

LVMH compra a italiana Bulgari por US\$ 6 bilhões

Gigante francesa do luxo, dona de marcas como Louis Vuitton e Dior, acrescenta a sofisticada joalheria ao seu portfólio

PARIS

A gigante do luxo francesa LVMH está adicionando mais uma joia à sua coroa: a italiana Bulgari. Essa união inesperada provocou muito alvoroço na já frenética Paris Fashion Week. E colocou a LVMH numa posição ainda melhor para atrair novos consumidores ricos de países como China e Rússia, que querem marcas clássicas, como as bolsas de couro Luis Vuitton e as joias incrustadas de diamantes e esmeraldas da Bulgari.

Num comunicado, a LVMH, dona de marcas como Louis Vuitton, Christian Dior, champanhe Dom Perignon e perfumes Guerlain, anunciou que vai trocar 16,5 milhões das suas próprias ações pela participação de 51% da família Bulgari na joalheria. Aos acionistas minoritários da Bulgari, ela deverá oferecer o equivalente a € 12,25 (US\$ 17,10) por ação numa oferta pública. Com esse acordo, a família Bulgari ficará com 3% da LVMH. No total, o acordo está avaliado em € 4,3 bilhões (US\$ 6 bilhões).

O diretor administrativo da LVMH, Antonio Belloni, disse que essa foi a maior aquisição da companhia em mais de 20 anos de história de compras de marcas de luxo, de Kenzo a Givenchy e Marc Jacobs. A LVMH e a Bulgari apresentaram o acordo como uma maneira de se aumentar rapidamente os negócios com joias e relógios, atingir uma massa crítica e acelerar seu crescimento em mercados emergen-

tes.

“Estamos adicionando aos nossos mercados já consolidados outros novos que se mostram cada vez mais promissores, como a Rússia, China, Oriente Médio, Brasil e Índia”, disse o diretor executivo da Bulgari, Francesco Trapani, que terá um assento na diretoria da LVMH, além de dirigir a divisão de joias e relógios da empresa, que inclui marcas como De Beers, Chaudron e Hublot.

Os lucros da gigante francesa na área de joias e relógios dobraram no ano passado, para € 128 milhões (US\$ 178,7 milhões), sobre vendas que cresceram 28%, para perto de € 1 bilhão (US\$ 1,39 bilhão). Com a aquisição da Bulgari, fabricante de joias e relógios que existe há 127 anos, as vendas da divisão deverão dobrar para € 2,1 bilhões (US\$ 2,9 bilhões).

“Para ser honesto, a LVMH é a sócia perfeita”, disse Trapani, para quem os dois ingredientes vitais do acordo são o know-how e a atenção aos detalhes da parte da LVMH, como também a sua escala, com uma estrutura de administração de qualidade global.

● **Controle**

US\$ 27,9 bi

é o valor de mercado aproximado da LVMH, que é controlada pela família do diretor executivo Bernard Arnault. A família Bulgari passa a ser a segunda maior acionista do grupo.

Observadores do setor aplaudiram o acordo, dizendo que a gigante francesa precisava preencher um vazio no seu portfólio de marcas de luxo.

“Eles queriam há algum tempo comprar uma grande joalheria”, disse Long Nguyen, editor da revista americana *Flaunt*. “Não só é excelente para eles a aquisição do nome Bulgari, mas estão adquirindo também o jeito de fazer da casa, que deve passar para todas as marcas.”

Para a colunista do *Wall Street Journal*, Christina Binkley, “a LVMH é especialista em comprar essas joias de família e aprimorá-las”. Mas a colunista alertou que alguns clientes da Bulgari parecem temer uma mudança na joalheria. “Estava lendo os comentários no Twitter e há muitos antigos clientes da Bulgari que se entristeceram com a notícia”, disse. Os investidores, porém, aplaudiram a compra, com as ações da LVMH subindo 1,4%, para € 113,15 (cerca de US\$ 157,90), no pregão da tarde em Paris.

Ações. Com o acordo, a família fundadora da Bulgari vai se tornar a segunda maior acionista da LVMH, depois da família do diretor executivo do grupo, Bernard Arnault. Com Arnault, a LVMH, companhia criada em 1987, cresceu, valendo hoje € 20 bilhões (cerca de US\$ 27,9 bilhões), com a aquisição de um portfólio impressionante de marcas de luxo, que abrange do vinho Chateau d’Yquem ao relógio Tag Heuer. As receitas cresceram com o au-



Mercado. Com a Bulgari, LVMH espera dobrar sua receita com a venda de joias e relógios

PARA LEMBRAR

Fracasso na investida sobre a Hermès

Bernard Arnault, o todo poderoso diretor executivo da LVMH, teve bem menos sucesso que o obtido com a Bulgari no seu trabalho para adquirir uma outra lenda do luxo euro-

peu, a Hermès. A LVMH anunciou em dezembro ter aumentado para 20% sua participação na fabricante francesa de lenços e bolsas, o que provocou a ira dos descendentes da família fundadora da marca, que, coletivamente, controla mais de 70% da companhia.

A LVMH, além disso, está se ressentindo de um escândalo envolvendo o estilista John Gal-

liano, demitido pela casa Dior na semana passada em meio a acusações de antisemitismo – o estilista disse ser um admirador de Adolf Hitler. “O fato de que o nome da Dior possa ter sido manchado, por intermédio de seu estilista, por mais brilhante que ele seja, é muito doloroso para nós”, disse o presidente da Dior, Sidney Toledano.

ção inclui um broche de esmeralda de 18 quilates cercado de diamantes – a única joia usada por ela no seu casamento com Richard Burton.

A Bulgari é a menor entre as companhias de joias e relógios de luxo. Ela foi fundada em 1884 pelo imigrante grego Sotirios Bulgari, que abriu a primeira loja na Via Condotti, em Roma, em 1905, e depois expandiu a marca, abrindo mais 260 lojas. / AP, TRADUÇÃO DE TEREZINHA MARTINO