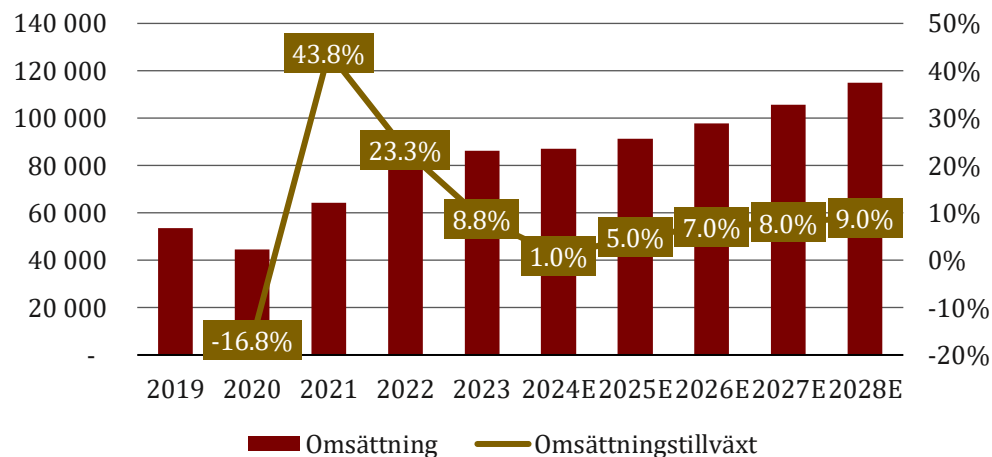


Ett lyximperium som driver tillväxt genom innovation och global expansion

LVMH, världens största lyxkonglomerat, erbjuder en unik investeringsmöjlighet genom sin diversifierade portfölj av ikoniska varumärken som Louis Vuitton, Christian Dior och Moët & Chandon. Med en stark global närvaro och vertikal integration från produktion till distribution, är LVMH väl positionerat att dra nytta av både långsiktiga tillväxttrender inom lyxkonsumtion och stabil efterfrågan i nyckelmarknader som USA och Europa. Trots kortsiktiga utmaningar, såsom en trögare utveckling i Kina, visar bolaget fortsatt motståndskraft genom innovation, geografisk expansion och ett ständigt fokus på kvalitet och exklusivitet. Med en imponerande förmåga att bibehålla höga marginaler och starka kassaflöden, framstår LVMH som ett stabilt och lönsamt val för investerare som söker exponering mot den växande globala lyxmarknaden.

Revenue and Revenue growth (MSEK)



Analytiker

Joakim Ros
Anton Öst

Nyckeltal

Handelsplats	MCp
Sektor	Konglomerat lyxhandel
Börsvärde (MEUR)	348 348,7
Enterprise Value	338 000
Nettoskuld/EBITDA	1,0
Direktavkastning (%)	1,9
P/E	24,3
EV/EBIT	16,9
EPS	27,9 Euro
ROE (%)	21,5
ROIC (%)	13,8
ROA (%)	9,7

Värdering

Aktiekurs	666 Euro
Riktkurs DCF	743,83
Riktkurs Peers	10–30%
Uppsida/nedsida	11,7 %
Rekommendation	Behåll



Investment Case

LVMH, grundat 1987 genom en fusion mellan Louis Vuitton och Moët Hennessy, har byggt ett globalt lyximperium med över 75 prestigefyllda varumärken. Bolagets historia går dock tillbaka mycket längre än så: Louis Vuitton grundades redan 1854 och Hennessy 1765. Denna djupa historiska förankring ger LVMH en stark kulturell och finansiell bas. LVMH leds av Bernard Arnault, en av världens rikaste personer, och hans familj kontrollerar en betydande andel av bolaget, vilket ger stabilitet och en långsiktig strategisk vision.

LVMH har byggt sin starka marknadsposition genom strategiska förvärv av ikoniska varumärken, inklusive Christian Dior, Bulgari och, mer nyligen, Tiffany & Co. Dessa förvärv har stärkt bolagets närvaro i kategorier som mode, smycken och accessoarer. Tiffany & Co., förvärvat 2021 för **16 miljarder dollar**, har bidragit till att bredda LVMHs smyckesportfölj och gett dem en starkare position i USA. Förvärv är en central del av LVMHs strategi för att diversifiera sin produktportfölj och öka sin globala marknadsandel.

