Bureau Vallée

Material de oficina y escolar a precios bajos

RESÚMEN DE PRENSA

ros. La marca es li-
n Cataluña con una
por ciento. La venta
e un peso del 95 por
tras que los productos
gures y postres) supone
ento restante. El 10 por
las ventas corresponden
elería y el 90 por ciento a
ación.
Nostra no tiene previsto lan-
evas variedades de produc-

de año. Lo cierto
ñía aterrizó en un momento más
que delicado en nuestro país cuan-
do la crisis hizo visibles sus efec-
tos, por lo que la compañía ha es-

aperturas tan
una ampliació
15 personas.

VARTA

CRECIMIENTO DE UNA CADENA FRANCESA

Las papelerías anticrisis

El grupo Bureau Vallée entró en España poco antes de que empezara la recesión y ya cuenta con 10 tiendas ≡ **La marca** abrirá cinco establecimientos este año y facturará siete millones

ANTONI FUENTES
BARCELONA

Las típicas papelerías de barrio o de pueblo han sufrido los rigores de la crisis. La tasa de desaparición de esos comercios de proximidad ha sido elevada desde el 2008 debido a las dificultades de asumir los costes con unos ingresos menguantes. Sin embargo, justo unos meses antes de que estallara la recesión, abrió la primera tienda en España de la cadena francesa de papelerías Bureau Vallée.

Ese establecimiento pionero se encuentra en Vilanova i la Geltrú y ha dado pie a la apertura de otras nueve tiendas y a la ubicación de la sede central de la filial española de la cadena en la misma ciudad de la comarca del Garraf. El grupo llegó a los cinco millones de facturación en el 2014 y se ha marcado como objetivo alcanzar los siete millones durante este ejercicio con la apertura de cinco nuevos establecimientos.

«El concepto de negocio de nuestras tiendas es muy adecuado para un periodo como la actual crisis porque es cuando la gente se fija más en el precio de lo que compra», explica Fabienne Maler, directora general de Bureau Vallée España. La marca basa su competitividad en un mercado muy disputado en precios bajos con productos de marca y en un formato de tiendas de unos 500 metros cuadrados en las que además de poder comprar una cartulina por tres céntimos es posible encontrar material informático y muebles de oficina que pueden costar mucho más junto a áreas de autoservicio para trabajar y fotocopiar y encuadernar documentos, una combinación que se sale del concepto de negocio habitual de una papelería.

MARC SÁNCHEZ

▸▸ **Negocio** ▹ Fabienne Maler, en una de las papelerías en Catalunya.

La empresa compite con precios bajos, marcas y muebles de oficina

La idea se le ocurrió a Bruno Peyroles mientras trabajaba como director de un hipermercado Alcampo en Francia y después de un viaje a EEUU en el que conoció de primera mano los establecimientos de la cadena Office Depot. En 1990 abrió su primera tienda de Bureau Vallée y ahora ya cuenta con un grupo formado por 230 tiendas.

La expansión de la compañía se centra este año en España, que se ha convertido en el segundo mercado después de Francia. De momento ya tiene casi a punto la apertura de dos tiendas en Barcelona y Alicante y busca emplazamientos para otras tres.

El crecimiento se produce en régimen de franquicia, en el que ya se encuentran la mitad de los comercios. Uno de esos franquiciados, Joan Pons, destaca que, a pesar de la fuerte inversión que supone disponer de un local de una superficie de 500 metros cuadrados, tiene **«la flexibilidad de poder comprar directamente a los proveedores con un descuento negociado por la cadena y así adaptar la oferta a la demanda en cada zona»**. ≡

ENTREVISTA CON RAÚL JANÉ, FRANQUICIADO DE BUREAU VALLÉE EN VILAFRANCA DEL PENEDÈS

"Bureau Vallée ofrece proyección de futuro con el apoyo constante del franquiciador"

Raúl Jané es uno de los 4 franquiciados de Bureau Vallée en España Líder europeo y primera red francesa de grandes superficies de papelería, Bureau Vallée está en plena expansión y tiene ya 8 puntos de venta en España. En su tienda de 200 m2 el cliente encontrará un amplio surtido de material de oficina, papelería, cartuchos de tinta, impresoras, material escolar, accesorios de telefonía e informática, todo ello de primeras marcas, así como una zona de copistería en autoservio (Fotocopias, sellos en 10 minutos…).

