

NOVEMBRE 2001

Parfum Maquillage Soins

Événement



Dior Addict, Succombez ? la tentation !

Nouveautés



MAQUILLAGE



My Dior



Look Noël 2001



Magazine

PARFUM	MAQUILLAGE	SOINS
9 nov 2001	22 oct 2001	20 nov 2001

Dior et Gruau Dior by Bougeste Illum : Le best of de Dior

Rouge : Histoire d'une couleur Galerie Dior

ELLE www.elle.fr

1000 Pulsations Lumière ROUGE PULSE Couleur - Lumière - Hydratation

NOUVEAUTÉ www.helenarubinstein.com

1000 Pulsations Lumière ROUGE PULSE Couleur - Lumière - Hydratation

offre spéciale sur ELLE.fr

Accueil Mode Beauté

Accueil
News
Défilés
Focus

Du soleil en hiver ?

- Top 10 Jupes sexy
- Top 10 Tops sexy
- Top 10 Vestes de
- Top 10 Jupes de v
- Top 10 Pulls de vill
- Les coup Bottes de r

Helena Rubinstein - Visionary Beauty - skincare and make-up - Microsoft Internet Explorer

주소(D) http://www.helenarubinstein.com/

HELENA RUBINSTEIN



International
> English
> Français
> 日本語 (Japan)
> USA
HR Shopping
US Residents only

완료 인터넷


www.elle.fr

1000 Pulsations Lumière
ROUGE PULSE
Couleur - Lumière - Hydratation



NOUVEAUTÉ
www.helenarubinstein.com



1000 Pulsations Lumière
ROUGE PULSE
Couleur - Lumière - Hydratation


www.elle.fr

Samédi 24 novembre 2001



Samedi 29 mars 2003

BANCS D'ESSAI Masque Quick Liss de Cosmence 4 ELLEnautes l'ont testé pour vous

COUPS DE COEUR Mocassin chic-choc Calme, luxe et volupté par A.Testoni

COUPS DE COEUR A fleur de peau Roger&Gallet se met au gingembre

OU SORTIR ? Blue Elephant La Thaïlande au coeur de Paris

NEWS - J.K Rowling maman ! La maman d'Harry Potter, J.K Rowling, vient de mettre au monde un petit ... - Pas de peau ! Un récent sondage Sofrès montre que 85% des personnes interrogées ont déjà ... - Eminem, nouveau record Mais qui peut l'arrêter ? Son film va atteindre les 2 millions de

ELLE VOUS INVITE 1 000 invitations à gagner pour découvrir en avant-première le film "Frida".

LES QUIZ REDEMARRENT !



Beauté

ACCUEIL BEAUTÉ | ACTUALITÉS | CONSEILS | DOSSIERS

Soin | Maquillage | Parfum

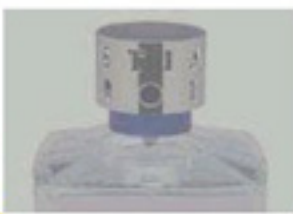
Accès aux marques

NOS ENGAGEMENTS | MON COMPTE
ACHAT EXPRESS | MON SHOPPING

NEWSLETTER
Profitez de nos offres exclusives et recevez toute l'actualité beauté



Achetez en ligne
Courrèges, Elsis, Lise Watier ...



Spécial Hommes
Notre sélection de produits

EXPERT BEAUTÉ
Réponse personnalisée à vos questions.

Jouez et Gagnez avec Decléor



Découvrez les parfums et la beauté YVES SAINT LAURENT



ACTUALITÉ NOVEMBRE
Les offres du mois
Commandez en ligne et gagnez des cadeaux avec les marques



Découvrez L'univers de Chanel



Parfums jouez la carte des grands classiques !

