

Modaes

Empresa

Desigual recompone su cúpula: Marc Calabia asume la dirección de producto y Meire, la de marketing

La compañía anunció en mayo la salida de Borja Castresana y Xavier Gil, director de marketing y de producto, respectivamente. Por el momento, las posiciones se cubrirán con dos directivos de la compañía.

I. P. Gestal
2 jun 2017 - 04:54

Desigual recompone su cúpula: Marc Calabia asume la dirección de marca y Meire, la de marketing

Desigual reordena su cúpula. Tras la salida a mediados del mes pasado de Borja Castresana y Xavier Gil, director de marketing y de producto, respectivamente, la compañía ha decidido no incorporar dos nuevos perfiles por el momento y repartir sus posiciones en otros dos miembros de la cúpula de la compañía.

De este modo, **Marc Calabia**, director global de producto de **Desigual**, asumirá las funciones que deja vacantes **Xavier Gil**. Calabia se incorporó a **Desigual** en 2013 después de una larga trayectoria en el negocio de la moda como directivo de empresas como **Inditex**, **The Body Shop** y **Levi Strauss**.

Durante dos años, Calabia fue director de producto, y en enero del año pasado incorporó a sus responsabilidades el área de *merchandising* sobre todas las categorías de producto: mujer, hombre, niños, calzado y accesorios.

Por su parte, **David Meire**, que asumirá este mes su cargo como responsable de cliente, tomará también las riendas del departamento de marketing, que hasta ahora pilotaba **Borja Castresana**.

Meire ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en **Nike**, donde fue

Modaes

hasta este año director general de retail en Europa. A mediados de marzo, **Desigual** anunció su fichaje como director general de cliente, un puesto que se creó en febrero de 2016 y que estaba vacante desde el pasado septiembre, cuando **Pierre Cuilleret abandonó el cargo.**

David Meire, que asume este mes las funciones de ‘chief client officer’ se hará cargo también del departamento de marketing

Esta reorganización de la cúpula se produce en pleno cambio de rumbo de **Desigual**, que desde 2015 está inmersa en un proceso de transformación con el asesoramiento de consultoras como **Interbrand** y **The Boston Consulting Group**. Las previsiones de la empresa pasan por finalizar este proceso este año y estar preparada para volver a crecer el próximo ejercicio.

La compañía, participada por el fondo galo **Eurazeo**, finalizó el ejercicio 2016 con una facturación de 861 millones de euros. La empresa presidida por **Thomas Meyer** encogió sus ventas un 7,8% respecto al ejercicio 2015, cuando obtuvo una facturación de 933,2 millones de euros, un 3,1% menos que en 2014.

El ebitda del grupo registró una caída del 16,8% respecto al año anterior, cuando se situó en 199,6 millones de euros. El beneficio neto de la empresa ascendió a cierre de 2016 a 71 millones de euros, lo que supuso un incremento del 9% respecto al ejercicio anterior.

A cierre del ejercicio 2016, **Desigual** sumaba una red de 523 tiendas propias, frente a las 552 que contabilizaba doce meses antes. Con una plantilla de 4.600 empleados, la empresa completa su distribución con presencia en cerca de 6.000 puntos de venta multimarca (mil menos que en 2015), 2.200 corners en grandes almacenes y presencia online.