Paris, 28 November 2023

**Geopost inaugura su punto Pickup número 100.000 en Roma (Italia)**

**y da un impulso a las soluciones Out of Home**

**Geopost ha alcanzado un nuevo hito en la expansión de sus soluciones Out of Home (OOH) al contar con más de 100.000 puntos de recogida y entrega en Europa. El fuerte crecimiento de la red registrado en los últimos años confirma la creciente demanda de este tipo de soluciones, más flexibles y asequibles, por parte de los clientes**

**Aumenta la demanda de servicios Out of Home (OOH)**

Como pone de relieve la última edición del E-shopper barometer de Geopost[[1]](#footnote-2), los consumidores recurren cada vez más a la entrega a domicilio por razones de flexibilidad y asequibilidad. Las entregas en lockers y en tiendas Pickup han experimentado un aumento constante y ahora representan el 23% y el 24% del total de entregas respectivamente, lo que supone un incremento de 3 y 4 puntos respecto al año pasado. Se trata de una alternativa en fuerte crecimiento y forma parte de la estrategia del grupo. La red se servicios Out of Home (OOH) contaba con 20.000 puntos en Europa en 2015 y 50.000 en 2021. De los 100.000 puntos Pickup alcanzados hoy, 25.000 se encuentran en Polonia, 18.000 en Francia, 10.000 en el Reino Unido y casi 8.000 en Alemania e Italia.

**Un pilar estratégico para Geopost**

Las entregas Out of Home (OOH) constituyen un pilar fundamental en la estrategia "Together & Beyond" de Geopost, lanzada en 2021. La expansión y densificación de la red Pickup ha progresado recientemente gracias a nuevas asociaciones con la red de tiendas Zabka en Polonia (+9.100 puntos), con Correos (+4.000 puntos) en el Reino Unido, con las gasolineras Esso (+200 puntos) y con Louvre Hotels Group (+150 puntos) en Francia, entre otros. Geopost utiliza un enfoque local para desarrollar su red, con el fin de determinar la combinación adecuada de tiendas Pickup y de lockers en función de las preferencias culturales locales.

Estonia, por ejemplo, cuenta con el mayor índice de preferencia por las entregas en lockers (solución preferida por el 83% de los compradores online estonios), mientras que en Portugal se valora cada vez más las entregas en el trabajo (+8 puntos en comparación con el año pasado).

Francia es el país donde la entrega en tiendas Pickup es más popular: junto con la entrega a domicilio, la entrega en tiendas Pickup es la segunda opción favorita para el 59% de los compradores online franceses.

En Italia, como ilustra la inauguración del punto Pickup número 100.000 en Roma, la implantación de opciones de entrega Out of Home es la estrategia que sigue BRT para responder a las tendencias del mercado y a la demanda de mayor comodidas por parte de los compradores online. Con más de 8.000 puntos de recogida BRT-Fermopoint en todo el país, BRT se enorgullece de figurar entre los principales actores de la entrega a domicilio. Esta extensa red se ha ampliado recientemente para incluir lockers. Ya existen numerosas ubicaciones y se espera que a finales de año se hayan instalado un total de 150 lockers en las principales zonas urbanas de Italia. A nivel de grupo, la red Out of Home de Geopost está compuesta por más de 17.000 lockers en Europa, y alcanzará los 30.000 en 2025.

**La innovación impulsa las entregas Out of Home de Geopost**

Geopost sitúa la demanda de mayor flexibilidad de los consumidores en el centro de su estrategia de innovación. Entre sus últimas innovaciones y perspectivas de desarrollo, en julio de 2023, se lanzaron lockers multiservicio, que permiten a consumidores intercambiar productos frescos de forma notable. También cabe destacar el concepto de “fitting room” en los puntos de recogida de pedidos. Este concepto se está implantando actualmente en Alemania, Croacia y Polonia.

En 2023, casi 3 de cada 4 compradores habituales online en Europa realizarán entregas C2C. En este contexto, contar con una red Out of Home densa y sólida ayudará a impulsar el crecimiento en el segmento C2C y a responder a la fuerte demanda de los compradores electrónicos de ofertas de fácil devolución y economía circular.

En palabras de **Eric Dietz, vicepresidente ejecutivo y director de Operaciones para Europa de Geopost**: "La proximidad es una palanca clave para el éxito de la entrega, y las soluciones Out of Home son un sólido pilar de la estrategia de Geopost. Por ello, nuestros equipos se comprometen activamente a ampliar el alcance territorial. En este contexto, alcanzar el hito de los 100.000 puntos Pickup es un gran logro. Estamos orgullosos del gran trabajo realizado por nuestros equipos para ser pioneros en este segmento del mercado. Con vistas en el futuro, tenemos la intención de seguir desarrollando nuestra red de entrega a domicilio en todo el mundo y adaptarnos, a su vez, a las preferencias locales. Las perspectivas para esta actividad son sólidas, tanto para las soluciones B2C como para las C2C, un segmento que ha crecido rápidamente en los últimos tiempos, gracias a productos y soluciones innovadoras."

"Estamos orgullosos de acoger el acto de celebración de este importante hito para nuestro Grupo en Italia. Nuestros principales puntos fuertes son la amplitud de nuestra red, la innovación y la sostenibilidad, en consonancia con el comportamiento de compra de los compradores online", comentó Stefania Pezzetti, CEO de BRT. "Seguiremos reforzando la entrega a domicilio porque es una de las opciones que desean los consumidores a la hora de completar una compra, además de ser un servicio importante para las empresas. De hecho, puede responder tanto a la necesidad de los clientes de disponer de más opciones de entrega como a la de las plataformas C2C, que están experimentando un importante crecimiento."

Sobre Geopost

Geopost, grupo líder europeo en envíos y soluciones para el comercio electrónico, opera en 49 países de todos los continentes a través de su red de marcas líderes en reparto, entre las que se incluyen: DPD, Chronopost, SEUR, BRT, Speedy y Jadlog. Gracias a su experiencia específica en el sector, Geopost está impulsando el desarrollo de los servicios de entrega Out of Home, con su red Pickup, la más densa de Europa, y también está ampliando las soluciones de temperatura controlada para los sectores alimentario y sanitario. En un mundo de aceleración y transformación, Geopost se compromete y se abre paso en nuevos territorios de comercio electrónico con ESW a través de Asendia, epicery y Pourdebon.com.

Con 57.000 miembros, Geopost se esfuerza por hacer que el comercio sea más cómodo, rentable y sostenible para sus clientes y comunidades. Comprometida a convertirse en una referencia internacional en el reparto sostenible, Geopost es la primera empresa de reparto mundial cuya hoja de ruta hacia el Net Zero en 2040 ha sido aprobada por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

Geopost, que forma parte del grupo La Poste, generó unos ingresos de 15. 600 millones de euros y entregó 2. 100 millones de paquetes en todo el mundo en 2022.

Contacto de prensa

La Poste group Press Department – service.presse@laposte.fr

1. E-shopper barometer de Geopost; encuesta realizada cada año para analizar el comportamiento y expectativas de 25.000 compradores online en 22 países europeos. [↑](#footnote-ref-2)