-Lleva dos meses funcionando como franquiciado de Bureau Vallée. ¿Qué valoración hace?

La verdad es que estamos un 40% por encima de las previsiones. . El sector del material de oficina y escolar es de primera necesidad y no está sujeto a modas ni a tendencias muy marcadas. Si me permite la expresión, no es dinero rápido pero sí más dinero a medio plazo y con una proyección y una estabilidad muy marcadas y claras. Yo valoré mucho este concepto de perdurabilidad –creando puestos de trabajo– cuando seleccioné este modelo de negocio. Tiene una cuenta de explotación equilibrada, razonable y progresiva en el tiempo.

-¿Cómo fue el proceso? ¿Dónde conoció a Bureau Vallée?

> "Ofrecemos siempre las marcas líderes y no productos 'copiados' o 'segundas marcas'"

La verdad es que busqué y me informé en muchos modelos de franquicia. Y con Bureau Vallée fue "amor a primera vista". La información es clara desde el principio, no hay presiones en las tomas de decisiones y una vez dentro, la formación (75 días) y la ayuda fueron constantes. Desde que escogimos el local hasta su inauguración pasamos cuatro meses muy intensos.

-Hablaba del equipo franquiciador ¿Cómo les ayudan?

La franquicia de Bureau Vallée tiene un equipo totalmente orientado a apoyar al franquiciado. Esto lo notas ya antes de firmar, pero mientras en otras franquicias después te "abandonan", aquí te apoyan. Te ofrecen todo y te continúan formando. Tienes línea directa con todas las personas y los contactas siempre y a cualquier hora. Es un equipo humano excepcional.

-Pertenecer a un gran grupo le permite ser competitivo…

El Grupo Bureau Vallée tiene unas 230 tiendas entre Francia, Benelux y España. Los proveedores dan precios muy competitivos al grupo, y estos se repercuten en precios de venta bajos. Así es como tienes una tienda competitiva en precio y ofreciendo siempre las marcas líderes y no productos "copiados" o "segundas marcas".

Bureau Vallée lleva 25 años ofreciendo en sus tiendas marcas a precios bajos, todo el año

La red de franquicias Bureau Vallée es líder europeo y primera red francesa de grandes superficies de papelería, material de oficina, cartuchos de tinta de marca y compatibles e informática. La enseña está formada actualmente por 230 tiendas en régimen de tiendas propias y franquicias con una facturación total de 250 millones de euros. Bureau Vallée está presente en España con siete puntos de venta en Catalunya y uno en Andalucía. Desarrolla un concepto de supermercado de la papelería, material de oficina e informática a precios bajos, tanto para el consumidor particular como para el profesional. Se abren entre 25 y 30 tiendas nuevas cada año y la mitad de estas aperturas son de franquiciados que abren un nuevo punto de ventas. La franquicia desarrolla dos tipos de tiendas. El primero, con un tamaño medio de 500 m2 con parking y situado en zonas periféricas de las ciudades, y otro concepto urbano de tiendas de proximidad de 120 m2 hasta 300 m2. Bureau Vallée se adapta exactamente al nuevo modo de consumo: precios bajos, productos de marca y proximidad.

www.bureau-vallee.es
Departamento de expansión:
Tel.: 938 100 089/ 931 819 460
franquicia@bureau-vallee.es

DIARIO elEconomista
Empresas & Finanzas

Bureau Vallée apuesta por España con 50 tiendas en cinco años

El 'Decathlon de la papelería' quiere asentarse con precios un 20% menores

Iván Gutiérrez BARCELONA.

La cadena de supermercados *discount* de papelería, material de oficina y tecnología, Bureau Vallée, no es una marca conocida en España pese a tener presencia desde 2008. Sin embargo, para nuestros vecinos franceseses es uno de los establecimientos habituales con más de 240 tiendas. En su desembarco en España, Bureau Vallée ha realizado un periodo de adaptación de siete años para conocer las necesidades y peculiaridades del mercado.

La primera tienda en territorio nacional se inauguró en 2008 en la localidad barcelonense de Vilanova i la Geltrú y ya tienen operativos diez puntos de venta. Del total de establecimientos, ocho se encuentran en Cataluña y los otros dos en Madrid y Andalucía. Los planes de la marca en España son ambiciosos y en cinco años prevén llegar a tener 50 tiendas en funcionamiento. Ese es el objetivo que se marca su directora general en nuestro país, Fabienne Maler.

