

Mirto relanza Baruc tras hacerse con su licencia de fabricación y distribución

El grupo de moda Mirto rescata la firma de moda Baruc, con las camisas con sus característicos cuellos como seña de identidad, tras sellar un acuerdo para ocuparse de la fabricación y distribución global de la marca.



Mirto se convierte, por tanto, en el socio industrial de la enseña fundada en 2004 por Baruc Corazón. Según ha informado el grupo en un comunicado, los diseños inician su comercialización a través de la tienda online Baruc.com, pero también estarán disponibles en espacios multimarca como la concept store Connolly de Londres.

El plan de desarrollo pasa por incorporar próximamente la firma a marketplaces internacionales e incluso por contar con tiendas efímeras “en localizaciones o eventos emblemáticos”, según ha detallado Mirto.

“Baruc es originalmente una marca dedicada a combinar ética y estética a través del diseño de prendas esenciales, universales y sin género. Mirto comparte valores con el proyecto de Baruc Corazón y aporta su extenso ‘know-how’ industrial y empresarial para producir con detalle sus prendas”, ha añadido el grupo.

De espíritu atemporal y sin género, la enseña de camisería premium Baruc vio la luz en el año 2004, pero su impulsor, Baruc Corazón, contaba ya entonces con una sólida trayectoria en el sector de la moda. Formado en Icade (Madrid) y Central Saint Martins (Londres), el creativo trabajó para Jesús del Pozo, fue profesor de diseño de moda en School of The Art Institute de Chicago y con su propuesta se adelantó al actualmente en boga concepto de “slow fashion”.

Por su parte, Mirto nació en 1956, centrada inicialmente en la camisería masculina. La firma, pilotada por la segunda generación de la familia Fraguas, cuenta en la actualidad con líneas masculinas y femeninas y un catálogo completo para cada una de ellas. Además, da nombre a un grupo textil en el que se incluyen las marcas Exigency y Liza. Asimismo, el conglomerado es distribuidor para España, Portugal y Andorra de la enseña sueca de ropa interior y “loungewear” Bread&Boxers.

En lo que a canales de distribución respecta, Mirto concentra su actividad en el multimarca, si bien también dispone de corners y formatos “shop in shop” dentro y fuera de España, además de operar online. Precisamente, el mercado internacional es una de las vías de negocio que el conglomerado quiere desarrollar con la incorporación de Baruc.

“El proyecto Baruc conecta con la orientación del grupo a la internacionalización, tarea en la que está realizando amplios esfuerzos para explorar nuevos mercados, acceder a nuevos nichos de clientes y consumidores, y que se complementa con la oferta de Mirto y de sus colecciones para el hombre y la mujer”, ha subrayado la compañía.