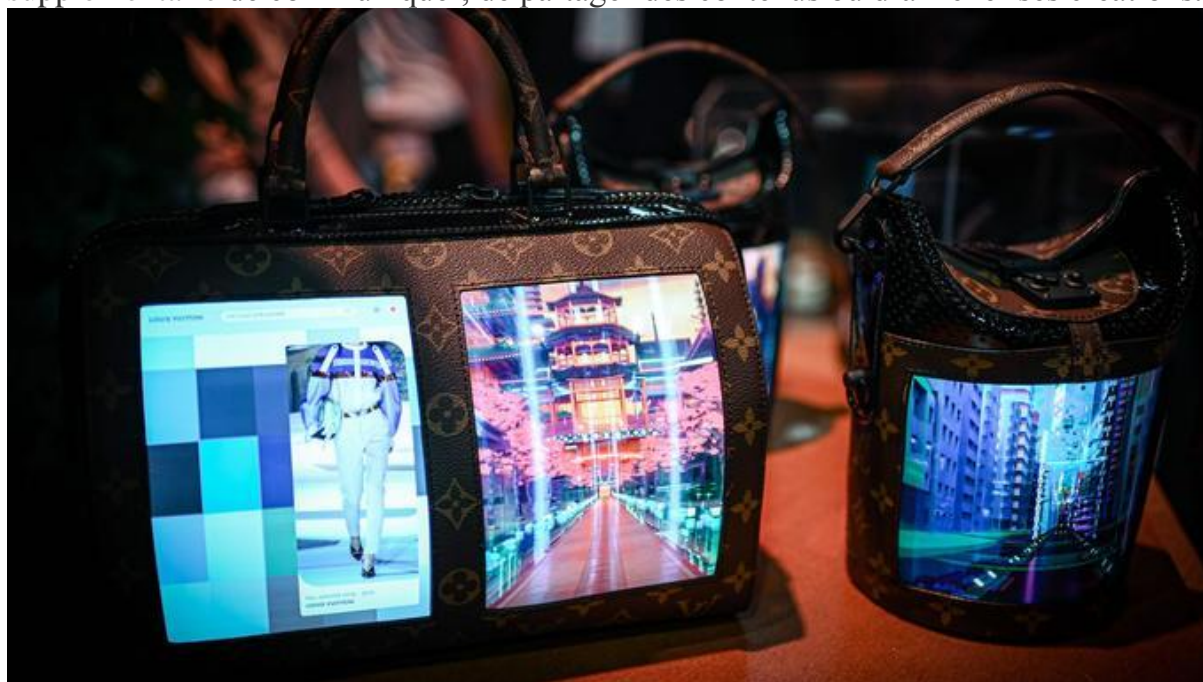


Des sacs à main Louis Vuitton intègrent des écrans flexibles

- Par [Elsa Bembaron](#)
- Publié le 17/05/2019 à 15:27

Nouveau moyen de communiquer ou de se mettre en valeur, cette nouvelle gamme de sacs veut montrer l'ancrage du groupe LVMH dans la technologie. Il teste aussi l'utilisation d'une blockchain pour certifier l'origine de ses produits.

Pourquoi fouiller des heures dans son sac pour en sortir son smartphone quand le sac lui-même peut être le smartphone? Louis Vuitton a présenté cette semaine au salon VivaTech une nouvelle gamme de sacs à main ornés d'écrans flexibles. La marque de luxe est partie d'un constat simple, les jeunes femmes ont moins de sacs à main, mais elles tiennent leur smartphone à la main. Avec ces sacs, la marque veut «remettre le sac dans les mains des femmes». Et avec la 5G, ces sacs deviendront un moyen supplémentaire de communiquer, de partager des contenus ou d'afficher ses créations.



Aux côtés de ces deux prototypes qui devraient donner lieu à des produits commercialisés dans quelques mois figure un autre sac high-tech. Cette fois, c'est le célèbre logo Louis Vuitton qui est interactif. Tissé en fibre optique, il change de couleur au gré des humeurs de son propriétaire, pour être assorti à sa tenue, s'harmoniser avec une ambiance...

Blockchain pour certifier l'origine de ses produits

Avec ces produits, le groupe LVMH cherche aussi à démontrer son ancrage dans la technologie. «Le groupe est très connecté aux nouvelles technologies, le luxe est interconnecté avec le monde digital», résume Bernard Arnault, son PDG. Preuve en est, il est une des premières entreprises à tester l'utilisation de la blockchain pour certifier l'origine de ses produits. «Nous utilisons la blockchain pour assurer la traçabilité, depuis le lieu de produit, jusqu'au coin de distribution», précise Bernard Arnault. La certification d'authenticité garantie par une blockchain est un bon moyen pour le groupe de lutter contre la contrefaçon. Pour le moment, il teste cette solution au sein de deux de ses maisons, Louis Vuitton et Christian Dior pour les parfums.

Enfin Bernard Arnault a aussi précisé que son groupe continuerait à s'étendre dans la distribution en ligne, tout en veillant à ce que ses valeurs et celle de ses marques y soient scrupuleusement respectées. Ainsi, Louis Vuitton est «la seule maison au monde qui ne fasse pas de soldes». Il n'y aura pas de dérogation à ce principe, même en ligne. La marque y veille.