Bureau Vallée opera con franquicias y algunas tiendas propias de "apoyo" a los franquiciados. Durante este 2015 tiene previsto abrir siete tiendas más de las que al menos una se instalará en la provincia de Alicante y otra en Barcelona. La firma francesa cerró el pasado ejercicio en España con 5,5 millones de facturación y prevé llegar a los 7 millones a finales de año. Lo cierto es que la compañía aterrizó en un momento más que delicado en nuestro país cuando la crisis hizo visibles sus efectos, por lo que la compañía ha estado en pérdidas durante toda su andadura hasta que el pasado año consiguió equilibrar resultados.

La filosofía de la empresa es la de grandes superficies con productos de papelería como bolígrafos, carpetas o cartulinas pasando por tecnología como *tablets* y ordenadores hasta material y mobiliario de oficina como mesas y sillas de escritorio.

Reventar el mercado

La idea de Bureau Vallée es la de gran superficie americana en las cercanías de las grandes urbes, pese que aquí en España consideran que funcionarán "mejor" las pequeñas tiendas urbanas. Puntos de venta de unos 150 metros que sustituyan a las "papelerías de toda la vida", una estrategia que quiere imitar el modelo de éxito de Mercadona de *comerse* al comercio tradicional en su propio territorio.

7
MILLONES DE EUROS
Es lo que prevén facturar al cierre de este año con un aumento de 1,5 millones de ventas

El Decathlon de las papelerías no trabaja con marca blanca a diferencia de la empresa de Juan Roig, sino que todo su *stock* (con más de 5.000 referencias) solo cuenta con primeras marcas europeas, adaptando su lineal al consumidor de cada zona. Prueba de ello es que el 80 por ciento de los proveedores de la cadena son nacionales.

España es el segundo mercado internacional de la marca, por delante de Bélgica y Malta donde la cadena también tiene tiendas. Las aperturas también comportarán una ampliación de plantilla de unas 15 personas.

Establecimiento de Bureau Valée en España. EE

Bureau Vallée
Material de oficina y escolar a precios bajos

Bureau Vallée
Material de oficina y escolar a precios bajos

Aldia.cat

CATALUNYA | ESPANYA | MÓN | ARTS | TIC | ESPORTS | VIU | BARCELONA ECONOMIES

- PAPERERIA

La cadena francesa Bureau Vallée va augmentar un 30% les vendes a Espanya el 2015

Publicat 12/06/2016 12:47:35 CET

BARCELONA, 12 Juny (EUROPA PRESS) -

La cadena francesa de supermercats de papereria, material d'oficina i electrònica Bureau Vallée va augmentar en gairebé un 30% les vendes a Espanya el 2015, aconseguint el seu objectiu d'arribar a set milions de facturació a través dels seus 14 establiments: cinc propis i nou franquiciats.

La companyia aposta per créixer a Espanya amb l'impuls de les franquícies --vol tenir 50 botigues per a 2020--, i en va obrir quatre el 2015, a les quals se sumaran quatre més aquest 2016, ha explicat a Europa Press la directora general de la firma a Espanya, Fabienne Maler.

Titulars Aldia

Bureau Vallée
Material de oficina y escolar a precios bajos

franquiciashoy.es

APF | Quiénes somos | Regístrate | Contáctanos

GUÍA DE FRANQUICIAS | INFORMACIÓN | EMPRESAS EN EXPANSIÓN

Recibe nuestra Newsletter email@email.com OK

Encuentra tu franquicia

Búsqueda por provincia | Búsqueda por inversión | Búsqueda por sector | Bus

Actualidad > Noticias > Bureau Vallée, un líder europeo de la papelería

Noticias | Sectores en Alza | Nuevas Franquicias | Tendencias | Emprenden

En Expofranquicia 2015

Bureau Vallée, un líder europeo de la papelería

Like 0 | Twittear 1 | Contacta esta franquicia | enviar | imprimir | comentar

Martes, 24 de marzo de 2015 A- A+

Bureau Vallée estará presente en la Feria Internacional de la Franquicia de Madrid (recinto IFEMA), los días 23, 24 y 25 de abril.

