

Christian Dior... Givenchy... Dom Pérignon... Louis Vuitton. Για τους περισσότερους, αυτές οι εσωτερικές πασατέλιες ανδρών σε ποικίλες και απόλαση των εκλεπτυσμένων ανδρών της ζωής. Για τον Bernard Arnault, όμως, τον πρόεδρο και διευθύνοντα σύμβουλο του ομίλου LVMH Louis Vuitton Moët Hennessy SA — η οποία LVMH — αξίας 28,1 δισεκατομμυρίων ευρώ, η εσωτερική της εταιρεία συγκεντρώνει κέρδη περισσότερα από: τους κόπους της ζωής. Όπως συμβαίνει με πολλά άλλα κέρδη εταιρείες, έτσι και η LVMH ελέγχεται από έναν οικογενειακό όμιλο. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, η οικογένεια Arnault έχει υπό την κυριότητα της 46,4 τοις εκατό των μετοχών της LVMH, αλλά και δικαιώματα ψήφου της ανέρχονται σε 62,7 τοις εκατό. Το 45 τοις εκατό των μετοχών ανήκει σε θεσμικούς επενδυτές από τη Γαλλία, τις Ηνωμένες Πολιτείες και άλλα ευρωπαϊκές χώρες. Το υπόλοιπο ανήκει σε ιδιώτες.

Η LVMH βασίζεται στις πωλήσεις της στο κύρος που περιβάλλει τα προϊόντα της: το χαρτοφυλάκιο των εμπορικών σημάτων που διαθέτει η εταιρεία παρομοιάζεται με αστραφτερά χρυσά φελλο που βυθίζονται σε περσιόσφορα έλαστικά. Η LVMH ελέγχει 150 χρονομετρητές εκ των οποίων 120 χρονομετρητές της, κυκλόφορη εκ νέου που είχε κυκλοφορήσει το 1887. Η εταιρεία Chaumet κυκλόφορη που είναι ουσιαστικά η ίδια με την εταιρεία Joséphine, η οποία έλαβε την ονομασία της από τον σημερινό πρόεδρο Arnault και τον πρόεδρο της κρυστάλλου και διαμάντι Arnault. Η LVMH έχει διευρύνει το χαρτοφυλάκιο των εμπορικών σημάτων της κυρίως με την εξαγορά οικογενειακών εταιρειών που εξειδικεύονται στην κατασκευή και υφαντικών υφασμάτων. Αυτά συνήθως λειτουργεί ως εξαγοράσει μετρητών θυγατρικών της συγκεκριμένης και της προμήθειας, της διαφήμισης, της χρηματοδότησης και αλφάσει τον ιταλικό οίκο παρτέλιων Bulgari για 6 δισεκατομμύρια δολάρια. Η οικογένεια Bulgari αντάλλαξε το μερίδιο της στην Bulgari που έφτασε το 51 τοις εκατό με 16,5 δισεκατομμύρια μετοχές της LVMH. Η εξαγορά της Bulgari άλλαξε σίμαξ και η Bulgari διοικείται ανεξάρτητα, ο Arnault μισεί ότι τα περιθώρια κέρδους του οίκου κομμημάτων θα αυξηθούν από