Quoi de neuf ?
Retrouvez toutes les tendances maquillage de la rentrée



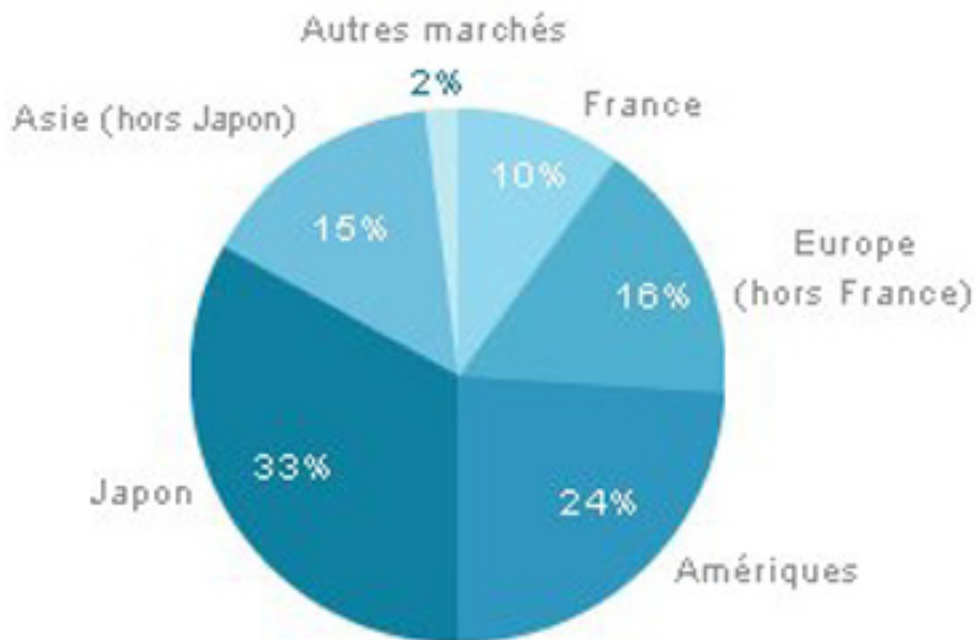
TERMS AND CONDITIONS OF USE

Les chiffres clés



Mode & Maroquinerie
Chiffre d'affaires
par zone géographique de destination en %

2002

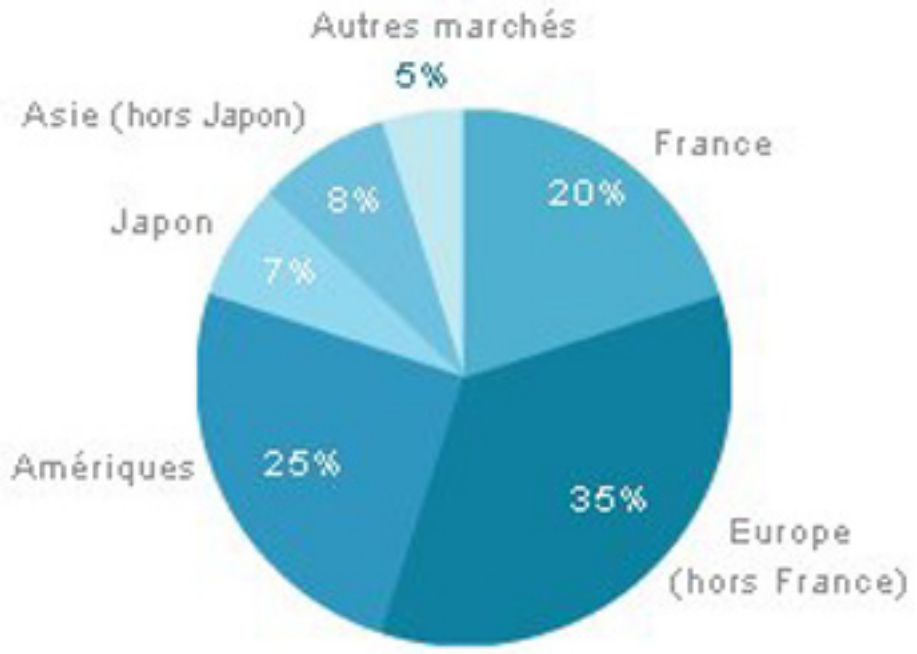


Les chiffres clés



Parfums & Cosmétiques
Chiffre d'affaires
par zone géographique de destination en %

