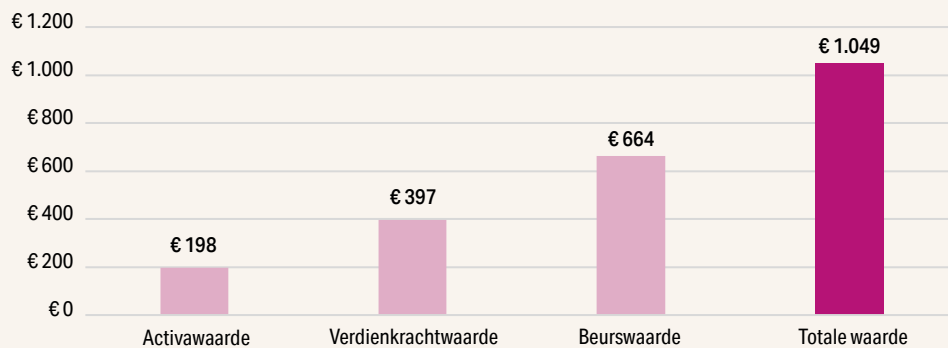




**LVMH: TOTALE WAARDE > BEURSWAARDE > VERDIENKRACHTWAARDE > ACTIVAWAARDE**



**Bron:** jaarverslagen LVMH, eigen berekening VEB, bedragen per aandeel. Totale waarde: groeiende winsten tegen een discontovoet van 9 procent teruggerekend naar vandaag.

vijf de hoofdsegmenten, dan komt de gemiddelde multiple op bijna 19 keer het bedrijfsresultaat voor het hele concern.

**CONCLUSIE**

Als we ervan uitgaan dat de multiple van LVMH de komende vijf jaar beweegt naar dit tienjarig gemiddelde van bijna 19 keer het bedrijfsresultaat, dan levert dit jaarlijks een klein beetje extra rendement op. Dat komt boven op het rendement uit

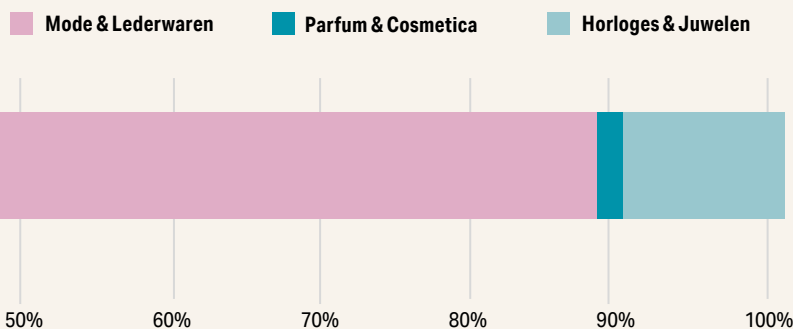
aandeleninkopen en dividend en de verwachte winstgroei. De optelsom levert een totaalrendement op van zo'n 19 procent per jaar. Bij een kostenvoet van kapitaal van 9 procent, betekent dit een waarde per aandeel van een kleine 1050 euro. Ver boven de beurskoers van 664 euro. Beleggers in LVMH kunnen zich dus opmaken voor mooie rendementen, op voorwaarde dat het luxeconcern sterke resultaten blijft overleggen.

blijven doorgroeien als in de afgelopen jaren. De Franse grootmacht zal er in ieder geval op beducht moeten zijn dat de tasjes exclusief genoeg blijven, wat op gespannen voet staat met al te hoge groeiambities.

In de risicoparagraaf van het jaarverslag meldt LVMH dat het cruciaal is de wensen van klanten te begrijpen. De merken van het concern moeten tijdig nieuwe trends bij consumenten signaleren om de juiste producten aan te blijven

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

Voorlopig zijn de grote merken (zoals Louis Vuitton) in de merkenportefeuille nog dominant, maar mislukte avonturen kunnen kostbaar blijken. Zo blunderde LVMH enkele jaren geleden met een collectie geïnspireerd op wijlen Michael Jackson. Na nieuwe beschuldigingen van kindermisbruik besloot het luxehuis toch maar af te zien van deze Michael Jackson-collectie. Ook recent bleek de samenwerking met zangeres Rihanna geen succes; na tegenvallende verkopen werd het merk Fenty – het eerste nieuwe modemerken van LVMH sinds 1987 – in de ijskast gezet.



storingen in de merkenportefeuille. Meetperiode boekjaar 2013 tot en met 2022.