

EQUIPAMIENTO

Adidas ficha al consejero delegado de Gant como jefe de la división de marcas globales

Brian Grevy relevará en el cargo a Eric Liedtke, miembro del consejo de administración de Adidas y responsable del departamento de Global Brands, que abandonará la compañía alemana tras veinticinco años trabajando en ella.

Palco23
22 oct 2019 - 18:00



Adidas apuesta por talento conocido para dirigir su división de marcas globales . La compañía alemana de artículos deportivos ha vuelto a contratar a Brian Grevy, que abandonó el grupo alemán en 2016 para fichar como director de márketing de la empresa de moda Gant y posteriormente ejercer de consejero delegado.

Grevy asumirá el liderazgo de la división de marcas globales en 2020, en cuanto Eric Liedtke abandone la firma de las tres bandas veinticinco años después de su llegada. Liedtke ha ocupado puestos de alta dirección en Adidas America y en la sede central de Alemania, donde jugó un papel decisivo en el desarrollo del plan estratégico de la compañía para el ciclo 2016-2020. Superada esta etapa, abandonará la

compañía y el consejo de administración a finales de 2019.

Igor Landau, presidente del consejo de administración del grupo alemán, ha felicitado a Liedtke “por una notable carrera en nuestra empresa” y le ha agradecido “su visión, liderazgo y las numerosas contribuciones que ha realizado”. Por su parte, Liedtke ha afirmado que “ahora es el momento de avanzar y perseguir nuevos proyectos”.

Adidas ha contratado al consejero delegado de Gant para sustituir a Eric Liedtke, jefe de la división de marcas globales

La decisión de Adidas de volver a contratar a Brian Grevy tres años después de su salida confirma la apuesta de la empresa por un directivo al que conoce y que ha trabajado en la firma alemana durante más de once años. Grevy ejerció la dirección general de *training* y llegó a ser el máximo responsable de la marca en los países nórdicos. “Aportará un profundo conocimiento y experiencia internacional, así como fuertes habilidades de liderazgo”, ha apuntado Landau.

Adidas facturó 21.915 millones de euros en 2018, un 3% más que el año anterior, gracias al incremento del 10% de las ventas en Norteamérica y del 12% en Asia-Pacífico. El beneficio se disparó un 45% en el mismo período, hasta 1.702 millones de euros.