

EQUIPAMIENTO

The North Face se rearma en España: un ex Luxottica y Desigual, al frente del país

Como están realizando el grueso de gigantes del deporte, la empresa de VF suprime el puesto de director general en el mercado ibérico tras la salida de Joaquim Tomàs el pasado octubre.

Pilar Riaño

16 feb 2021 - 05:00



The North Face rearma su equipo para el mercado ibérico. El gigante estadounidense de la moda *outdoor*, propiedad del grupo VF, incorpora a un ex directivo de compañías como Luxottica, Swarovski y Desigual como máximo responsable en el país. Este movimiento se produce tras la salida del director general en España, Joaquim Tomàs, el pasado octubre, si bien esta posición no será cubierta en el marco de la reducción de estructuras que están llevando a cabo el grueso de los operadores del deporte.

Según han confirmado fuentes cercanas a la empresa, el nuevo responsable de The North Face para España será Alessandro Alterio, que hasta ahora ocupaba el cargo de director regional del gigante de la óptica Luxottica. Alterio se incorpora a The North Face con el cargo de *key account manager* de El Corte Inglés y responsable de coordinación de equipos de ventas.

Tras la supresión del cargo de director general en España, The North Face ha reorganizado su organigrama en el mercado

. Jerárquicamente, junto a Alterio figura un responsable del canal multimarca y un director de otras grandes cuentas, coordinados por el primero. Fuentes cercanas a la empresa señalan que Alterio ejercerá como coordinador del mercado español, reportando directamente a Andrea Ruota, director de ventas del sur de Europa, basado en Suiza.

The North Face ficha a Alessandro Alterio pero elimina el puesto de director general en el país

Alterio, de origen italiano, cuenta con una larga trayectoria en el sector del retail. El ejecutivo comenzó su trayectoria como director de tienda en Euronics en Nápoles, para dar el salto a Sony como director de área en Milán. Su primer cargo en España llegó en 2011 como director de retail de Calzedonia en el norte de España, puesto que dejó en 2012 para sumarse con el mismo puesto a Salsa, basado en Bilbao.

En 2014, el ejecutivo se incorporó a Desigual como responsable de retail para Oriente Próximo y Europa del Este. Dos años más tarde fichó por la filial española del grupo austriaco de cristal tallado Swarovski y en 2019 recaló en Luxottica como director regional.

VF finalizó 2019 con unas ventas de 205 millones de euros en España

The North Face es uno de los principales grupos del mundo de equipamiento *outdoor* y es la segunda marca de VF que más factura en el mercado español, sólo por detrás de Vans. El plan estratégico de la marca pasaba por alcanzar una facturación de cincuenta millones de euros en España en 2020.

A lo largo de los últimos años, la empresa ha llevado a cabo un proceso de concentración de su red en España, prescindiendo de distribuidores y apostando por sus propios canales. Además de presencia en el canal multimarca, actualmente The North Face cuenta con dos tiendas en Madrid, una en Valencia y otra en Viella (Lleida).

El grupo estadounidense VF opera en España a través de la filial VF Jeanswear España, que consolida el negocio en Portugal y engloba el negocio del grueso de las marcas del

grupo en el país. Según los últimos datos disponibles, la sociedad, basada en el World Trade Center de Barcelona, finalizó el ejercicio 2019 (cerrado en marzo de dicho año) con una cifra de negocio de 204,9 millones de euros y un resultado neto de 2,5 millones de euros.

VF, que inicio su salto al mercado urbano en la década del 2000 con la compra de The North Face (en aquel momento casi en quiebra, por lo que pagó por ella sólo 155 millones de dólares), se encuentra en plena reorganización global de su negocio. El pasado octubre, el grupo anunció la introducción de una nueva estructura para dar más fuerza a las marcas en su organigrama.

El pasado diciembre, el grupo estadounidense finalizó el tercer trimestre con una facturación de 6.700 millones de dólares, lo que supuso una caída del 21% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Las previsiones de la empresa, que en noviembre se hizo con Supreme, prevé concluir 2021 con reducción de ingresos del 13%, hasta 9.100 millones de dólares.