

LVMH

Dynamique du groupe et de ses activités Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques Edition – Juin 2016

Xerfi Etudes vient de réaliser une analyse approfondie de 70 pages sur **LVMH**. Cette étude offre un panorama complet du groupe, de ses marchés, et de ses concurrents.

Elle apporte une information rigoureuse et indépendante, en présentant de manière structurée et opérationnelle :

- L'organisation du groupe et les caractéristiques de ses principales divisions,
- L'analyse du marché et sa segmentation,
- Les positions du groupe et les évolutions concurrentielles,
- Les facteurs de changement et leurs conséquences sur l'activité,
- Les faits marquants de la vie du groupe et les enjeux stratégiques clés.

Pour recevoir cet outil de diagnostic, il vous suffit de nous retourner le bon de commande ci-dessous, en précisant le mode d'expédition choisi. Je demeure à votre entière disposition pour tous renseignements complémentaires, et vous prie de recevoir, Madame, Monsieur, l'expression de mes sincères salutations.

Valérie Cohen
Directrice de la diffusion

BON DE COMMANDE

à retourner ou à télécopier à :

Xerfi, 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Télécopie : 01.42.81.42.14 Téléphone : 01.53.21.81.51.

Réf : **6ENT05 / GR**

LVMH

Dynamique du groupe et de ses activités Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

<input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) :	450 EUR HT	540,00 TTC (TVA 20,0%)
<input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur)	600 EUR HT	720,00 TTC (TVA 20,0%)

☒ **A renseigner (en majuscules) :**

Société : _____ Fonction : _____

Nom & prénom : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Téléphone : _____ Télécopie : _____

E-Mail : _____

Siret : _____

TVA intracommunautaire (pour les achats hors de France) : _____

Tarifs valables jusqu'au 30/06/2017. Facture avec la livraison.

Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.

En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Mode de règlement choisi :

Date, Signature et Cachet :

chèque ci-joint

dès réception du rapport et de la facture

LVMH

Dynamique du groupe et de ses activités Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Edition – Juin 2016

Réalisation de l'étude : cette étude a été réalisée par Faïza Bolongaro, chargé d'études à Xerfi Etudes. Les travaux d'analyses et de synthèses ont été effectués à partir de sources documentaires, électroniques et publications recueillies au cours des deux mois précédant la sortie de l'étude.

Cette étude fait partie d'une collection de 55 groupes. Chaque étude comprend des informations et analyses sur :

- ✓ l'évolution conjoncturelle et son positionnement concurrentiel
- ✓ la structure industrielle
- ✓ les perspectives stratégiques

Sommaire de l'étude : plus de 70 pages de données, d'analyses et de synthèses

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATEGIQUES

- 0.1.1. LE GROUPE EN UN CLIN D'ŒIL
- 0.1.2. SYNTHÈSE
- 0.1.3. ANALYSE SWOT DU GROUPE LVMH

1. LE PROFIL DU GROUPE

1.1. VUE D'ENSEMBLE

- 1.1.1. La fiche d'identité
- 1.1.2. La structure des comités de direction
- 1.2. LA PRÉSENTATION DU GROUPE
- 1.2.1. Les activités du groupe
- 1.2.2. La répartition géographique de l'activité
- 1.2.3. Le parc de magasins
- 1.2.4. L'évolution et la structure des effectifs

1.3. LES DONNÉES BOURSIÈRES

- 1.3.1. La structure de l'actionnariat
- 1.3.2. La fiche d'identité boursière
- 1.4. L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

- 1.4.1. Les principaux groupes mondiaux de luxe
- 1.4.2. Le positionnement des principaux acteurs
- 1.4.3. Les performances de LVMH par rapport à ses principaux concurrents

2. LA DYNAMIQUE DU GROUPE ET DE SES ACTIVITÉS

2.1. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

- 2.1.1. La consommation mondiale de vins
- 2.1.2. Les expéditions françaises de cognac
- 2.1.3. Le marché mondial du luxe

2.2. LES ACTIVITÉS DU GROUPE

- 2.2.1. Le chiffre d'affaires
- 2.2.2. Vins et spiritueux
- 2.2.3. Mode et maroquinerie
- 2.2.4. Parfums et cosmétiques

- 2.2.5. Montres et joaillerie
- 2.2.6. Distribution sélective
- 2.2.7. Le chiffre d'affaires par zone géographique
- 2.3. LES PERFORMANCES DU GROUPE
- 2.3.1. Le résultat opérationnel courant
- 2.3.2. Le résultat net

