EQUIPAMIENTO

Intersport ficha al ex director general de Forum Sport para liderar su digitalización

Palco23
20 may 2016 - 10:38

Intersport incorpora a un directivo de la gran distribución. La central de compras ha anunciado el fichaje de Patxi Fernández Allende como nuevo director general de la compañía, por lo que se incorporará a la sede en Rubí (Barcelona) el próximo lunes 30 de mayo. El ejecutivo releva en el cargo a Sergi González, a quien la central de compras decidió no renovar a finales de 2015 tras dos en los que se procedió al rediseño de todos los procedimientos y la estructura del grupo.

Fernández trabajó durante los años 90 en Eroski y en Lidl, siendo director regional de la cadena alemana de supermercados hasta 1999. Poco después, el grupo cooperativista vasco lo incorporó a Forum Sport como director de desarrollo estratégico para dar el salto a la dirección general en 2006. Tras seis años en el cargo, ocupó también la máxima responsabilidad en Perfumerías If hasta hoy.

El consejero delegado de Intersport, Ignasi Puig, ha comentado que están "seguros que la incorporación de Patxi a la dirección general de Intersport nos permitirá avanzar en los procesos de verticalización y cuenta única frente a proveedores marcados por el plan económico de la compañía, así como el inicio en *digital world* con venta omnicanal en 2017".

El nuevo directivo ha sido fichado específicamente para llevar a cabo estos dos objetivos, que ya comentó Puig en una entrevista con *Palco23*, y es que cuenta con una experiencia de 22 años en compañías verticalizadas y ha liderado los procesos digitales y de comercio electrónico de Forum Sport y Perfumerías If.

La compañía ha señalado que el acuerdo de la elección de Patxi Fernández fue tomado por unanimidad en el consejo de administración de la sociedad en un proceso de selección que ha tardado cuatro meses junto con la consultora Alexander Hughes actuando como asesor.

La central confía en que al cierre de 2016 contarán con cinco afiliados más, por lo que de cumplirse sus cálculos contarán con un total de 116 socios. Estas perspectivas de crecimiento en afiliaciones también se traducirá en un ritmo de crecimiento ligeramente superior al 3%, hasta los 280 millones de euros. En 2015, las tiendas que operan con

la marca Intersport aumentaron un 8% su cifra de negocio, con 270 millones de euros. La aspiración era crecer un 10%, pero Puig argumentó que finalmente no se logró a causa del tiempo desfavorable para practicar deportes de nieve.

Esta meta que se ha marcado supondría recuperar los niveles de 2012, cuando la compañía tuvo unas ventas de 282 millones de euros. Y una de las líneas para conseguirlo es la estrategia de abrir más establecimientos para superar las 300 tiendas, es decir, abrir por lo menos 15 puntos de venta en lo que resta de 2016.