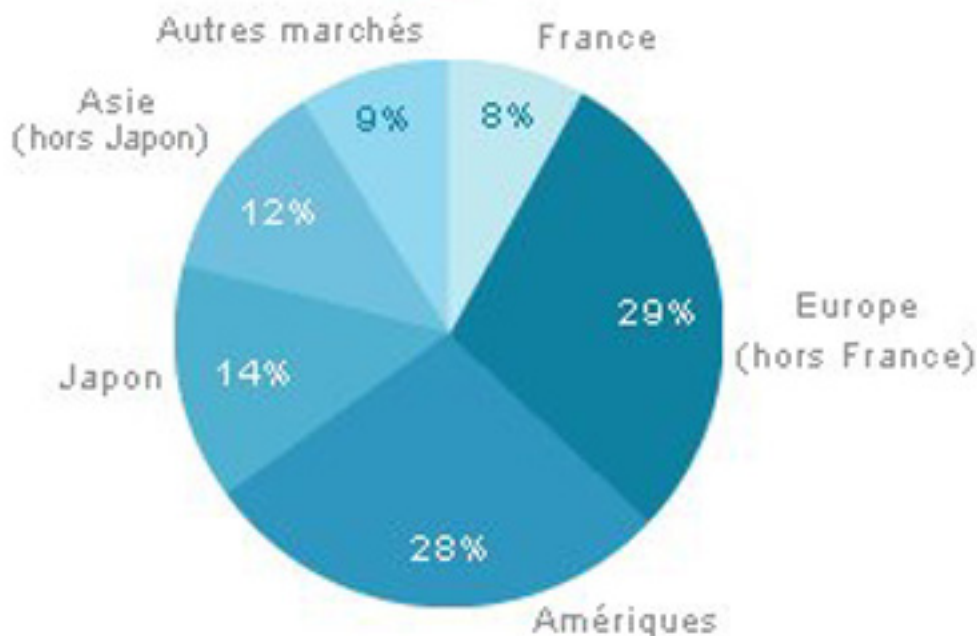
2002



Les chiffres clés

LVMH
MOËT HENNESSY. LOUIS VUITTON

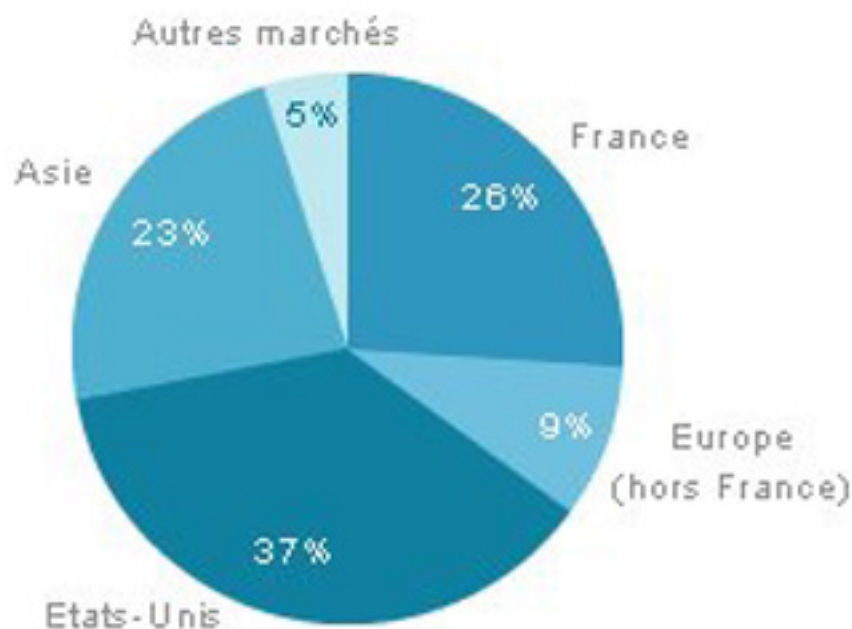
Montres & Joaillerie
Chiffre d'affaires
par zone géographique de destination en %
2002



Les chiffres clés



Distribution sélective
Chiffre d'affaires
par zone géographique de destination en %
2002