Bureau Vallée, franquicia de papelería

Bureau Vallée estará presente en la Feria Internacional de la Franquicia de Madrid (recinto IFEMA), los días 23, 24 y 25 de abril, siendo Expofranquicia una feria de referencia en el sector que ofrece al visitante grandes oportunidades de negocio.

Bureau Vallée, la franquicia especializada en material de oficina y escolar, cartuchos, informática, high tech y mobiliario, cerró el ejercicio 2014 en España con 10 tiendas y un incremento del 50% en su facturación respecto a 2013 cumpliendo así con sus previsiones al abrir 3 nuevos centros.

Según su Directora General para España, Fabienne Maler: "El éxito que conoce la Franquicia Bureau Vallée desde hace 26 años tiene como primer fundamento su concepto innovador de supermercado de marcas a precios "Discount". Conseguimos llegar a las 250 tiendas actuales porque el crecimiento se construye conjuntamente con nuestros franquiciados. Nuestra fuerza es la transparencia que les aportamos desde el primer día y su participación activa en las decisiones estratégicas de la red. También gozan de unas condiciones de compras de un grupo europeo muy potente, tienen mucha libertad de actuación en sus tiendas a la vez que ofrecemos un apoyo continuo e individualizado durante toda la duración del contrato y una política comercial y publicitaria muy trabajadas desde central. Bureau Vallée es un grupo muy fuerte que aporta un negocio duradero a sus franquiciados".

denoticias | Buscar... | Categorías | Publicar una noticia

Bureau Vallée, un líder europeo de la papelería en Expofranquicia 2015

Bureau Vallée estará presente en la Feria Internacional de la Franquicia de Madrid (recinto IFEMA), los días 23, 24 y 25 de abril, siendo Expofranquicia una feria de referencia en el sector que ofr

Negocios
Publicado hace 22 horas
0 Me gusta 0 No me gusta

500 Tarjetas
12,98€
Super Oferta en Tarjetas de visita. ¡Rápido, fácil y con envío gratis!

Bureau Vallée, la franquicia especializada en material de oficina y escolar, cartuchos, informática, high tech y mobiliario, cerró el ejercicio 2014 en España con 10 tiendas y un incremento del 50 en su facturación respecto a 2013 cumpliendo así con sus previsiones al abrir 3 nuevos centros.

Según su Directora General para España, Fabienne Maler: "El éxito que conoce la Franquicia Bureau Vallée

« La Catalogne (...) restera la tête de pont de notre développement en Espagne. »

Les points de vente Bureau Vallée en Espagne, au 1er janvier 2014

Magasins en propre

Ville	Région	Format	Date d'inauguration
Vilanova i la Geltrú	Catalogne	Superstore	16 mai 2008
Terrassa	Catalogne	Superstore	11 décembre 2010
Santa Susanna	Catalogne	Superstore	16 décembre 2011
Barcelone Pau Claris	Catalogne	BV City	27 juin 2013

Magasins en franchise

Ville	Région	Format	Date d'inauguration
Manresa	Catalogne	Superstore	22 juin 2013
Tarragone	Catalogne	Superstore	24 juillet 2013
Almería	Andalousie	BV City	27 novembre 2013

Suite de la page 23
qui nous a conduits à adapter notre base-line [1]. Côté moteur, notre expertise française en matière de distribution n'est ici plus à faire, sans compter que de nombreux réseaux français ont réussi à s'implanter solidement en Espagne. De plus, les Espagnols font preuve d'une grande ouverture d'esprit et les Catalans, plus spécifiquement encore, adorent la France!

PNP : Sur le plan géographique, la Catalogne est-elle davantage dans votre mire ?

F. M. : La Catalogne, qui compte plus de sept millions d'habitants, restera la tête de pont de notre développement en Espagne. La visibilité qui est la nôtre aujourd'hui dans la région sert incontestablement notre déploiement futur. Notre objectif, à terme, est de concentrer, en Espagne, deux tiers de nos points de vente en Catalogne et un autre tiers dans le reste du pays, sans cible prioritaire sur le plan régional.

PNP : Quelles sont précisément vos ambitions de déploiement dans le pays ?

F. M. : Difficile à dire sur le long terme ! Pourquoi pas entre cent cinquante et deux cents points de vente à l'horizon 2030. Plus près de nous, nous tablons sur vingt à vingt-cinq nouvelles ouvertures d'ici à 2016, et, cette année, nous ouvrirons quatre nouveaux espaces commerciaux, dont le prochain au mois de mars, un BV City dans une ville de Catalogne dont je préfère, pour l'heure, garder le nom secret.