Bernard Arnault och hans familj kontrollerar en stor andel av aktierna i LVMH, vilket säkerställer en stark ägarstruktur och långsiktig stabilitet. Arnault, som har varit VD för LVMH ända sedan 1989, är känd för sin skickliga ledarskapsförmåga och långsiktiga bolagsvisioner. Denna starka ägargrund ger LVMH en unik fördel i en snabbt föränderlig bransch, där beslutsfattandet ofta kräver långsiktig planering och en tydlig strategisk inriktning. Sedan Arnaults intåg 1989 har företaget gjort flera betydande företagsförvärv till dess portfölj, bland annat DFS, Louis Vuitton och Gucci under 90-talet. Idag är det världens största lyxvarukoncern.

En annan storägare i LVMH är Christian Dior, som i sin tur är kontrollerad av familjen Arnault, vilket ytterligare förstärker deras grepp om bolaget.

Denna koppling mellan Christian Dior och LVMH bidrar till att säkra en långsiktig och stabil ägarstruktur som gör det möjligt för företaget att upprätthålla sin starka marknadsposition inom lyxsektorn. Samtidigt innebär denna ägarkoncentration att ägarstyrningen i LVMH är starkt centraliserad. Styrelsen domineras av representanter från familjen Arnault, vilket minskar minoritetsägarnas inflytande över beslutsfattande.

En annan aspekt av ägarstyrningen är frågan om successionsplanering. Bernard Arnault har länge varit en central figur i företagets framgång, och det finns en tydlig familjestruktur där flera av hans barn har nyckelroller i bolaget. Detta väcker frågor om hur företaget kommer att styras när generationsskiftet sker.

LVMHs finansiella styrka ligger i dess förmåga att bibehålla höga rörelsemarginaler, med en EBITDA-marginal på **30,9%**, och ett starkt kassaflöde, som förväntas uppgå till **20,8 miljarder euro** år 2030. Med sitt diversifierade utbud och globala räckvidd har LVMH etablerat sig som en ledande aktör inom flera lyxsegment, och fortsätter att växa, trots utmaningar på enskilda marknader som Kina.

Med sin rika historia, starka ägarstruktur och imponerande portfölj av varumärken erbjuder LVMH en attraktiv investeringsmöjlighet. Bolaget har visat sig motståndskraftigt genom ekonomiska cykler och har potential att fortsätta leverera långsiktig avkastning, stödd av en stark ägarstruktur och ledarskap samt en väl beprövad strategi för tillväxt genom förvärv och innovation.



Affärsmodell

LVMHs affärsmodell är centrerad kring att driva ett diversifierat imperium av 75 lyxvarumärken, fördelade över sex huvudsakliga affärssegment: *Wines & Spirits, Fashion & Leather Goods, Perfumes & Cosmetics, Watches & Jewelry, Selective Retailing* samt *Other Activities*. Varje varumärke, eller "House", inom LVMHs portfölj fungerar relativt självständigt, vilket möjliggör en hög grad av specialisering och innovation inom varje enskild sektor.

Primära segment

Fashion & Leather Goods är det största och mest lönsamma segmentet, och står för hälften av koncernens intäkter. Varumärken som Louis Vuitton och Christian Dior spelar nyckelroller i detta, och sektorn har imponerande rörelsemarginaler. Trots utmaningar på vissa marknader har detta segment fortsatt att visa styrka tack vare sina ikoniska produkter och starka globala efterfrågan.

Wines & Spirits bidrar i mindre utsträckning till den totala omsättningen, men innehåller prestigefyllda varumärken som Moët & Chandon och Hennessy. Även om det har förekommit en nedgång i efterfrågan i Kina har det skett framgångsrik tillväxt i andra regioner, som USA och Europa.

Watches & Jewellery upplevde en viss nedgång i intäkter under första halvåret 2024, särskilt i Asien. Trots detta fortsätter varumärken som Tiffany och Bulgari att driva segmentet framåt, med stark tillväxt inom nya produktkategorier och innovativa kollektioner.

Perfumes & Cosmetics fortsätter att växa med hjälp av storsäljande varumärken som Christian Dior och Fenty Beauty. Segmentet har fokuserat på innovation, digital utveckling och selektiv expansion av sitt detaljhandelsnätverk för att öka sin globala närvaro.