for defensive move», *Wall Street Journal*, 7 Ιανουαρίου 2011.
Street Journal, 14 Ιανουαρίου 2011. «Hermès claim wins approval
 5 Φεβρουαρίου 2011. «At LV, this year's man is Chinese», *Wall
 2011. «Luxury shoppers return to LVMH», *Wall Street Journal*,
 be top luxury buyer by 2020», *Wall Street Journal*, 5 Φεβρουαρίου
 (διαδικτυακή πρόσβαση). *LVMH Annual Report 2010*. «China to
 of Italy's Bulgari», *Wall Street Journal*, 8 Μαρτίου 2011. «LVMH to take control
 el», *Wall Street Journal*, 8 Μαρτίου 2011. «LVMH's highly priced Bulgari Jew-
 I Οκτωβρίου 2011. «Bulgari gives LVMH a bump», *Wall Street
 Economist*, 2 Ιουλίου 2012. «The glossy posses», *The Economist*,
 B10. *LVMH Annual Report 2012*. «The Empire of Desire», *The
 ably Late to China», *Wall Street Journal*, 17 Απριλίου 2013, σ. B9. «Unfashion-
 Tag», *Wall Street Journal*, 27 Μαρτίου 2013, σ.
 25/26 Μαΐου 2013, σ. 9. «Louis Vuitton Sports a Richer Price
 LVMH makes a virtue out of necessity», *Financial Times*
 φάρες διαφημίσεις της για την ανδρική τούτα της εταιρείας
 αστέρι με καταγωγή από την Ταϊβάν και τον Καναδά, στις 19
 Louis Vuitton επέλεξε τον Godfrey Gao, μοντέλο και τηλεοπτικό
 κοινά. Ανανεώθηκαν την αυξανόμενη επιρροή της χόρς, η
 ανδρικής στην εταιρεία Hennessy που παίζει το δίδυμο
 τελευταία επί χρόνια η κίνα καταγράφει διψήφια ποσοστά
 rd για εδόν πωληθέντες μέχρι το 2020. Για παράδειγμα, η
 χή, η LVMH αναμένει ότι η κίνα θα είναι η μεγαλύτερη αγορά
 ανάπτυξης της προσδοκίες των καταναλωτών της της περσιό-
 για την ανακάλυψη οικογενειακών και η διείσδυση της περσιόχης
 ανακαταστρώσει την αυξανόμενη σημασία αυτής της περσιόχης
 υπεβλήν για το 28 τοις εκατό των ετών της, γεγονός που
 Αυτό που προκαλεί έκτακτη είναι ότι η υπόλοιπη Asia είναι
 23 τοις εκατό των ετών της, ενώ η Ιαπωνία το 8 τοις εκατό
 γούνη Ευρώπη. Οι Ηνωμένες Πολιτείες αντιπροσωπεύουν
 προέλευσης της, τη Γαλλία, και το 20 τοις εκατό από την υπη-
 Από τα έσοδα της, το 11 τοις εκατό προέρχεται από τη χόρ
 την επιρροή της σε 30 τοις εκατό των αμερικανικών χόρ
 φων, η LVMH αναγνωρίζει εκτός των αμερικανικών χόρ
 που η LVMH εξαπλώνει τη μαρκά και ιστορική πορεία στην Ει-
 βής της να εξασφαλιστεί ένα περσιόχων αρμοτείας.
 αναζητήση της τελεσίτητας στα προϊόντα της και της ποσο-
 σημάτων, η διήθηση των προϊόντων εντατικά, η
 της έγκαιρα και στις «διαχωριστικές» από τα υπόλοιπα εμπορικών
 9,9 δισεκατομμυρίων ευρώ. Η εταιρεία πιστεύει ότι η επιρροή
 καθώς στην εταιρεία κέρδη 3,3 δισεκατομμυρίων ευρώ με έσο-
 των ετών της και των δεικτών των ετών της ο κύριος
 50 τοις εκατό των ετών της από τα έσοδα του 2010. Ο τοις
 2012 επιδιώκει κέρδη 5,9 δισεκατομμυρίων ευρώ
 2009, έκτος των ετών της και τα κέρδη της στην εταιρεία 4,9
 μετρίων κέρδη στο κατάστημα ομιλίου της περσιόχων 4,9
 στην εταιρεία. Αν και η εταιρεία επιδιώκει σταθερά έσοδα
 στην εταιρεία, η LVMH ανταπεξέρχεται των πωληθέντων προϊόντων
 από την πωλητική δύναμη της εταιρείας.
 Γιατί να αναπτύσσονται τα προϊόντα που αναπτύσσονται; Η εταιρεία
 Thierry Hermès ιδρύσαν για να αναπτύσσονται, αλλά οι απόγονοι του ιδρυ-
 τό των μετοχών της LVMH είχε αγοράσει από τον 20 τοις
 International. Η LVMH είχε αγοράσει από τον 20 τοις
 ότως απέδωσε η προσοχή της να αγοράσει την Herm
 Φυσικά, οι επενδύσεις της LVMH δεν είναι πάντα ερω-
 φήσει την Bulgari να επεκταθεί την παρουσία της στην
 ετάρχεις επενδύσεις. Η LVMH, εκτός από
 για τα καταστήματα, της αυσιόδας προμήθειας
 λειτουργίες της χρηματοδότησης, της επένδυσης
 την επενδύσεις κίμακα και τις οικονομίες κλίμακα της LVMH**