PNP : L'assortiment en Espagne diffère-t-il de celui pratiqué en France ?

« La franchise reste le mode de développement privilégiée. »

F. M. : 60 % du référencement est identique dans les deux pays, pour des familles de produits telles que les consommables informatiques et la bureautique. En papeterie pure en revanche, puis davantage encore pour les familles de produits liées à la rentrée des classes, nous travaillons ici avec des fabricants locaux qui, globalement, fournissent un tiers de notre assortiment total (tableaux, cahiers, produits de classement et sous licences, etc.). Les deux autres tiers sont issus, d'une part, d'industriels français qui négocient avec la centrale en France et, d'autre part, de multinationales qui développent, en Espagne, leurs propres gammes de produits. Au total, Bureau Vallée travaille en Espagne avec quelque quatre-vingts fournisseurs.

PNP : Comment s'opère la ventilation de votre volume d'affaires en fonction des familles de produits ?

F. M. : Ce sont des données que tenons confidentielles. Retenons toutefois

BV City de Barcelone, rue Pau Claris

Quartier commercial, résidentiel et d'affaires qui renferme également quelques-uns des chefs-d'œuvre architecturaux d'Antoni Gaudí – dont la célébrissime Casa Milà – l'Eixample compte, depuis juin 2013, le premier BV City de la capitale catalane (format réduit de centre-ville), rue Pau Claris. Détenu en propre par l'enseigne, comptant trois salariés dont une responsable de magasin, il occupe 100 m² de superficie, *« même si idéalement un tel format BV City requiert davantage entre 150 et 200 m²*, observe Fabienne Maler, directrice de Bureau Vallée Espagne. *Majoritairement dédié aux professionnels »*, reprend-elle, mais également aux fournisseurs des écoles du quartier, ce magasin espère générer, à la clôture de son premier exercice, quelque 350 000 euros puis 500 000 euros une fois sa vitesse de croisière atteinte. *« Le concept du libre-service ici bat son plein,* indique Fabienne Maler. *Sur le plan architectural, il s'agissait avant tout de rendre visible, depuis l'extérieur du magasin, les produits à plus forte rotation, en l'occurrence les consommables informatiques. »*

Le superstore de Manresa, en Catalogne, ouvert en juin 2013, est le premier point de vente en franchise.

En 2013, Bureau Vallée a donné un vif coup d'accélérateur à son développement en Espagne. Sept pavillons sont aujourd'hui recensés et plus d'une vingtaine d'ouvertures devraient suivre à l'horizon 2016. Fabienne Maler, directrice de la filiale, détaille pour *PNP* les tenants et les aboutissants du projet.

Le BV City de Barcelone : l'enseigne va privilégier ce format.

PNP : Six ans après l'arrivée de Bureau Vallée en Espagne, où en est le développement du réseau ?

Fabienne Maler : Avec sept points de vente, l'Espagne reste aujourd'hui le projet international (hors Drom-Com) le plus développé de l'enseigne. 2013, qui a été marquée par notre ouverture à la franchise – une voie de développement que nous continuons à privilégier –, s'est par ailleurs révélée une année de forte croissance du réseau, avec les inaugurations de quatre magasins : deux superstores franchisés, à Manresa et à Tarragone, respectivement les 22 juin et 24 juillet ; et deux au format « BV City » à Barcelone, un magasin détenu en propre, le 27 juin, et un second à Almería, un franchisé, le 21 novembre. Sur le plan des revenus, Bureau Vallée Espagne a réalisé l'an passé, dans un contexte de conjoncture difficile, un chiffre d'affaires de 2,9 millions d'euros, en progression de 40 % par rapport à 2012.

PNP : Jusqu'à quel point la crise économique qui sévit dans le pays freine-t-elle vos ambitions de développement ?

F. M. : Pour l'heure, elle n'a qu'un faible impact sur notre croissance. Il reste que l'Espagne est frappée, depuis plusieurs mois, par un plan de rigueur qui passe par un assainissement drastique des finances publiques et une flexibilité accrue du marché du travail. Ce dispositif s'accompagne d'une frilosité des banques à accorder aux entreprises des financements, qui peut nous porter préjudice : deux de nos trois derniers franchisés ont financé leur projet avec leurs fonds propres.