Selective Retailing, som främst representeras av Sephora, har haft en exceptionellt stark period. Sephora har fortsatt att expandera globalt och investerar i digitala lösningar för att skapa en personlig och smidig kundupplevelse.

Nyckelfaktorer för framgång

LVMHs affärsmodell bygger på att varje varumärke inom koncernen fungerar med hög autonomi, vilket gör att varje "House" kan skraddarsy sina egna strategier för produktion, marknadsföring och försäljning. Samtidigt drar varumärkena nytta av den samlade styrkan och stordriftsfördelarna som kommer från att vara en del av en större koncern.

Företagets globala räckvidd är också en central del av affärsmodellen. Med flaggskeppsbutiker och exklusiva distributionskanaler världen över, har LVMH en stark närvaro på nyckelmarknader som Asien, Europa och USA. De har dessutom en stark finansiell position som möjliggör kontinuerliga investeringar i både innovation och geografisk expansion.

Uppdateringar från 2024

Trots en total minskning i intäkter på 1% under första halvåret 2024, vilket delvis kan förklaras av negativa valutakurseffekter, lyckades LVMH öka sina intäkter organiskt med 2%. Tillväxt i Europa och USA samt stark efterfrågan i Japan bidrog till att balansera motgångar i andra regioner.

Sammanfattningsvis är LVMHs affärsmodell både diversifierad och flexibel, vilket gör att företaget kan anpassa sig till föränderliga marknadsförhållanden samtidigt som det fortsätter att stärka sin position inom den globala lyxindustrin.



Marknad och Konkurrens

LVMH befinner sig på en mycket konkurrensutsatt global lyxmarknad där både internationella konkurrenter och lokala aktörer utmanar bolagets dominans. De största konkurrenterna inkluderar andra lyxkonglomerat som Hermès och Kering, där särskilt Hermès är känt för sin konjunkturstabla affärsmodell, vilket ger dem en fördel i tider av ekonomisk osäkerhet. LVMH, å andra sidan, har en bredare produktportfölj och är mer diversifierat över flera affärssegment, vilket hjälper till att sprida riskerna och minska beroendet av enskilda marknader eller produkter.

En av LVMHs största utmaningar på senare tid har varit den trögare utvecklingen på den kinesiska marknaden, som tidigare var en stark tillväxtmotor för bolaget. Nedgången i den kinesiska ekonomin, i kombination med nya restriktioner mot lyxkonsumtion och influencermarknadsföring, har bidragit till en minskad efterfrågan på västerländska lyxvaror i regionen. Under det första halvåret 2024 såg LVMH en negativ utveckling i Asien (exklusive Japan), där omsättningen sjönk med 14%. Detta kontrasterar starkt mot den exceptionella tillväxten i Japan, som dock delvis drevs av kinesiska konsumenter som utnyttjade den svaga japanska yenen för att shoppa.

På andra håll, som i USA och Europa, har LVMH dock sett stabil tillväxt, vilket har hjälpt till att kompensera för nedgångarna i Asien. Den amerikanska marknaden är särskilt viktig för LVMH, med cirka 25% av koncernens totala intäkter, och där bolaget fortsatt att stärka sin position genom flaggskeppsbutiker och digital expansion. Dessutom har LVMH dragit nytta av en diversifierad affärsmodell med vertikal integration och kontroll över värdekedjan, från produktion till distribution, vilket ger dem

en konkurrensfördel i att hantera både kostnader och kvalitet på sina produkter.

LVMHs konkurrenter, som Hermès och Kering, har också drabbats av motgångar på den kinesiska marknaden, men Hermès har visat sig vara mer konjunkturstabilt tack vare sina mer exklusiva och tidlösa produkter. Richemont, som konkurrerar inom klockor och smycken, har också rapporterat om en kraftig nedgång i Asien. Trots detta förblir LVMH en dominant aktör på den globala marknaden, delvis tack vare sin starka varumärkesportfölj och fortsatta investeringar i innovation och expansion.



