

SEUR refuerza su posicionamiento internacional con su integración en DPDgroup, nueva identidad de GeoPost

- GeoPost, que facturó 4.900 millones de euros en 2014, anuncia sus planes estratégicos para convertirse en el primer operador de transporte urgente de Europa, apoyándose en el crecimiento del ecommerce y en el negocio internacional
- Para apoyar su desarrollo internacional y alcanzar la primera posición del mercado europeo, GeoPost operará como un único grupo en toda Europa bajo la marca DPDgroup
- En España, SEUR mantendrá su marca, pero incorpora un cobranding con DPDgroup, seña de su pertenencia a este grupo y para fortalecer su dimensión internacional.

Madrid, 18 de marzo de 2015.- SEUR ha desvelado hoy el nacimiento, y su integración, en DPDgroup, nueva identidad internacional bajo la que GeoPost operará como un único grupo en toda Europa. Yves Delmas, presidente de SEUR, ha realizado este anuncio y ha hecho públicos los planes estratégicos de GeoPost, grupo internacional al que pertenece, simultáneamente a la comunicación hecha por el propio presidente del Grupo, Paul-Marie Chavanne, y sus homólogos europeos.

GeoPost, que facturó 4.900 millones de euros en 2014, ocupa la segunda posición del mercado europeo de transporte urgente y es el número 1 en España, Francia, Irlanda, Polonia y Lituania y número 2 en los mercados de Alemania y Portugal. Un liderazgo adquirido gracias a su estrategia basada en el desarrollo de fuertes empresas nacionales en cada uno de sus mercados, lo que le ha permitido crecer en B2B y B2C el doble de rápido que su competencia.

Sin embargo, GeoPost no se conforma con esta segunda posición y ha desarrollado un ambicioso plan estratégico con el objetivo de convertirse en el operador número 1 de transporte urgente a nivel europeo. Para lograrlo, el grupo apoyará su crecimiento en el ecommerce y en los envíos internacionales. Precisamente, estos dos ejes estratégicos son los mismos en los que SEUR basa su expansión en el mercado español, compartiendo la visión del Grupo. Ya en 2014, SEUR facturó 120 millones de euros en ecommerce y 110 millones en envíos internacionales, dos líneas de negocio que representaron el año pasado el 41% de su facturación global.

DPDgroup, una nueva identidad para alcanzar la primera posición del mercado europeo de transporte urgente

Como dice Paul- Marie Chavanne, presidente del grupo, “tenemos el potencial para ser líderes en B2C y B2B: localmente en cada mercado, y a nivel pan-europeo, convirtiéndonos en la opción natural de partner de servicios para nuestros clientes, y para los clientes de nuestros clientes”.

Para apoyar este plan de desarrollo internacional y alcanzar la primera posición del mercado europeo, GeoPost operará como un único grupo en toda Europa bajo la marca DPDgroup, que integrará las 4 marcas comerciales -DPD, Chronopost, Interlink Express y SEUR- capitalizando así la reputación y el poder de la red DPD a escala europea. Esta nueva estrategia de marca paneuropea asegura una presencia más fuerte en todos los mercados, a través de la conexión más cercana que el Grupo quiere desarrollar con sus clientes.

Este cambio de marca implica el lanzamiento de un nuevo logo de DPD y la creación de DPDgroup:



Desde hoy, 18 de marzo, las compañías que integran GeoPost adoptarán de forma progresiva esta nueva identidad visual común y unitaria bajo el nombre de DPDgroup, en 22 países europeos.

Sin embargo, y dado el fuerte reconocimiento de la marca en el mercado español, **SEUR mantiene su marca, e incorporará un cobranding con DPDgroup**, seña de su pertenencia a este gran grupo internacional.

Otras marcas comerciales que están fuertemente instaladas en los mercados locales, y que son valoradas por los clientes como expertos en su segmento y por su proximidad local,

mantendrán también su nombre, aunque adoptarán gradualmente los mismos códigos visuales que DPDgroup. Es el caso de Chronopost en Francia e Interlink Express en el Reino Unido.

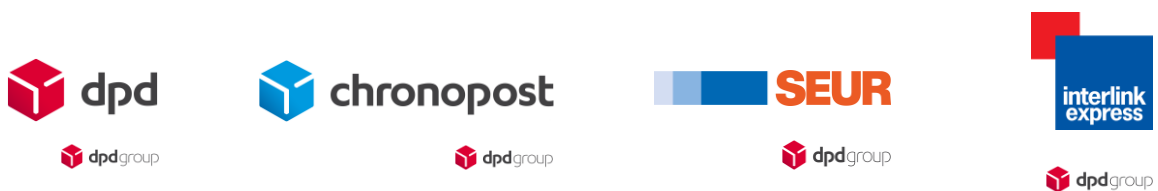
En Francia Exapaq se convertirá en DPD France.