PNP : Quel investissement requiert, pour le franchisé espagnol, le développement d'un magasin Bureau Vallée ?

« En Espagne, l'expertise française en matière de distribution n'est plus à faire. »

F. M. : Environ 200 000 euros au maximum auxquels s'ajoutent un fonds de trésorerie variable selon les cas et un droit d'entrée à l'enseigne de 14 000 euros, plus faible qu'en France, mais qui pourrait grimper à l'avenir. Une redevance, calculée au prorata du chiffre d'affaires réalisé par le magasin, est également reversée annuellement à l'enseigne.

PNP : Des deux formats de points de ventes, superstores et BV City, lequel privilégiez-vous pour vos futures implantations ?

F. M. : Il est important de pouvoir compter sur ces deux formats de magasins, même si nous mettrons davantage l'accent sur le déploiement du second. Le « BV City » s'avère parfaitement en phase avec les habitudes de consommation en Espagne où le commerce de proximité reste un puissant moteur de l'économie, tous secteurs d'activités confondus.

PNP : Quel est le chiffre d'affaires moyen réalisé annuellement par un magasin Bureau Vallée en Espagne ?

F. M. : La première année, il s'établit pour un superstore et un BV City respectivement à 500 000-550 000 euros et à 300 000-350 000 euros, et, une fois la vitesse de croisière atteinte, à 1 million d'euros pour un superstore et à 500 000 euros, selon nos estimations, pour un point de vente de centre-ville.

PNP : La nationalité française de l'enseigne est-elle un frein ou un moteur à votre développement en Espagne ?

F. M. : Davantage un levier, me semble-t-il, même si les termes « Bureau » et « Vallée » ne parlent que très peu aux Espagnols, ce

Suite page 24

Bureau Vallée
Material de oficina y escolar a precios bajos

el Periódico
Sabadell

Bureau Vallée
Material de oficina y escolar a precios bajos

ron pasajeros comerciales. De estos, 2,9 millones lo fueron de vuelos a América Latina y Caribe, con el 35,6% M. J. B.

chos comenzaron a investigarse tras la denuncia de un extrabajador . E. P.

NUEVAS INICIATIVAS EMPRESARIALES

Rescate de la papelería familiar

La cadena francesa Bureau Vallée pone en marcha un nuevo formato de franquicia aliándose con comercios tradicionales ≡ **Una tienda de Sabadell** con 65 años de vida estrena la iniciativa

ANTONI FUENTES
BARCELONA

Cada vez es más difícil encontrar las papelerías tradicionales de barrio. La crisis y los nuevos hábitos de consumo han pasado por encima de ellas como un rodillo. Los establecimientos que quedan en pie se ven obligados a reinventarse y buscar alianzas. Es lo que ha hecho Oriol Vives Fayos, tercera generación de una familia que puso en marcha una papelería en Sabadell hace 65 años. La solución encontrada ha sido integrarse en la cadena francesa Bureau Vallée, pero manteniendo la personalidad propia.

En el cartel de la tienda se puede leer Bureau Vallée by Fayos. «Después de estudiar el caso, se nos ocurrió una fórmula de contrato de franquiciado mixto en el que el propietario aporta la experiencia de la papelería familiar y sus clientes y Bureau Vallée el conocimiento comercial», explica Fabienne Malle, directora general de la compañía en España.

El responsable de la papelería Fayos de Sabadell se vio en la encrucijada al plantearse el futuro del negocio familiar con motivo del cambio del viejo alquiler de la LAU. «Los ingresos y los beneficios habían ido bajando con la crisis y era el momento de replantearse el negocio», asegura Vives, que subraya que la cifra de papelerías tradicionales de Sabadell ha caído de unas 300 a una decena. La experiencia del nuevo formato ha permitido aumentar el volumen de negocio y doblar plantilla hasta seis empleados.

▸▸ **Integración** ▸Oriol Vives, ante el escaparate de su tienda.

El propietario del establecimiento aporta experiencia y mantiene su personalidad

Para Malle, se trata de una fórmula interesante para las dos partes implicadas que tiene potencial de crecimiento. El fundador de la cadena, Bruno Peyroles, dio el visto bueno a esta nueva franquicia mixta, que permite más flexibilidad de lo habitual a los emprendedores.