Värdering

Historisk prestation och trend (2015–2023)

LVMH har fortsatt att visa stark finansiell tillväxt över det senaste årtiondet, med en nettoomsättning som ökade från **37 600 miljoner euro år 2015 till 86 153 miljoner euro år 2023**. Denna tillväxt har främst drivits av ökad efterfrågan på lyxprodukter, särskilt i Asien, där Kina utgjort en central marknad för koncernen. Dock har vi under 2023 sett en nedgång i efterfrågan på denna marknad, där flera faktorer såsom en försvagad kinesisk ekonomi och striktare regleringar har påverkat konsumtionen negativt.

Den kinesiska marknaden har under det senaste decenniet varit en av de viktigaste tillväxtmotorerna för LVMH. I det första kvartalet 2024 noterade bolaget en omsättningsminskning i Asien med **6%**, och i det andra kvartalet fördjupades denna nedgång till **14%**. Denna negativa trend har skapat viss oro för LVMHs framtida tillväxt, särskilt eftersom Kina utgör en betydande del av Asiens ekonomiska bidrag till företaget. Trots dessa utmaningar har LVMH fortsatt att visa motståndskraft genom sin diversifierade portfölj och en stark närvaro i andra nyckelmarknader såsom USA och Europa.

Framåtriktade estimat (2024–2030)

Vår DCF-modell visar att vi ser fortsatt potential för LVMH att återhämta sig och växa starkt under kommande år. Vi förväntar oss:

- **Intäkstillväxt:** LVMH förväntas växa med en genomsnittlig årlig tillväxttakt (CAGR) på **8,2%** fram till 2030. Denna tillväxt är delvis driven av en återhämtning på marknader som Asien, tillsammans med fortsatt stark efterfrågan i USA och Europa. Bolaget har även fördelen av att dra

nytta av sitt breda varumärkesutbud och ökade konsumenttrender mot lyxvaror i dessa regioner.

- **Omsättningstillväxt:** LVMHs rapporterade omsättningstillväxt kan vara missvisande när man beaktar de stora förvärv som bolaget har genomfört de senaste åren. Till exempel ökade omsättningen kraftigt med **23,3%** under 2022, men mycket av denna tillväxt drevs av förvärvet av Tiffany & Co. och andra tillägg till portföljen. Den organiska tillväxten, som ger en mer exakt bild av den underliggande prestationen, var istället **17%** för samma period. Detta visar att medan förvärv driver LVMHs omsättningstillväxt, är den organiska tillväxten fortfarande stark, men mer måttlig.

- **Rörelsemarginaler och EBITDA:** Vi förväntar oss att LVMH bibehåller sina starka marginaler, med en EBITDA-marginal på **30,9%** fram till 2030. Denna starka lönsamhet är ett resultat av bolagets fortsatta expansion inom högmarginalsegment såsom Fashion & Leather Goods, samt effektiviserad kostnadskontroll inom hela värdekedjan.

- **Kassaflödesgenerering:** LVMH förväntas generera starkt fritt kassaflöde (FCF), med en prognoserad nivå på **20 786 miljoner euro per år** från och med 2030. Detta ger bolaget flexibilitet att genomföra ytterligare strategiska förvärv och expansioner på viktiga marknader, samtidigt som de fortsätter att återinvestera i kärnområden för långsiktig tillväxt.



Värdering

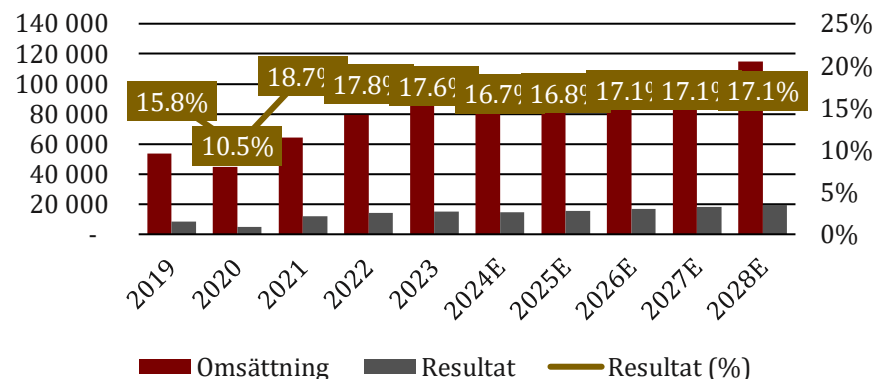
LVMHs breda portfölj av dotterbolag visar tydligt på koncernens förmåga att balansera både intäkstillväxt och lönsamhet över flera marknadssegment. Louis Vuitton, som står för den största delen av koncernens intäkter, genererar cirka 20 miljarder euro i omsättning och har en rörelsemarginal på cirka 45%, vilket vittnar om varumärkets starka position och exklusivitet. Den höga rörelsemarginalen innebär att Louis Vuitton inte bara är en volymdrivande intäktskälla, utan även en nyckelaktör för att driva vinsten inom LVMHs mode- och lädervarusegment.

