

VF aprueba un plan estratégico para crecer un 8% anual hasta 2024

El grupo estadounidense, propietario de Vans, The North Face, Timberland o Dickies, inicia una nueva etapa tras haber concluido el spin off de su división de denim, que ahora opera bajo el paraguas Kontoor.

Palco23
25 sep 2019 - 09:25



VF traza una nueva hoja de ruta. El grupo estadounidense, propietario de Vans, The North Face, Timberland o Dickies, inicia una nueva etapa tras haber concluido el spin off de su división de *denim*, que ahora opera bajo el paraguas Kontoor. El nuevo plan contempla un crecimiento medio anual de entre el 7% y el 8% hasta 2024.

Para esta fecha, el grupo afianzará su avance sobre cuatro pilares. El primero de ellos consistirá en centrar su estrategia en el consumidor y el retail; el segundo, en continuar optimizando su cartera de marcas; el tercero, en reanudar su apuesta por el mercado asiático, y el cuarto, en afianzar los canales directos con el consumidor, sobre todo, los digitales.

Con miras a identificar esta nueva etapa que inicia ahora, la compañía ha modificado su

logotipo. Se trata del primer cambio de este tipo que realiza en los últimos 21 años. VF ha presentado su nueva imagen corporativa y su nuevo proyecto estratégico en un encuentro con los inversores y analistas que se ha celebrado hoy en la localidad de Beaver Creek.

VF también ha cambiado su logotipo después de 21 años para simbolizar el cambio de etapa

El gigante estadounidense cerró el primer trimestre con una facturación de 2.300 millones de dólares (2.059 millones de euros), un 6% más. Excluyendo las compraventas, la facturación del grupo se elevó un 9%.

Recientemente, la compañía nombró a Michel Bilodeau como nuevo responsable de Vans para la región de Europa, Oriente Próximo y África (Emea). Este no fue el único movimiento realizado durante los últimos meses, ya que Jan Van Leeuwen, predecesor en el cargo, pasó a a pilotar las actividades de otra marca del grupo, The North Face, en la misma región.