

benadrukt het bestuur van LVMH dat het bedrijf harder had kunnen groeien als de wens voor het behouden van exclusiviteit van de merken niet in de weg zat.

In het laatste jaarverslag wordt als het belangrijkste risico dan ook het afbrokkelen van de merkenwaarde door verminderde kwaliteit en exclusiviteit genoemd. LVMH zal hier continu voor moeten waken, wat onvermijdelijk ten koste zal gaan van het groeitempo.

RISICO VAN VERANDERENDE SMAKEN

In de risicoparagraaf meldt LVMH daarnaast dat het cruciaal is om de wensen van klanten te begrijpen. De merken van LVMH moeten tijdig nieuwe trends bij consumenten signaleren om de juiste producten aan te blijven bieden. De keuze voor zangeres Rihanna, met Instagram-profiel 'badgalriri' en 72 miljoen volgers, is met recht een gewaagde keuze voor het tot dusver conservatieve modemerkt.

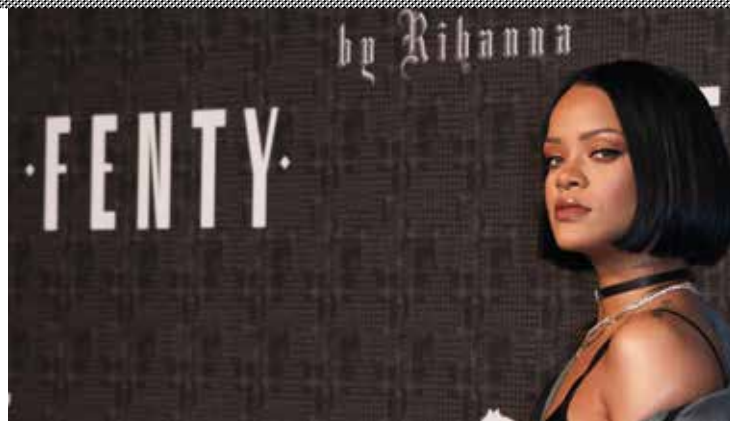
In toenemende mate richten grote luxemerken zich op een jonger en hipper publiek, met als resultaat ook meer zogeheten 'streetwear' (hoodies, T-shirts en sneakers). Mode blijft echter – per definitie – een grillige tak van



LVMH is een stabiele dividendbetaler. Sinds de eeuwwisseling heeft het bedrijf het dividend ieder jaar verhoogd of gelijk gehouden. De afgelopen vijf jaar werd het dividend met gemiddeld 14 procent per jaar verhoogd, waardoor het dividend is toegenomen tot liefst 6 euro per aandeel. De zogeheten dividendpayoutratio bedraagt daarmee 47 procent. De kans op een dividendverlaging lijkt klein.



Het brutobedrijfsresultaat (ebitda) past circa 14 keer in de ondernemingswaarde (beurswaarde plus netto-schuld). Hiermee is LVMH ten opzichte van de eigen historie en branchegenoten relatief duur.



sport, en dus is het hoogst onzeker of de nieuwe avonturen van LVMH zullen aanslaan.

Voorlopig zijn de grote merken (zoals Louis Vuitton) in de merkenportefeuille echter nog dominant, maar mislukte avonturen kunnen kostbaar blijken. Recent nog blunderde LVMH met een collectie geïnspireerd op wijlen Michael Jackson. Een zeldzaamheid voor een bedrijf dat jarenlang geen enkel schandaal meemaakte, maar na nieuwe beschuldigingen van kindermisbruik besloot het luxehuis toch maar af te zien van deze Michael Jackson-collectie.

Hieromtrent is het wellicht verstandig dat LVMH met de lancering van het kledingmerk Fenty niet direct tornt aan zijn bestaande luxemerken. Hierdoor loopt het bedrijf waarschijnlijk niet het risico dat het Louis Vuitton of andere waardevolle merken van het bedrijf per

ongeluk te grabbel gooit.

BETALEN VOOR KWALITEIT

Net als voor zijn producten moeten beleggers ook flink de portemonnee trekken voor aandelen LVMH. Begin dit jaar werd het luxehuis namelijk voor het eerst in zijn geschiedenis het waardevolste bedrijf van de eurozone.

Op dit moment is LVMH ruim 185 miljard euro waard op de beurs, dat is net zoveel als de luxebedrijven Kering, Hermes, Richemont, Burberry en Prada bij elkaar opgeteld.

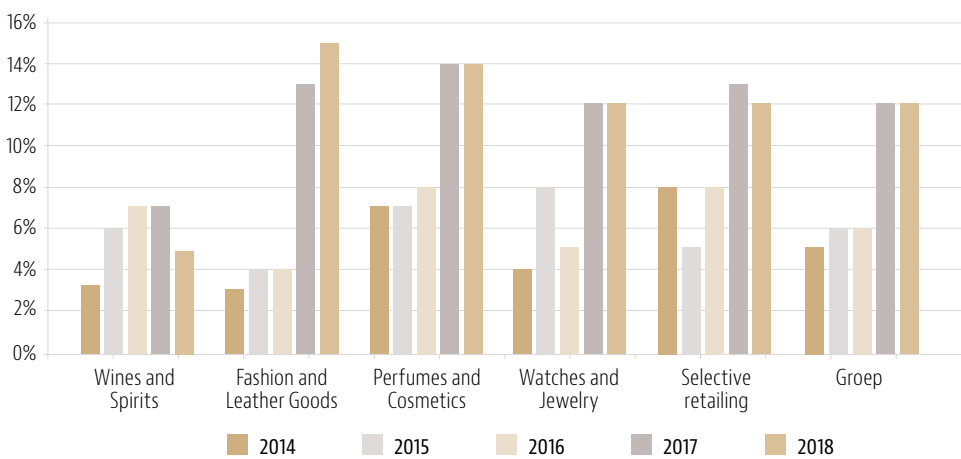
Uiteraard zijn de aandelen LVMH met een prijs van 370 euro per stuk nog altijd bereikbaar voor vele beleggers, maar inmiddels betalen ze 14 keer het verwachte brutobedrijfsresultaat (ebitda) voor komend jaar. De waardering ligt dichtbij het hoogste niveau in de geschiedenis van het bedrijf.

Dat het aandeel aardig aan de prijs aan het raken is, bleek eerder al uit de woorden van de topman Bernard Arnault. Bij de presentatie van de jaarcijfers 2016 zei Arnault op analistenvragen over de inkoop van eigen aandelen 'ze zijn te duur', waarna hij aangaf te wachten tot de beurs zou corrigeren. Toen noteerde het aandeel LVMH nog rond de 250 euro.

LVMH blijft echter een klasse apart, er zijn maar weinig bedrijven in staat zo winstgevend te zijn en toch zo hard te groeien. De afgelopen twee jaar heeft het bedrijf dan ook ver boven verwachting gepresteerd.

De parallellen tussen de producten en het aandeel zijn groot bij LVMH. De prijs is hoog, maar daar krijgen kopers wel kwaliteit voor.

ORGANISCHE OMZETGROEI LVMH



Bron: jaarverslagen LVMH