Chronopost adoptará la misma identidad visual:



Y todas incluirán el cobranding:



Una experiencia de cliente única en toda Europa basada en servicios innovadores

Bajo la nueva marca, DPDgroup proporcionará a sus clientes una experiencia única en toda Europa basada en servicios innovadores. DPDgroup demuestra el compromiso de GeoPost por innovar, construyendo su nueva identidad sobre sus puntos fuertes y compartiendo experiencias comunes y buenas prácticas para proporcionar a todos sus clientes un servicio sencillo, flexible y práctico en toda Europa. DPDgroup proporcionará a sus clientes las ventajas de una red internacional y, durante este año, se centrará en dos proyectos prioritarios: Predict y Pickup.

Predict es ya un servicio conocido en España, que también está implantado con éxito en Reino Unido y Alemania. Es la solución que permitir ofrecer al destinatario la posibilidad de gestionar su entrega de manera interactiva. Incluye una notificación avanzada con la oportunidad de reprogramar la entrega para otro día. El mismo día de la entrega, el destinatario recibe un email o sms donde se le indica la ventana horaria de una hora en la que se le entregará su pedido. En España, se entregan ya más de 50.000 envíos con Predict y la tasa de cumplimiento de

entrega en la ventana horaria prometida es del 96%. DPDgroup será el primer operador internacional en ofrecer un intervalo de tiempo tan reducido para envíos transfronterizos, en 20 países europeos, a mediados de 2015.

Pickup, red de más de 16.000 puntos de entrega y recogida a nivel europeo, va a ser reforzada en los dos próximos años para alcanzar la destacada cifra de 26.000 en 2016. Se trata de desarrollar una red internacional para la recogida y entrega de paquetes en puntos de conveniencia. Es una práctica muy extendida ya en otros mercados más maduros como Francia, y se prevé que sea también un éxito en España por la flexibilidad que ofrece a los consumidores online.

En España, además de Predict, SEUR continuará ofreciendo y desarrollando innovadores servicios y soluciones como **SEUR SameDay** y **SEUR Sunday**. Puestas en marcha durante 2014, estas soluciones pioneras en nuestro mercado permiten realizar entregas en el día y en domingo, respectivamente, y flexibilizan los servicios de la compañía ofreciendo al cliente la posibilidad de recibir sus pedidos online más rápidamente y durante los 7 días de la semana.

Los anuncios hechos hoy por DPDgroup y SEUR ponen de manifiesto una clara y doble ambición, como declaró Yves Delmas, presidente de SEUR: “Queremos ser el socio elegido por las empresas, especialmente los retailers online, para darles soporte en su desarrollo internacional y ofrecer a los destinatarios la experiencia de cliente más sencilla y satisfactoria en el envío y recepción de paquetes”.

Acerca de SEUR

En SEUR, tras más de siete décadas siendo pioneros en el transporte urgente, contamos con tres grandes ejes de negocio: internacional, comercio electrónico y logística de valor añadido. Los 6.400 empleados de SEUR damos servicio a más de 1.200.000 clientes, gracias a una flota de 3.800 vehículos y más de 1.000 tiendas de proximidad.

En nuestra apuesta constante por la innovación, estamos desarrollando nuevos servicios que nos permiten ofrecer eficiencia y calidad a nuestros clientes. Por eso contamos con soluciones como SEUR Predict, por la que informamos de la ventana horaria de 1 hora en la que será entregado el pedido online o SEUR SunDay y SEUR SameDay que nos permiten realizar envíos en domingo y en el mismo día, reduciendo al máximo el tiempo de espera de los pedidos online.

Y nuestra ambición no queda ahí. Somos parte de DPDgroup, una de las mayores redes internacionales de transporte urgente que agrupa las marcas DPD, Chronopost, Interlink Express y SEUR, y que nos permite entregar en más de 230 países. Gracias a esta integración, nos

esforzamos cada día por ofrecer una experiencia única a nuestros clientes, basada en el conocimiento de sus necesidades, a la vez que construimos relaciones sólidas con todos ellos.

Para más información:



<http://www.teloenvioporseur.com/>



<http://www.facebook.com/seur.es>



<https://twitter.com/SEUR>



<http://www.linkedin.com/company/SEUR>

<http://saladeprensa.seur.com>

Gabinete de prensa/ Agencia de comunicación SEUR

<p>Dpto. Comunicación y Marca SEUR:</p> <p>Carmen Queipo de Llano</p> <p>91 322 25 23</p> <p>carmen.queipodellano@seur.net</p> <p>Laura Gonzalvo</p> <p>91 322 27 52</p> <p>laura.gonzalvo@seur.net</p>	<p>Elena Barrera / Paula Pérez /</p> <p>TINKLE</p> <p>91 702 10 10</p> <p>ebarrera@tinkle.es</p> <p>pperez@tinkle.es</p>
--	---