Bernard Arnault par Tyen



PRÉSENTATION DU GROUPE

LVMH

MOËT HENNESSY. LOUIS VUITTON

Mission et valeurs du Groupe

La mission

La vocation du groupe LVMH est d'être l'ambassadeur de l'art de vivre occidental en ce qu'il a de plus raffiné. LVMH veut symboliser l'élégance et la créativité. Nous voulons apporter du rêve dans la vie par nos produits et par la culture qu'ils représentent, alliant tradition et modernité. Dans ce cadre, cinq impératifs constituent des valeurs fondamentales partagées par tous les acteurs du groupe LVMH. Ces valeurs et l'ensemble des aspects qu'elles recouvrent ont fait l'objet d'une large réflexion à travers les sociétés du Groupe.

Les valeurs

- Etre créatifs et innovants
- Rechercher l'excellence dans les produits
- Préserver passionnément l'image de nos marques
- Avoir l'esprit d'entreprise
- Etre animés de la volonté d'être les meilleurs

Etre créatifs et innovants

Les sociétés du Groupe exercent des métiers riches en création. Elles visent en conséquence à attirer les meilleurs créateurs, à leur donner les moyens de s'épanouir, à les imprégner de la culture des marques, à leur permettre de créer dans la plus grande liberté. Dans la mode et la maroquinerie, chaque société s'appuie ainsi sur un designer de renommée internationale : Marc Jacobs chez Louis Vuitton, Julien Macdonald chez Givenchy, Michael Kors chez Celine, Christian Lacroix au sein de la maison Christian Lacroix, Gilles Rosier et Roy Krejberg chez Kenzo, José Enrique Oña Selfa chez Loewe, Christian Lacroix chez Pucci...

L'innovation technologique joue un rôle tout aussi essentiel au sein du Groupe : d'est en effet au travail de nos

LE GROUPE

Présentation du Groupe

- Mission et valeurs du Groupe

Les chiffres clés

Les sociétés et les marques

Vins & Spiritueux

Mode & Maroquinerie

Parfums & Cosmétiques

Montres & Joaillerie

Distribution sélective

Autres activités

LVMH dans le monde

LVMH et l'environnement

S'engager

Concevoir

Appliquer

Glossaire

LA COMMUNICATION FINANCIÈRE

LVMH ET VOUS

LE MAGAZINE

LVMH, UNE VOCATION DE MÉCÈNE



Bernard Arnault par Tyen



PRÉSENTATION DU GROUPE

LVMH

MOËT HENNESSY. LOUIS VUITTON

Mission et valeurs du Groupe

chez Loewe, Christian Lacroix chez Pucci...

L'innovation technologique joue un rôle tout aussi essentiel au sein du Groupe : c'est en effet sur le travail de nos équipes de chercheurs que repose la réussite de nouveaux produits cosmétiques. En la matière, l'expertise des laboratoires de Parfums Christian Dior à Saint-Jean-de-Braye constitue un atout unique sur le marché qui bénéficie à l'ensemble des sociétés de parfums et cosmétiques du Groupe.

Rechercher l'excellence dans les produits

Les sociétés du groupe LVMH représentent l'univers de l'artisanat en ce qu'il a de plus noble et de plus abouti : une Maison comme Louis Vuitton en est, depuis sa création l'exemple le plus emblématique. Elles portent donc une attention minutieuse aux détails et à la perfection de leurs produits, qui incarnent une tradition de qualité irréprochable. Au sein du Groupe, aucun compromis n'est possible sur la qualité. Cette exigence s'impose aussi au-delà des produits, pour les boutiques, la présentation des produits, l'accueil des clients, etc. : l'objectif est de proposer en permanence à nos clients la plus grande qualité.

Préserver passionnément l'image de nos marques

La puissance de l'image des marques fait partie du patrimoine du groupe LVMH : elle a été bâtie avec le temps et constitue un actif inestimable et irremplaçable. Les sociétés du Groupe ne cessent d'enrichir et développer l'image de leurs marques tout en restant fidèles à leurs racines. Elles exercent en outre sur cette image un contrôle intransigeant et jusqu'au moindre détail. En effet, dans tout acte de communication avec le client c'est la marque qui parle. Là aussi, aucun compromis n'est possible : chaque message adressé au client doit être à la hauteur de la marque.

