

EQUIPAMIENTO

The North Face 'pesca' en Nike a su nuevo vicepresidente de márketing global

Steve Lesnard ha trabajado como responsable de la división de *running* de la compañía estadounidense durante los últimos dos años. Asimismo, se ha nombrado a Tina Rolén como vicepresidenta de márketing para Europa.

Palco23
12 jul 2019 - 09:37



The North Face se refuerza por partida doble. Steve Lesnard se ha incorporado a la compañía como vicepresidente de márketing global procedente de Nike. Por otro lado, Tina Rolén asumirá este mismo cargo para Europa, África y Oriente Medio (Emea).

Lesnard cuenta con más de veinte años de experiencia en el sector. Hasta ahora, era el responsable de la división de *running* de Nike, donde también ocupaba el puesto de vicepresidente global. El nuevo ejecutivo de The North Face lideró dos campañas olímpicas y el giro de la multinacional hacia los productos de atletismo específicos para las mujeres.

Rolén, por su parte, trabajó diez años en Adidas como directora global de márketing, aunque el año pasado se unió a Vans, que al igual que The North Face también

pertenece al holding VF Corporation. Durante los últimos doce meses ha ocupado el puesto de vicepresidenta de marketing para las regiones de Emea para la marca especializada en calzado y ropa urbana.

Steve Lesnard lideraba la división de *running* de Nike, compañía en la que ha pasado más de veinte años

Estos no han sido los únicos cambios que se han producido en The North Face durante los últimos meses. A finales de 2018 VF Corporation modificó la dirección de ambas marcas en Europa y, desde entonces, se han sucedido diferentes nombramientos, como el de Jeremie Blondel, vicepresidente de ventas.

VF Corporation cerró el ejercicio fiscal de 2018 con una facturación de 13.800 millones de dólares (12.366 millones de euros) en el ejercicio fiscal cerrado en marzo. La compañía también duplicó el beneficio neto, hasta 1.259 millones de dólares (1.128 millones de euros).

Vans fue la marca con mayor ritmo de crecimiento, con un 24%, que se corresponde con la tendencia al alza de la línea de negocio dedicada al active, que por primera vez superó al *outdoor* en volumen de ventas, situándose en 4.721,7 millones de dólares (4.230 millones de euros). Por otro lado, The North Face, la principal referencia de los artículos dedicados a los deportes al aire libre, creció un 9%, en línea con el crecimiento de la división de botas y zapatillas de montaña, que facturó 4.649 millones de dólares (4.166 millones de euros).