Empresa

Guru, de nuevo en la cuerda floja tras la venta al grupo indio Bombay Rayon

Modaes
21 abr 2014 - 10:55

La marca de la margarita vuelve a los juzgados. La enseña italiana **Guru** ha presentado el equivalente italiano al concurso de acreedores al no poder hacer frente a sus compromisos. **Guru** es propiedad desde 2008 del grupo indio **Bombay Rayon Fashion Limited**, que en los últimos años ha reactivado la firma.

La sociedad **BRFL Italia**, propietaria de las marcas **Guru**, **Guru Gang** y **Guru G99**, presentó el expediente concursal la semana pasada ante el tribunal de Parma, según ha explicado la propia empresa a través de un comunicado. La intención de la compañía, cuyo pasivo se sitúa en torno a 78,5 millones de euros según la prensa local, es continuar adelante con su actividad.

“La petición de procedimiento concursal, sobre cuya admisión deberá decidir el tribunal, ha sido necesaria ya que en los últimos dos años **BRFL Italia** no ha podido contar con la prevista recapitalización por parte del grupo propietario indio que, como sabrán aquellos que sigan las crónicas financieras internacionales, ha debido proceder a un importante plan de reestructuración de su deuda que no le ha permitido hacer frente a las inversiones necesarias para la sociedad italiana”, señala la empresa.

“**Aman Agrawal**, socio de **Bombay Rayon Fashion** y consejero delegado de **BRFL Italia**, tiene intención de sostener y relanzar la marca. Con este objetivo se está preparando un plan que será presentado en los términos que fije el tribunal”, añade.

Guru, fundada en 1999 por **Matteo Cambi**, se convirtió en un gran fenómeno de la moda europea, apoyándose en la imagen de deportistas de élite y personajes conocidos. La compañía logró alcanzar en ocho años unas ventas de 83 millones de euros. En 2008, el grupo presentó el equivalente italiano al concurso de acreedores.

Modaes

En abril de ese mismo año, **Guru** fue adquirida por 33 millones de euros por el grupo indio **Bombay Rayon Fashion Limited**, que inició el relanzamiento de la firma a nivel mundial con acuerdos de licencia y con planes para instalarse en las principales capitales.