Bissú vol fer el gran salt

La cadena de botigues de bosses i complements voldria obrir-se a l'exterior en els tres anys vinents i explora possibles nous mercats
La marca, nascuda l'any 2013, ha ampliat la seva gamma a tot tipus de complements



Jordi Bella, director de la companyia Foto: EPA.

Amb tot just tres anys de vida, la cadena de botigues de bosses i complements Bissú prepara el seu salt al mercat exterior amb l'estudi de nous mercats, principalment mercats emergents de l'Amèrica Llatina, segons reconeix el seu director general, Jordi Bella. La companyia, nascuda a Sant Cugat del Vallès i que actualment té les instal·lacions a Pallejà, preveu fer el salt internacional a mitjà termini, no més enllà dels dos o tres anys vinents. “Ho voldríem fer a partir de la coneguda fórmula de màster franquícia, a partir de la qual tindríem un soci local i aquest se n'encarregaria d'obrir les seves botigues pròpies i de convertir-se també en franquiciador”, detalla Bella. “D'aquesta manera”, argumenta que “podem estar centrats en el que realment ens importa, que és en disseny i en marca”, i no haver de perdre temps estudiant els mercats.

Bissú també treballa per arribar a duplicar les vendes en aquest mateix període de temps, entre 2 o 3 anys, de manera que dels dos milions d'euros previstos en facturació de marca per a l'exercici del 2015 es passi als 4 milions d'euros en els exercicis 2017 o 2018.

I és que en aquests tres anys de vida, el ritme de Bissú ha estat poc menys que vertiginós: tot just l'empresa es va crear al gener del 2013 i van obrir les seves primeres botigues (sis) entre l'octubre i el novembre d'aquell mateix any, i entre els mesos de setembre i desembre del 2014 ho feien les primeres franquícies, un total de vuit a ciutats com ara Granada, Madrid o Vic. Actualment, la marca té 22 botigues, de les quals set són pròpies i quinze, franquícies.

“Normalment són projectes d'autoocupació, en què el franquiciat necessita només un únic treballador més”, explica Bella. La inversió per obrir una franquícia Bissú, establiment d'entre 40 i 80 m² en carrers comercials de les principals ciutats, oscil·la entre els 60.000 i 70.000 euros i es destina bàsicament a l'adequació del local d'una manera pràctica i amb mobiliari senzill. “El més difícil de tot el procés és trobar el local, perquè un cop localitzat, la botiga es pot obrir en quatre o cinc setmanes”, diu Bella.

Pel que fa a l'exercici del 2015, el directiu el qualifica com l'“any del creixement”. “Fins l'any passat no teníem sabates i ara en tenim, de guants en teníem dues o tres referències i ara en tenim moltes més; de bufandes hem passat de 10 o 15 referències a tenir-ne cinquanta... Ha estat l'any d'ampliar producte”, diu Bella. El disseny dels models es fan des de les oficines de Pallejà i la producció s'externalitza tota, bàsicament a fabricants de la Xina.

Els productes Bissú s'adrecen a clients de totes les edats, majoritàriament dones, encara que tenen productes unisex, com algunes bosses o fulards i des del Nadal del 2015 han obert una línia masculina amb algunes

referències destinades majoritàriament “a regalar”, segons explica el director general de la casa. “El públic és molt transversal i és que el món dels complements dóna molt de joc, tant per les diferents edats com per les diferents maneres de vestir”, explica Jordi Bella. “El que no tocarem mai serà moda, perquè les nostres botigues no disposen de canviadors”, explica el directiu, que assegura que continuaran treballant en aquelles famílies de productes que millor funcionen, principalment les bosses de mà.

Publicat a:
-El Punt Avui. Comarques Gironines 10-02-2016 Pàgina 36
-El Punt Avui. Barcelona 10-02-2016 Pàgina 20
-El Punt Avui. Camp i Ebre 10-02-2016 Pàgina 20
-El Punt Avui. Lleida 10-02-2016 Pàgina 20
-El Punt Avui. Maresme 10-02-2016 Pàgina 20

Font del document:
http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/4-economia/18-economia/940178-bissu-vol-fer-el-gran-salt.html?cca=1&piwik_campaign=rss&piwik_kwd=nacional&utm_source=rss&utm_medium=nacional&utm_campaign=rss&f=El+Punt+Avui