Christian Dior, med en omsättning på cirka 7 miljarder euro och en rörelsemarginal på 30%, kompletterar detta segment och stärker bolagets konkurrenskraft. Dessa höga marginaler för mode och accessoarer understryker varumärkenas prissättningsmakt och konsumenternas efterfrågan på exklusivitet och kvalitet, särskilt i premiumsegmentet.

I vin- och spritsektorn är Moët & Chandon och Hennessy två av de mest prestigefyllda varumärkena globalt, med stabila rörelsemarginaler på 25–30%. Dessa varumärken bidrar till en viss motståndskraft i tider av ekonomisk osäkerhet, då efterfrågan på alkoholhaltiga drycker tenderar att vara mer stabil än på mode- och accessoarmarknaderna. Hennessy står för cirka 50% av cognacförsäljningen globalt, vilket ger LVMH en stark marknadsandel inom detta segment.

Sephora, med en omsättning på cirka 10 miljarder euro och en rörelsemarginal på cirka 12%, är en nyckelaktör inom selektiv detaljhandel. Sephoras globala expansion och investeringar i digitalisering har varit avgörande för att nå nya kunder och marknader, särskilt i e-handelssektorn där personlig kundupplevelse och digital marknadsföring blir allt viktigare.

Revenue, Earnings and Earnings Margin (MSEK)



Dotterbolag/ varumärken	Segment	Omsättning (M€)	Rörelsemarginal %	Marknadsandel %	Tillväxt %
Louise Vuitton	Fashion & leather goods	20 000	45 %	22 %	7 %
Christian Dior	Fashion & leather goods	7 000	30 %	12 %	6 %
Moët & Chandon	Wines & Spirits	1 700	25 %	20 %	5 %
Hennessy	Wines & Spirits	1 400	30 %	50 %	4 %
Sephora	Selective retailing	10 000	12 %	20 %	8 %
Tiffany & Co	Watches & Jewelry	6 000	20 %	10 %	9 %
Bulgari	Watches & Jewelry	2 500	25 %	7 %	10 %

Tiffany & Co. och Bulgari, med omsättningar på 6 respektive 2,5 miljarder euro, förstärker LVMHs position inom smycken och klockor. Med rörelsemarginaler på cirka 20–25% ligger dessa varumärken i linje med bolagets fokus på högmarginalprodukter, och Tiffany & Co:s förvärv har särskilt bidragit till att öka LVMHs exponering i USA, en viktig marknad för framtida tillväxt.



Värdering

Sammanfattningsvis bidrar varje segment inom LVMH till att skapa en balanserad intäcks- och lönsamhetsprofil, där företagets förmåga att hantera både volymdrivna segment och högmarginalvarumärken ger det en stark finansiell grund. Denna diversifiering minskar också beroendet av enskilda marknader eller segment, vilket gör LVMH till ett robust företag inom den globala lyxindustrin.

Värdering och aktiepris: Enligt vår uppdaterade DCF-analys uppgår det beräknade aktiepriset till **743,83** euro, vilket representerar en uppsida på cirka **11,7%** från dagens aktiekurs på 614,00 euro. Detta indikerar att aktien för närvarande är undervärderad i förhållande till bolagets långsiktiga potential.

Risker och möjligheter

Den största risken för LVMH är den osäkra utvecklingen i Kina, där en fortsatt svag ekonomisk tillväxt eller politiska inskränkningar kan påverka efterfrågan på lyxprodukter. Samtidigt är möjligheterna för LVMH stora i och med företagets starka ställning på andra marknader, såsom USA och Japan, och dess förmåga att utnyttja nya trender inom hållbarhet och digitalisering.

