

Utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar tu accesibilidad, personalizar y analizar tu navegación a: anuncios basados en tus intereses. Si sigues navegando, consideramos que aceptas su uso. Puedes cambiar la información en Política de Cookies. (<http://www.distribucionactualidad.com/politica-de-cookies/>)



(<http://www.distribucionactualidad.com>)



## Anceco, foco en omnicanalidad

PUNTO DE VENTA ([HTTP://WWW.DISTRIBUCIONACTUALIDAD.COM/RETAIL-MARKETING/PUNTO-VENTA/](http://www.distribucionactualidad.com/retail-marketing/punto-venta/))

🔗 11    💬 NO HAY COMENTARIOS    5 NOV 2015

La omnicanalidad se ha situado en el centro de las estrategias del sector retail. Tradicionales, grandes superficies, comercio independiente o centrales de compra deben de integrar todos los puntos de contacto con el consumidor.



(<http://www.distribucionactualidad.com/wp-content/uploads/2015/07/anceco-logo.jpg>)

Esta es la apuesta del Anceco (Asociación Nacional de Centrales de Compras y Servicio) (ANCECO), que los pasados 28 y 29 de octubre, asistió en Barcelona a la asamblea anual de la asociación **Europea Independent**

**Retail Europe**, en calidad de miembro y representante en España, junto a más de 65 profesionales de centrales de compras y servicios europeas y varias asociaciones sectoriales.

Entre los ponentes figuraban Ralf Gerking, presidente de Independent Retail Europe; el Dirk Morschett, profesor de management de la Universidad Suiza de Fribourg; Javier Panzano, CEO de Euronics España; Alexander Hock, director de ANWR Media GmbH y LoïcPelletier, administrador nacional de Systeme U, entre otros. Todos ellos coincidieron en afirmar que el comercio online ha revolucionado el mercado. La oportunidad para el comercio tradicional consiste en **saber encontrar un espacio de negocio entre la amenaza que significan los pureplayers, la imposibilidad de imitar sus modelos de negocio y la necesidad de operar con costes de intermediación bajos**, aportando valor al mercado, conectando todos los canales y situando al cliente como foco de su estrategia.

Durante el encuentro representantes de la Comisión Europea y del BCE, señalaron que la normativa sobre el Mercado Único Digital, adoptada en mayo de 2015, incorpora reglas para simplificar los contratos de compra y supone el fin del bloqueo geográfico no justificado.

**El ecommerce alcanzará este año en Europa 418.000 millones de dólares**, que se elevarán hasta los 535.000 en 2018. Por países, Reino Unido ocupa el primer puesto, con el 12,1% de cuota de mercado. España, capta el 2,5%, mientras que Italia detenta un escaso 1,8%.

---

Relacionado

Utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar tu accesibilidad, personalizar y analizar tu navegación a través de nuestros sitios web, así como de la gestión de la información que nos facilitas. Si sigues navegando, consideramos que aceptas su uso. Puedes cambiar la configuración de las cookies en cualquier momento. Más información en [Política de Cookies](http://www.distribucionactualidad.com/politica-de-cookies/).

<p>Septiembre, día 30, último del mes y primero para la celebración de Comercio de Hoy/Retailing Today, un encuentro, hecho por y para En "Omnichannel by D/A Retail"</p>	<p>La firma de capital riesgo KKR a anunciado la compra de dos centros comerciales en España, propiedad de Pillar Retail Europark Fund (PREF), En "Omnichannel by D/A Retail"</p>	<p>Hoy 15 de octubre se está celebrando en Madrid la jornada "Retos en la Gestión de Moda". Un foro de debate dirigido a los profesionales del En "Ferias y Eventos"</p>
---	---	--