Avoir l'esprit d'entreprise

LE GROUPE

Présentation du Groupe

- Mission et valeurs du Groupe

Les chiffres clés

Les sociétés et les marques

Vins & Spiritueux

Mode & Maroquinerie

Parfums & Cosmétiques

Montres & Joaillerie

Distribution sélective

Autres activités

LVMH dans le monde

LVMH et l'environnement

S'engager

Concevoir

Appliquer

Glossaire

LA COMMUNICATION FINANCIÈRE

LVMH ET VOUS

LE MAGAZINE

LVMH, UNE VOCATION DE MÉCÈNE

- ▶ Les nouveaux territoires du luxe en Asie
- ▶ Le nouvel art de vivre coréen
- ▶ Dior, une marque en vogue chez les Coréens
- ▶ La Corée : un marché stratégique pour Louis Vuitton
- ▶ Coupe du Monde 2002 : une opportunité pour Celine
- ▶ L'aéroport de Séoul-Incheon : une concession majeure pour DFS
- ▶ Les soirées Hennessy V.S.O.P à Séoul
- ▶ Parfums et cosmétiques : la dynamique coréenne
- ▶ Objets de luxe pour la

LE MAGAZINE

Dossier : Les nouveaux territoires du luxe en Asie, gros plan sur la Chine et la Corée du Sud

Gros plan sur la Chine et la Corée du Sud

La Chine et la Corée du Sud figurent parmi les marchés qui offrent des opportunités de développement pour LVMH. A travers un tour d'horizon des activités des marques du Groupe et au détour d'anecdotes historiques, de notes sur les styles de vie ou les modes de consommation locaux, nous vous invitons à découvrir toute la richesse de ces deux marchés clés pour l'avenir du Groupe.

La Chine, futur géant

Vaste comme un continent et forte d'une population urbaine de 360 millions d'âmes, la Chine est un pays clé pour l'avenir des marques du groupe LVMH. Si les règles du jeu restent complexes sur ce marché, l'entrée du pays dans l'OMC en 2001 change désormais la donne. Avec l'ouverture croissante du marché et l'émergence d'une nouvelle élite éprise de marques de prestige, le luxe a d'excellentes cartes à jouer en Chine.

La Chine en quelques chiffres :

Sources : *The Economist, Pocket World in Figures, Edition 2001 et Far Eastern Economic Review (octobre 2002)*

Superficie : 9 560 900 km²
Population : 1 255,7 millions d'habitants
Densité : 131 habitants par km²
Capitale : Pékin
Devise : le yuan
PIB par habitant : 750 dollars
Croissance du PIB entre fin juin 2001 et fin juin 2002 : 7,8 %
Inflation en août 2002 par rapport à août 2001 : - 0,7 %

Principales implantations des sociétés du Groupe sur le

Les sociétés et les marques du Groupe

* société

VINS & SPIRITUEUX

- ▶ Moët & Chandon *
- ▶ Dom Pérignon
- ▶ Veuve Clicquot *
- ▶ Krug
- ▶ Mercier
- ▶ Ruinart
- ▶ Canard-Duchêne
- ▶ Château d'Yquem *
- ▶ Chandon Estates *
- ▶ Cloudy Bay
- ▶ Cape Mentelle
- ▶ Hennessy *
- ▶ Newton
- ▶ Mount Adam

MODE & MAROQUINERIE

- ▶ Louis Vuitton *
- ▶ Loewe *
- ▶ Celine *
- ▶ Berluti *
- ▶ Kenzo *
- ▶ Givenchy *
- ▶ Christian Lacroix *
- ▶ Marc Jacobs *
- ▶ Fendi *
- ▶ Stefano Bi
- ▶ Emilio Pucci *
- ▶ Thomas Pink *
- ▶ Donna Karan *