Peers

Vid en jämförelse med andra stora aktörer inom lyxindustrin visar LVMH en något lägre värdering än flera av sina konkurrenter, vilket ger en uppsida för LVMH. Med ett P/E-tal på **24,21x** ligger LVMH under branschens genomsnitt på **27,57x**, vilket innebär att bolaget kan vara undervärderat i förhållande till dess starka fundament. Även EV/EBIT och EV/EBITDA-multiplar är något lägre än konkurrenter som Hermès och

L'Oréal, vilket indikerar en attraktiv investering på lång sikt, särskilt med tanke på LVMHs höga marginaler och starka kassaflödesgenerering.

Hermès, med ett P/E-tal på **47,80x**, värderas betydligt högre än LVMH, vilket kan bero på dess mer exklusiva och konjunkturstabla varumärken. Däremot erbjuder LVMH en bredare produktportfölj och global närvaro, vilket gör det mindre känsligt för nedgångar på enskilda marknader. Denna diversifiering ger LVMH en fördel över mer nischade lyxaktörer, såsom Hermès, som kan vara mer utsatta för konsumentförändringar i specifika segment.

L'Oréal och Richemont värderas också högre än LVMH baserat på sina multiplar, men LVMHs starka tillväxtutsikter och dess återhämtning på den asiatiska marknaden gör att vi ser ett betydande värde i aktien. Med bolagets fortsatta investeringar i innovation och expansion på nyckelmarknader, är LVMH väl positionerat för att fånga upp framtida tillväxtmöjligheter, vilket kan leda till att aktien uppvärderas i linje med sina konkurrenter.

Sammanfattningsvis framstår LVMH som ett stabilt och långsiktigt attraktivt investeringsval, med möjligheter för uppsida om bolaget fortsätter att leverera stark tillväxt och förbättrade marginaler, särskilt på marknader som Kina och USA.



Värdering

	P/E	EV/EBIT	EV/EBITDA
Kering	21,30	15,00	11,50
Devide Campari-Milano	25,90	17,70	15,70
L'Oreal Sa	31,50	24,60	20,10
Hermes International	47,80	34,60	29,40
compagnie financière rich	18,50	14,40	10,60
Moncler	20,40	14,10	10,50
Average	27,57	20,07	16,30
LVMH	24,21	18,45	12,77
Upside/downside	14%	10%	30%

WACC

LVMHs WACC på **6,3%** påvisar en balans mellan kostnaden för eget kapital och skulder:

- **Cost of Equity (CoE)** är beräknad till **6%**, baserat på en beta på **1,0**, en riskfri ränta på **2%**, och en marknadsriskpremie (ERP) på **4%**. Detta återspeglar aktieägarnas förväntade avkastning i förhållande till marknadsrisken.

- **Cost of Debt (CoD)**, efter skatt, är beräknad till **10,13%**, vilket baseras på en riskfri ränta på **2%** och en räntetäckningsgrad på **0,77%**. Detta indikerar att LVMH har relativt högre räntekostnader, vilket förklaras av bolagets skuldsättning på **30,33%** av företagets värde (Enterprise Value). En räntespread på **10,76%** signalerar också risk i LVMHs skuldstruktur, som dock ligger i linje med branschens finansiella hävstång.

Trots dessa höga räntekostnader ligger skulden på en hanterbar nivå, vilket bibehåller stabiliteten i bolagets finansiering. Känslighetsanalysen visar att om WACC ökar till **6,9%**, kan aktiens värdering sjunka markant

om intäkterna eller EBIT-marginalen minskar. Omvänt, en sänkning av WACC till **5,7%** kan ge en signifikant uppsida vid bättre intäktsutveckling och högre rörelsemarginaler.

Sammanfattningsvis, med en WACC på **6,3%**, reflekterar LVMHs kapitalkostnad en rimlig balans mellan risk och avkastning, samtidigt som bolaget har kapacitet att generera värde för aktieägarna på lång sikt.

