

Empresa

PVH reorganiza su estructura en EEUU con la creación de un nuevo grupo para sus marcas de moda íntima

Modaes
26 ene 2015 - 11:53

PVH continúa reorganizando su negocio en el mercado estadounidense. La compañía, que a principios de mes anunció el cierre en Estados Unidos de 120 tiendas de su marca de moda masculina y femenina **Izod**, ha creado un grupo que reúna todas sus marcas de moda íntima para operar en el canal multimarca estadounidense.

A partir del 1 de febrero, el grupo englobará a sus marcas de ropa interior **Calvin Klein**, **Tommy Hilfiger**, **Michael Kors**, **Chaps**, **Izod**, **Warner** y **Olga** en un mismo grupo para operar en el canal multimarca. Esta nueva división estará capitaneada por **Cheryl Abel-Hodges**, que reportará directamente a **Ken Duane**, director general del negocio de **PVH** en Estados Unidos.

La reorganización de su negocio de moda íntima en Estados Unidos se suma al cierre de los 120 establecimientos de su marca **Izod** a lo largo de 2015. El grupo, con la misión de potenciar sus marcas **Tommy Hilfiger** y **Calvin Klein**, se quedará con los veinte establecimientos mejor situados de **Izod** para elevar la presencia de ambas enseñas.

El consejero delegado de **PVH**, **Emanuel Chirico**, aseguró a principios de mes que habían tomado esta decisión porque la división de retail de **Izod** no era rentable. En cambio, el directivo asegura que apostarán por la distribución multimarca, donde sí perciben mejores resultados.

PVH cerró los nueve primeros meses del año en 6.172 millones de dólares (4.997 millones de euros), un 0,6% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior. La empresa registró hasta el tercer trimestre un resultado neto de 387,4 millones de

Modaes

dólares (313,7 millones de euros), el doble que en 2013.