PARFUMS & COSMÉTIQUES

- ▶ Parfums Christian Dior *
- ▶ Guerlain *
- ▶ Parfums Givenchy *
- ▶ Kenzo Parfums *
- ▶ Laflachère *
- ▶ Bliss *
- ▶ BeneFit Cosmetics *
- ▶ Fresh *
- ▶ Make Up For Ever *
- ▶ Acqua di Parma *

AUTRES ACTIVITÉS

- ▶ Tajan *
- ▶ D.I group *
- ▶ Connaissance des Arts *
- ▶ sephora.com *
- ▶ eLUXURY *

MONTRES & JOAILLERIE

- ▶ TAG Heuer *
- ▶ Ebel *
- ▶ Zenith *
- ▶ Christian Dior Montres *
- ▶ Fred *
- ▶ Chaumet *
- ▶ Omas *

DISTRIBUTION SELECTIVE

- ▶ DFS *
- ▶ Miami Cruiseline Services *
- ▶ Sephora *
- ▶ Le Bon Marché *
- ▶ La Samaritaine *


LVMH

MOËT HENNESSY. LOUIS VUITTON

LE GROUPE

- Présentation du Groupe
- Mission et valeurs du Groupe
- Les chiffres clés
- Les sociétés et les marques
 - Vins & Spiritueux
 - Mode & Maroquinerie
 - Parfums & Cosmétiques
 - Montres & Joaillerie
 - Distribution sélective
 - Autres activités
- LVMH dans le monde
- LVMH et l'environnement
- S'engager
- Concevoir
- Appliquer
- Glossaire
- LA COMMUNICATION FINANCIÈRE
- LVMH ET VOUS
- LE MAGAZINE
- LVMH, UNE VOCATION DE MÈCÈNE

 Imprimer

Haut 

Envoyer 

PRADA






Avant de craquer...
Comparez !

> **YAHOO! Shopping**

Résultats de la recherche

[aide](#)
[recherche avancée](#)

Résultats pour **marque de luxe**

Chercher dans : **Tout le Web** | [Annuaire de sites](#) | [Actualités](#)

Catégories de sites

1 - 4 sur 7 | [3 suivantes](#)

- [Commerce](#) > [Industrie du luxe](#) > [Marques et produits](#)
- [Commerce](#) > [Maison et jardin](#) > [Cuisine](#) > [Industrie du luxe](#) > [Marques et produits](#)
- [Commerce](#) > [Maison et jardin](#) > [Cuisine](#) > [Orfèvrerie](#) > [Marques et produits](#)
- [Commerce](#) > [Maison et jardin](#) > [Cuisine](#) > [Vaisselle de luxe](#) > [Marques et produits](#)

YAHOO!
SHOPPING

[marque de luxe](#) :
comparez les prix

[Yahoo! Shopping](#)

Tout le Web

1 - 20 sur 63,900 | [20 suivants](#)

1. [Chanel](#) - Mode, parfums et gamme de soin. Horlogerie.
www.chanel.fr/ [[Autres résultats du domaine www.chanel.fr](#)]
 ↪ Plus de sites dans : [B2B](#) > [Beauté et soins](#) > [Chanel](#)
2. [CARACTERISATION DES ELEMENTS SPECIFIQUES DE LA MARQUE DE LUXE ...](#) (PDF) - CARACTERISATION DES ELEMENTS SPECIFIQUES DE LA MARQUE DE LUXE DANS L'ESPRIT DU CONSOMMATEUR. ... Elles concernent des aspects spécifiques de la **marque de luxe**. ...
www.univ-montp2.fr/~crego/cahiers/33.pdf [[Autres résultats du domaine www.univ-montp2.fr](#)]
3. [Marque de luxe, 13 décembre 2002](#) - Convention européenne 13 décembre 2002 **Marque de luxe**. Les « memoranda Benelux » ont **marqué** l'histoire européenne. Ce qui ...
www.land.lu/html/dossiers/dossier_convention/benelux_131202.html [[Autres résultats du domaine www.land.lu](#)]
4. [Longchamp - Maroquinerie de luxe](#) - ... Maroquinerie de **luxe** Longchamp, maroquinerie de **luxe** **marque de luxe** produits de **luxe** sacs de **luxe** MAROQUINERIE DE LUXE longchamp paris maroquinerie sac ...
www.longchamp.com/site/maroquinerie_luxe.htm [[Autres résultats du domaine www.longchamp.com](#)]
5. [CAA > Nouvelles et enjeux > Au volant, 2001 > 22 mars 2001](#) - ... que seulement 6 % des répondants ont choisi une **marque** exotique comme Porsche ou Lamborghini et que 32 % ont mentionné une **marque de luxe** comme Mercedes-Benz ...
www.caa.ca/fr/nouvelles/enjeux/au_volant/2001/01_02_22.html