WACC	Change in Revenue						
	-3,0%	-2,0%	-1,0%	0%	1,0%	2,0%	3,0%
6,9%	-20%	-16%	-12%	-8%	-3%	2%	6%
6,7%	-16%	-12%	-8%	-3%	2%	7%	12%
6,5%	-12%	-7%	-3%	2%	7%	12%	17%
6,3%	-7%	-3%	2%	7%	13%	18%	24%
6,1%	-2%	3%	8%	13%	19%	25%	31%
5,9%	4%	9%	14%	20%	26%	32%	38%
5,7%	10%	15%	21%	27%	33%	40%	47%

WACC	Change in EBIT margin						
	-1,5%	-1,0%	-0,5%	0%	0,5%	1,0%	1,5%
6,9%	-15%	-13%	-10%	-8%	-5%	-3%	0%
6,7%	-11%	-8%	-6%	-3%	0%	2%	5%
6,5%	-6%	-3%	-1%	2%	5%	7%	10%
6,3%	-1%	2%	5%	7%	10%	13%	16%
6,1%	4%	7%	10%	13%	16%	19%	22%
5,9%	10%	14%	17%	20%	23%	26%	29%
5,7%	17%	21%	24%	27%	30%	34%	37%



Rekommendation

LVMH, världens största lyxkonglomerat, har etablerat sig som en stabil och stark aktör på den globala marknaden genom sin imponerande portfölj av varumärken och en lång historia av tillväxt. Företaget, som grundades 1987 genom en fusion mellan Louis Vuitton och Moët Hennessy, har sitt ursprung i två av världens mest erkända lyxvarumärken. LVMHs framgångar kan delvis tillskrivas de strategiska förvärv som stärkt dess närvaro i olika marknadssegment. Ett exempel på detta är förvärvet av Tiffany & Co. 2021, vilket stärkte deras smyckesdivision och gav företaget en starkare position på den amerikanska marknaden.

En av de främsta styrkorna i LVMHs affärsmodell är dess diversifierade portfölj av varumärken inom flera lyxsegment, såsom mode, accessoarer, smycken och alkoholhaltiga drycker. Detta har gjort det möjligt för företaget att sprida riskerna och minska beroendet av enskilda marknader. LVMH har visat stark organisk tillväxt inom sina nyckelsegment, särskilt inom mode och accessoarer, där varumärken som Louis Vuitton och Christian Dior fortsätter att prestera starkt. Trots utmaningar på specifika marknader, som nedgången i Kina under 2023, har företaget fortsatt att visa motståndskraft genom sin diversifiering och globala närvaro.

När man analyserar LVMHs finansiella utveckling är det viktigt att skilja mellan rapporterad tillväxt och organisk tillväxt. Med en rapporterad omsättningstillväxt på **23,3%** under 2022, framstår bolagets prestation som mycket stark, men en stor del av denna tillväxt drevs av tidigare förvärv. Den organiska tillväxten, som exkluderar effekterna av förvärv och valutakursfluktuationer, uppgick istället till **17%** under samma period. Detta visar på en sund underliggande tillväxt inom bolagets befintliga verksamheter, vilket är ett tecken på att företaget har lyckats anpassa sig till föränderliga marknadsförhållanden och konsumenttrender.

Ledarskapet från Bernard Arnault och hans familj har varit avgörande för bolagets långsiktiga framgång. Arnaults vision och strategiska förmåga har hjälpt till att bygga ett globalt imperium genom förvärv och utveckling av starka varumärken. Att familjen kontrollerar en stor andel av aktierna ger stabilitet och säkerställer en långsiktig strategi som inte är beroende av kortsiktiga marknadssvängningar. Detta gör LVMH till ett attraktivt investeringsval för de som söker exponering mot lyxindustrin, särskilt på lång sikt.

Trots de imponerande finansiella siffrorna och den globala tillväxten, finns det dock vissa risker att beakta. Den kinesiska marknaden, som länge varit en viktig tillväxtmotor för LVMH, har under 2023 drabbats av en nedgång, vilket skapat osäkerhet kring framtida efterfrågan på lyxprodukter i regionen. Samtidigt har företagets starka närvaro i USA och Europa bidragit till att balansera dessa utmaningar, vilket tyder på att LVMH är väl positionerat för att hantera regionala motgångar.

Med sin starka varumärkesportfölj, diversifierade affärsmodell och starka finansiella ställning bedöms LVMH vara ett stabilt val för långsiktiga investerare. Med hänsyn till både bolagets potential och dess utmaningar rekommenderas **behåll** för aktien.

