



Fnac Com um olho na abertura de lojas e outro na Amazon

Depois da abertura recorde de cinco lojas em 2017, a cadeia francesa mantém planos de expansão. Em cinco anos deverá investir 20 milhões de euros. Tantos quantos anos tem em Portugal



—ANA MARCELA
ana.marcela@dinheirovivo.pt

Com um olho na abertura de novas lojas e outro nos concorrentes, como a Amazon, a Fnac Portugal desenha a estratégia para mais 20 anos no mercado nacional. Nuno Luz revela as metas mais imediatas. “O plano é nos próximos cinco anos continuar a abrir duas a três lojas por ano”, adianta o diretor-geral da Fnac Portugal, num investimento “à volta de 4 milhões de euros por ano”.

Ainda em 2018, a cadeia francesa quer abrir uma loja na região de Lisboa. Depois, “as áreas onde estamos a procurar são distritos onde não estamos presentes”. “Existe potencial quer na Costa Oeste quer no Interior para abrimos lojas de proximidade”, considera o desde outubro responsável máximo da Fnac em Portugal. “É importante continuar a apostar no canal físico. Tradicionalmente, os portugueses gostam de ver, sentir o produto e a Fnac vai continuar a estar ligada ao seu ADN, a cultura.

Queremos continuar a proporcionar a ligação entre os artistas, o produto e o cliente, e a forma de o fazer é investindo em lojas físicas e em espaços que não produzem vendas [os fóruns], mas que são fator distintivo na Fnac, produzem marca”, frisa Nuno Luz.

Há também outros motivos para continuar a abrir lojas. Desde 2013 que vendem *online*, mas cada vez que abrem um novo espaço, “a nossa venda *online* na região cres-

ce”, diz. Essa relação simbiótica entre as lojas e o digital faz-se sentir a outro nível: 54% dos clientes que compra *online* prefere levantar o produto na loja; e 80% dos clientes que compram na loja viram o produto *online*.

Digital cresce 30%

A marcha digital é irreversível. No grupo Fnac Darcy já representa 17% das receitas de 7,4 mil milhões. “Nos mercados onde a Fnac está presente o peso do *online* é de 5%. Nós temos mais do dobro desse peso internamente. Para nós, o *online* tem um peso muito significativo. No *online* tivemos um crescimento de 30%”, revela.

Há um antes e um depois do Natal de 2017. Foi o *boom*, o “momento de aceleração. Começou com o *Black Friday* e arrastou para o Natal”, afirma. “As vendas *online* de eletrónica de consumo cresceu em novembro 80% e no Natal acima de 50%.” Resultado? Com o gigante Amazon a fazer envios de Espanha para Portugal sem custos, o sistema de distribuição não teve

“É um erro não considerar a Amazon como concorrente quando eles fazem milhares de entregas por dia em território português”

—NUNO LUZ
Diretor-geral da Fnac Portugal



FOTO: PEDRO GRANADEIRO/GI



capacidade de resposta. “Estou em crer que as empresas que prestam este serviço estão preparadas para o próximo novembro/dezembro, mas é verdade que houve um impacto negativo, houve bastantes reclamações de clientes durante esse período.”

A greve dos CTT também não ajudou. E como é que olham para o plano de reestruturação do operador postal – com fecho de lojas e saída de 800 pessoas – *player* relevante na entrega de encomendas? “Não tenho informação sobre o assunto para saber se está ou não a seguir o caminho correto. Mas tenho a certeza de que se não for os CTT vão existir outras alternativas no mercado português para nos prestarem este serviço.”

Ser a própria Fnac a assegurar entregas, não faz parte dos planos – “não temos esse *know-how*, obviamente, diretamente nunca vamos fazer esse serviço” –, mas a cadeia tem vindo a apostar cada vez mais em serviços de conveniência: em três lojas tem o serviço *click & collect* em 1 hora (compra o produ-

Nuno Luz (no topo) é desde outubro o novo diretor-geral da Fnac Portugal. A cadeia francesa assinala este ano o 20.º aniversário. Para a campanha chamou nomes como Isabel Alçada, Richard Zimler e Júlio Magalhães

to *online* e levanta uma hora depois na loja), por exemplo. Mas se não entrega diretamente em casa como a Amazon, a Fnac olha atentamente para este concorrente. “São empresas que têm no seu ADN a operação logística. Temos de estar preparados para este tipo de concorrência, senão temos um problema”, confessa.

A entrada do gigante de Jeff Bezos em Portugal “vai acontecer, mais cedo ou mais tarde. Aliás, eles já cá estão. É um erro não considerar a Amazon como concorrente quando temos a informação de que eles fazem milhares de entregas por dia no território português”, alerta Nuno Luz. “Se faz massa? Eles já têm uma fatia significativa do mercado português e

nesta casa já se olha para a Amazon e para outros, como o grupo Alibaba, que vai instalar uma plataforma logística em Espanha.”

Mais conveniência e serviços. E não só de entrega. “Há um eixo de serviços que queremos explorar. Passam pela entrega, mas também outro tipo de serviços como instalação ou assistência remota a clientes quer em produtos que compraram na Fnac quer nos nossos concorrentes”, adianta.

A cadeia tem 600 mil clientes fidelizados aos quais quer oferecer serviços como contratualização de eletricidade, gás ou telecomunicações. “Fechamos uma parceria com a NOS e vamos começar a vender serviços de telecomunicações aos nossos aderentes com algum benefício por ser cliente Fnac”, revela. O primeiro *corner* abriu esta semana no Centro Colombo, mas o objetivo é expandir à rede de lojas e ao *online*. “Queremos fechar o ciclo. Estar presente em todas as necessidades que são geradas pela compra de um produto.”