3. LES AXES DE DÉVELOPPEMENT ET LES FAITS MARQUANTS

3.1. LE DÉVELOPPEMENT DU GROUPE

- 3.1.1. Le panorama des actions stratégiques
- 3.2. L'ÉLARGISSEMENT DU PORTEFEUILLE D'ACTIVITÉS

- 3.2.1. Vue d'ensemble

- 3.2.2. Ephéméride

3.3. LE RENFORCEMENT DES POSITIONS DANS LES PAYS ÉMERGENTS

- 3.3.1. Vue d'ensemble

- 3.3.2. Ephéméride

3.4. L'ESSOR D'UNE STRATÉGIE MULTICANALE

- 3.4.1. Vue d'ensemble

3.5. LES INVESTISSEMENTS EN COMMUNICATION

- 3.5.1. Vue d'ensemble

4. LES DONNÉES FINANCIÈRES

4.1. LE PANORAMA DES ÉLÉMENTS FINANCIERS

- 4.1.1. Les chiffres clés

4.2. LES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS

- 4.2.1. Le compte d'exploitation
- 4.2.2. Le bilan consolidé en valeur
- 4.2.3. La structure du bilan consolidé
- 4.2.4. Les principaux ratios
- 4.2.5. Les définitions

5. BASE STATISTIQUE

La table des tableaux & graphiques : la source d'information la plus complète

T1	La répartition du chiffre d'affaires de LVMH par activité	T24	Le chiffre d'affaires de la division Vins et spiritueux
T2	La répartition du chiffre d'affaires de LVMH par zone géographique	T25	Les ventes de vins et spiritueux par famille d'alcool
T3	Le parc de magasins de LVMH	T26	Le chiffre d'affaires de la division Mode et maroquinerie
T4	La répartition du parc de magasins par activité	T27	Le nombre de magasins de la division Mode et maroquinerie
T5	La répartition du parc de magasins par zone géographique	T28	Le chiffre d'affaires de la division Parfums et cosmétiques
T6	Les effectifs de LVMH	T29	Les ventes de parfums et cosmétiques par ligne de produits
T7	La répartition des effectifs par activité	T30	Le chiffre d'affaires de la division Montres et joaillerie
T8	La répartition des effectifs par zone géographique	T31	Le nombre de magasins de la division Montres et joaillerie
T9	L'actionariat de LVMH	T32	Le chiffre d'affaires de la division Distribution sélective
T10	Les droits de vote aux Assemblées générales	T33	Le nombre de magasins de la division Distribution sélective
T11	Le dividende net par action distribué par LVMH	T34	La croissance du chiffre d'affaires par zone géographique
T12	Les principaux groupes de luxe dans le monde	T35	La répartition du chiffre d'affaires de LVMH par devise en 2009
T13	La marge opérationnelle des principaux groupes de luxe mondiaux	T36	La répartition du chiffre d'affaires de LVMH par devise en 2015
T14	La consommation mondiale de vins	T37	Le résultat opérationnel courant de LVMH
T15	La consommation mondiale de vins effervescents	T38	Le résultat opérationnel courant selon la division
T16	Les expéditions françaises de cognac	T39	Le résultat net (part du groupe) de LVMH
T17	Les principaux marchés des expéditions françaises de cognac	T40	La croissance du résultat net (part du groupe) de LVMH
T18	Le chiffre d'affaires du marché mondial du luxe personnel	T41	La répartition du chiffre d'affaires de LVMH par zone géographique
T19	La croissance du marché mondial du luxe personnel	T42	La répartition du parc de magasins de LVMH par zone géographique
T20	La structure du marché du luxe personnel par zone géographique	T43	Les dépenses de communication et promotion de LVMH
T21	La structure du marché du luxe personnel par catégorie de produits	T44	Les principaux chiffres clés du groupe LVMH
T22	Le chiffre d'affaires consolidé de LVMH	T45	Le compte d'exploitation consolidé du groupe LVMH
T23	La croissance du chiffre d'affaires consolidé de LVMH	T46	L'actif du groupe LVMH
		T47	Le passif du groupe LVMH
		T48	Les ratios financiers du groupe LVMH

Liste des principaux groupes cités dans l'étude

CHANEL
COACH
COTY
ESTÉE LAUDER
HERMÈS INTERNATIONAL
KERING
L'ORÉAL

PRADA
RALPH LAUREN
RICHEMONT
ROLEX
SHISEIDO
SWATCH GROUP
TIFFANY & CO