CRECIMIENTO DEL 30% // La cadena sigue registrando un fuerte crecimiento en España del 30% anual gracias a su política de precios bajos combinada con la venta de mobiliario y artículos de electrónica. De las 14 tiendas con las que cuenta ahora, con una facturación de siete millones de euros en el 2015, pasará a 18 establecimientos y nueve millones de ingresos. A nivel global, la cadena suma 270 tiendas y 300 millones de facturación.

Detrás de este incremento también hay «una mejora en la alegría del consumo de las familias» que se aprecia en momentos clave como la vuelta al cole, con un gasto medio en material escolar de unos 100 euros.

En la hoja de ruta de la empresa también está adentrarse en la tendencia en auge de los centros de *coworking* aprovechando el fuerte aumento de los ingresos por servicios que ya ofrece en algunos de sus centros. Además, la venta *online* ya es una realidad para la cadena. ≡

ECONOMÍA COLABORATIVA

Uber espera poder operar en BCN a partir del 2017

P. ALLENDESALAZAR
MADRID

El director general para el sur de Europa de Uber, Carles Lloret, se mostró ayer confiado en que la regulación de la economía colaborativa que prepara la Generalitat, que según sus cálculos puede estar lista en el primer cuarto del 2017, ofrezca a su compañía las condiciones de rentabilidad suficientes para comenzar a operar en Barcelona. «Ojalá que en los próximos meses pueda existir Uber en Barcelona», dijo en un acto de la APIE y el BBVA en la UIMP.

Ahora no se dan esas condiciones, explicó, porque el número de licencias para arrendamiento de vehículos con conductor (VTC) en la ciudad es muy bajo, unas 400, frente a las 1.600 de Madrid, la única ciudad española donde opera. «Barcelona es una ciudad muy importante para nosotros, es la única capital europea que no tiene Uber», lamentó.

El ejecutivo, responsable del equipo de ocho personas de la filial española, confirmó que se ha reunido con responsables de las administraciones catalanas, si bien todavía no han hablado a fondo de la nueva regulación prometida por la Generalitat. La multinacional confía en convencerla de que amplíe el número de licencias VTC. ≡

TELECINCO.es

Bureau Vallée
Material de oficina y escolar a precios bajos

//www.telecinco.es/informativos/

La cadena francesa Bureau Vallée prevé alcanzar las 50 tiendas en España en cinco años

| 13:03h. **EUROPA PRESS | BARCELONA**

ena francesa de supermercados de papelería, material de oficina y nica Bureau Vallée ha convertido a España en su segundo o tras el galo y prevé pasar de 10 a 50 tiendas en España en cinco

trevista de Europa Press, la directora general de la firma en España, Fabienne explicado que la compañía, con 25 años de experiencia en el mercado --Francia e islas de las antiguas colonias-- quiere convertirse ahora en un "actor ha empezado por España, Bélgica (tres tiendas) y Malta (1).

ée, que se basa en ofrecer primeras marcas a bajos precios por sus costes de justados, cuenta con una parte de tiendas propias y seguirá abriendo, pero el grueso de su expansión en las franquicias.

s actuales en España se dividen a partes iguales entre propias y franquicias, n entre Cataluña (8), Madrid (1) y Almería (1), mientras que tiene en na apertura en Alicante y otra en Barcelona.

ñola del grupo se encuentra en Vilanova i la Geltrú (Barcelona) y prevé ir presencia territorial hasta cubrir toda España.

mpla cinco nuevos centros y se promocionará en la Feria Internacional de la Madrid - Expofranquicia, que tendrá lugar del 23 al 25 de abril, para cimiento.

España del ejercicio 2014 --que va de abril de 2013 a marzo de 2014-- es de euros, el doble que el año anterior, y este 2015 prevé alcanzar los siete millones.

El grupo, que desembarcó en España en 2008 y empezó a abrir franquicias en 2013, suma un total de más de 250 establecimientos a nivel internacional --que quiere que sean 780 en 2020-- y una facturación de 250 millones de euros.

Bureau Vallée cuenta con dos modelos de tienda: de entre 150 y 200 metros cuadrados en entornos urbanos, y grandes superficies con aparcamiento de unos 500 metros cuadrados en la periferia; en Francia se da más el gran formato en la periferia, y en España tienen