Achetez sur...

amazon.fr.

- [MARQUE DE LUXE](#)
- [Acheter un livre...](#)
- [CD à prix choc!](#)

Achetez sur...

ebay

[MARQUE DE LUXE](#)
[Neuf ou occasion](#)
[Des prix incroyables](#)



Avant de craquer...
Comparez !

> YAHOO! Shopping

Résultats de la recherche [aide](#) [recherche avancée](#)

Résultats pour **marque de luxe** Chercher dans : **Tout le Web** | [Annuaire de sites](#) | [Actualités](#)

Catégories de sites 1 - 4 sur 7 | [3 suivantes](#)

- [Commerce > Industrie du luxe > Marques et produits](#)
- [Commerce > Maison et jardin > Cuisine > Industrie du luxe > Marques et produits](#)
- [Commerce > Maison et jardin > Cuisine > Orfèvrerie > Marques et produits](#)
- [Commerce > Maison et jardin > Cuisine > Vaisselle de luxe > Marques et produits](#)

Tout le Web 1 - 20 sur 63,900 | [20 suivants](#)

1. [Chanel](#) - Mode, parfums et gamme de soin. Horlogerie.
www.chanel.fr/ [\[Autres résultats du domaine www.chanel.fr\]](#)
 ↗ Plus de sites dans : [B2B > Beauté et soins > Chanel](#)
2. [CARACTERISATION DES ELEMENTS SPECIFIQUES DE LA MARQUE DE LUXE ... \(PDF\)](#) - CARACTERISATION DES ELEMENTS SPECIFIQUES DE LA MARQUE DE LUXE DANS L'ESPRIT DU CONSOMMATEUR. ... Elles concernent des aspects spécifiques de la **marque de luxe**. ...
www.univ-montp2.fr/~crego/cahiers/33.pdf [\[Autres résultats du domaine www.univ-montp2.fr\]](#)
3. [Marque de luxe, 13 décembre 2002](#) - Convention européenne 13 décembre 2002 **Marque de luxe**. Les « memoranda Benelux » ont **marqué** l'histoire européenne. Ce qui ...
www.land.lu/html/dossiers/dossier_convention/benelux_131202.html [\[Autres résultats du domaine www.land.lu\]](#)
4. [Longchamp - Maroquinerie de luxe](#) - ... Maroquinerie de **luxe** Longchamp, maroquinerie de **luxe** **marque de luxe** produits de **luxe** sacs de **luxe** MAROQUINERIE DE LUXE longchamp paris maroquinerie sac ...
www.longchamp.com/site/maroquinerie_luxe.htm [\[Autres résultats du domaine www.longchamp.com\]](#)
5. [CAA > Nouvelles et enjeux > Au volant, 2001 > 22 mars 2001](#) - ... que seulement 6 % des répondants ont choisi une **marque** exotique comme Porsche ou Lamborghini et que 32 % ont mentionné une **marque de luxe** comme Mercedes-Benz ...
www.caa.ca/finouvelles/enjeux/fr/2001/fr_01_02_22.html

YAHOO! SHOPPING

[marque de luxe](#) : comparez les prix

[Yahoo! Shopping](#)

Achetez sur...

amazon.fr.

- **MARQUE DE LUXE**
 - [Acheter un livre...](#)
 - [CD à prix choc!](#)

Achetez sur...

ebay

MARQUE DE LUXE
 Neuf ou occasion
 Des prix incroyables