, dove gli ospiti potranno degustare bevande di lusso come **Veuve Clicquot**, **Hennessy e Belvedere**. Inoltre, sfrutterà i suoi brand di moda, tra cui Celine e Givenchy, per rafforzare il legame tra il lusso e il mondo della Formula 1.

Il **Trophy Trunk** (il cofanetto che custodisce il trofeo), confezionato da Louis Vuitton sarà presentato prima di ogni gara e in seguito sul podio per onorare il traguardo del vincitore. I cofanetti che custodiscono la coppa sono decorati con la iconica V, in una speciale combinazione di colori per ogni gara in contrasto con il tradizionale sfondo marrone della tela stampata.

Da sempre Louis Vuitton ha una tradizione legata ai viaggi e alle automobili. Ricordiamo ad esempio i primi "auto trunks" valige, bauli, borse da viaggio, sapendo che sarebbero stati montati sulla parte posteriore dei veicoli e esposti agli agenti atmosferici, il brand creò un



materiale resistente in tela che chiamò “**Vuittonite**” che negli anni divenne l’iconica tela utilizzata oggi anche nelle borse. Negli anni ‘90 la casa francese organizzò anche il proprio rally, inizialmente conosciuto come Louis Vuitton Runs, poi Louis Vuitton Classic, Grand Prix d’Elegance, che si svolse annualmente fino al 2006. Il legame di Louis Vuitton con il mondo dello sport si è rafforzata nel tempo. Il brand ha stabilito un primo approccio con la Formula 1 attraverso una partnership con l’**Automobile Club de Monaco**, che prevedeva la realizzazione e presentazione del Trophy Trunk per il Gran Premio di Formula 1 di Monaco tra il 2021 e il 2024. Ma il Trophy Trunk Louis Vuitton è anche il simbolo del trionfo per alcune delle più importanti competizioni sportive del mondo, come la **Fifa World Cup**, il **Pallone d’Oro**, le **Olimpiadi** e **Paralimpiadi** di Parigi 2024 e l’**America’s Cup**. C’è piena soddisfazione tra i due partner per questo accordo. **Pietro Beccari**, presidente e ceo di Louis Vuitton sottolinea la comune ambizione dei due partner di puntare all’innovazione, all’artigianato e all’eccellenza.

Gli fa eco **Stefano Domenicali**, presidente e ceo di Formula 1 che rileva come questa partnership sarà molto apprezzata dai pubblici rispettivi per i valori comuni ai due soggetti come l’attenzione per l’innovazione, la creatività e la ricerca costante dell’eccellenza .