

EQUIPAMIENTO

The North Face reordena a su cúpula y nombra presidente a Steve Murray

VF, la empresa matriz, ha anunciado la nueva incorporación dentro de un proceso de reorganización. Todos los responsables de las distintas firmas reportarán directamente al consejero delegado, Steve Rendle.

Palco23
14 oct 2020 - 11:55



The North Face tiene nuevo presidente. VF Corporation, propietario de marcas como Vans, Timberland o Wrangler, ha nombrado a Steve Murray como nuevo presidente de la marca de ropa de montaña. Murray, que relevará a Arne Arens, era hasta ahora presidente de América, un cargo que ahora se ha eliminado.

El ejecutivo, que lleva treinta años en el sector, fue presidente de Vans después de que VF adquiriera la firma en 2004, y posteriormente pasó a dirigir la división de Action Sports en 2009. Además, su currículum incluye haber sido consejero delegado de Airway Internacional (propietaria de la marca Dr. Martens), así como presidente de Urban Outfitters, presidente de Deckers para Europa, Oriente Próximo y África (Emea) y director global de ropa de Rebook.

Este movimiento se enmarca en el proceso de reorganización del equipo directivo del grupo estadounidense. De este modo, los directores de cada firma pasarán a reportar directamente al consejero delegado, Steve Rendle. “Debemos operar de forma diferente y administrar nuestras marcas principales y emergentes de manera diferenciada para ayudar a que cada una de ellas alcance su máximo potencial”, ha señalado Rendle en un comunicado.

El ejecutivo, que lleva treinta años en el sector, fue presidente de Vans después de que VF adquiriera la firma en 2004

Sobre el nombramiento de Murray al frente de The North Face, el primer ejecutivo afirma que “es un líder increíblemente fuerte y respetado que conoce nuestra industria por dentro y por fuera”.

Murray reportará directamente a Rendle, como también lo harán Doug Palladini, presidente de Vans, Martino Scabbia Guerrini, presidente de la región Emea y presidente interino de Timberland, y Kevin Bailey, presidente de la región de Asia Pacífico y de las marcas emergentes (el resto de la cartera del grupo).

En el primer trimestre del ejercicio (entre abril y junio), VF Corporation registró unas pérdidas de 285,6 millones de dólares, frente a los 49 millones de beneficio del mismo periodo del año anterior. La facturación del grupo se encogió un 48% en un periodo marcado por el confinamiento en gran parte de Occidente.