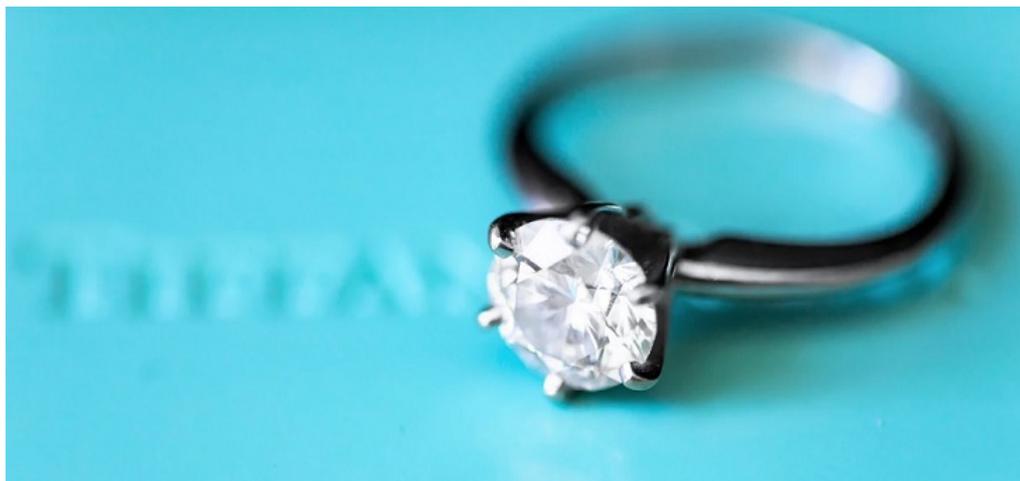


Empresa

LVMH sacude la cúpula de Tiffany tras su compra y coloca a Anthony Ledru al frente

Alexandre Arnault, hijo de Bernard Arnault y consejero delegado de Rimowa desde 2017, será el nuevo vicepresidente ejecutivo del grupo de joyería.

Modaes
7 ene 2021 - 18:02



LVMH sella la compra de Tiffany y se trae consigo a sus hombres fuertes. El conglomerado francés, que ha culminado hoy la operación por 15.800 millones de dólares, ha nombrado a Anthony Ledru, ejecutivo de Louis Vuitton, como nuevo consejero delegado.

El directivo es actualmente el responsable de la actividad comercial global de la marca insignia del grupo y será el responsable de impulsar el desarrollo internacional de Tiffany. **Ledru cuenta con una amplia trayectoria tanto en el sector de la joyería como en Norteamérica.**

El ejecutivo trabajó en Cartier, Harry Winston y la propia Tiffany antes de fichar por

Modaes

Louis Vuitton, donde fue primero responsable del negocio en Norteamérica. Ledru releva en el cargo a Alessandro Bogliolo, que había liderado la empresa desde 2017 y que permanecerá a la empresa hasta el 22 de enero para facilitar la transición.

Alexandre Arnault, hijo de Bernard Arnault, será responsable de producto y comunicación

Junto con Ledru, LVMH ha anunciado toda una batería de nombramientos para estrenar la nueva joya de su cartera. Alexandre Arnault, hijo de Bernard Arnault y consejero delegado de Rimowa desde 2017, será el nuevo vicepresidente ejecutivo del grupo de joyería, supervisando producto y comunicaciones. **Michael Burke, consejero delegado de Louis Vuitton, se incorporará al consejo de administración** como presidente.

El cargo de Arnault en Rimowa lo ocupará ahora Hugues Bonnet-Masimbert, que trabaja desde 1996 en LVMH. El directivo pasó por Loewe, Celine, Louis Vuitton y Berluti antes de incorporarse a Rimowa en 2018. En su nuevo puesto, reportará a Patrice Wagner, consejero delegado de Le Bon Marché.

Además de los nuevos nombramientos, **LVMH también ha anunciado la salida de Reed Krakoff, director artístico del grupo**, y Daniella Vitale, vicepresidenta y directora de marca de Tiffany.

El cargo de Arnault en Rimowa lo ocupará ahora Hugues Bonnet-Masimbert

“Somos optimistas en cuanto a la habilidad de Tiffany para acelerar su crecimiento e innovar”, ha señalado Bernard Arnault en un comunicado. “Tiffany es una marca icónica y el emblema por excelencia del sector de la joyería”, ha añadido.

LVMH acordó la compra de Tiffany en noviembre de 2019 por 16.200 millones de dólares. Pero la pandemia hizo cambiar los planes y el conglomerado amenazó con suspender la operación. Finalmente, a finales del año pasado ambas partes llegaron a un acuerdo y fijaron un nuevo precio para la venta: 15.800 millones de dólares.

Fundada en 1837, Tiffany cuenta con 326 tiendas en todo el mundo y cerró el último

Modaes

trimestre, finalizado el 31 de octubre, con un incremento del beneficio del 52%. La facturación se redujo un 1% aunque las ventas online se dispararon un 92% en el periodo.