

29 Juillet 2022

GeoPost/DPDgroup annonce un chiffre d'affaires semestriel en hausse dans un environnement difficile

- Dans un environnement difficile, GeoPost/DPDgroup a enregistré une solide performance opérationnelle pour le premier semestre 2022, avec un chiffre d'affaires de 7,5 milliards d'euros (+4,5% par rapport à l'année dernière) et plus d'un milliard de colis livrés dans le monde.
- Après un premier semestre 2021 record dû aux confinements, GeoPost/DPDgroup consolide ses résultats au premier semestre 2022 malgré une dépréciation d'actifs exceptionnelle¹.
- Ce résultat démontre la pertinence du plan stratégique « Together & Beyond » mis en œuvre par l'entreprise depuis 2021, qui repose sur trois piliers : développer le cœur de métier, accélérer les initiatives dans les segments stratégiques et conquérir de nouveaux horizons.
- GeoPost/DPDgroup a renforcé son ambition de jouer un rôle leader pour atteindre l'objectif de zéro émission nette dans le secteur de la livraison de colis. L'entreprise a soumis sa trajectoire de décarbonation à l'initiative Science Based Target (SBTi), dans le but d'atteindre son objectif de zéro émission nette d'ici 2040, soit dix ans avant l'Accord de Paris.

GeoPost/DPDgroup a navigué dans un environnement complexe au cours du premier semestre 2022

Après la pandémie due au Covid qui a marqué les comportements et la consommation des acheteurs en ligne au cours des deux dernières années, nous avons abordé l'année 2022 en faisant face à des conditions de marché difficiles, telles que la guerre en Ukraine, un

¹ 157 millions d'euros de dépréciation de DPD Russie en juin 2022

ralentissement de la consommation, une inflation croissante, une augmentation des coûts énergétiques et une pénurie de chauffeurs.

- Les volumes totaux sont en légère baisse au premier semestre 2022 par rapport au premier semestre 2021, avec 1 milliard de colis livrés dans le monde (-2% par rapport au premier semestre 2021).
- 7,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour les six premiers mois de 2022, soit +4,5%² par rapport au premier semestre 2021, une année record, qui démontre la capacité de l'entreprise à s'adapter aux conditions du marché.
- Si le segment B2C est en baisse par rapport au S1 2021, qui avait été impacté positivement par les effets du confinement (hausse de +33% des volumes en 2021 vs 2020), le segment B2B est de nouveau en croissance et dépasse les niveaux pré-Covid, à la fois en volumes et en chiffre d'affaires.
- Bénéficiant également du fort dynamisme du e-commerce international, Asendia a réalisé un chiffre d'affaires de 1 105 millions d'euros, en croissance organique de 3,4%, grâce à la bonne performance de sa filiale eShopWorld et malgré le ralentissement de l'activité colis, notamment en Asie.
- En mai 2022, GeoPost/DPDgroup a annoncé son retrait du marché russe, après avoir suspendu toutes les expéditions vers et depuis la Russie en février 2022. GeoPost a déprécié les actifs de sa filiale russe de 157 M€.
- Retraité de cette dépréciation, le résultat opérationnel s'élève à 460 millions d'euros³, contre 556 millions d'euros⁴ au S1 2021, soulignant une bonne maîtrise des coûts dans un environnement inflationniste.

“Dans un environnement difficile, GeoPost/DPDgroup a enregistré une solide performance opérationnelle. Je remercie nos équipes, qui ont fait preuve d'une grande capacité d'adaptation à des circonstances économiques fluctuantes au cours du premier semestre. Dans ce contexte, ces six premiers mois ont également été marqués par le développement d'initiatives stratégiques pour l'entreprise, telles que la livraison hors domicile, la livraison alimentaire et le développement durable” a déclaré Yves Delmas, Directeur Général de GeoPost/DPDgroup.

Derniers développements du plan stratégique « Together & Beyond »

Au cours des six derniers mois, GeoPost/DPDgroup a poursuivi son plan stratégique « Together & Beyond », basé sur trois piliers : développer le cœur de métier, accélérer les initiatives dans les segments stratégiques et conquérir de nouveaux horizons. Dans le cadre de cette ambition, les projets suivants peuvent être soulignés :

² Inclut Asendia (résultats semestriels) car La Poste Groupe a intégré sa participation dans Asendia dans la gestion opérationnelle de GeoPost/DPDgroup depuis le 1er juillet 2021.

³ Retraité de 157 millions d'euros de dépréciation de DPD Russie en juin 2022

⁴ Retraité de 18 millions d'euros de réévaluation de Speedy en juin 2021

- **Expansion de la livraison hors domicile**

Le déploiement des services de livraison hors domicile s'accélère dans plusieurs des pays clés de GeoPost/DPDgroup et de ses filiales. L'entreprise propose désormais 10 000 points Pickup de plus qu'à la fin de l'année 2021, pour atteindre près de 75 000 points Pickup dans le monde⁵. Les consignes sont désormais des options de livraison et de collecte particulièrement bien développées, avec le lancement de cette offre en Slovaquie et aux Pays-Bas, et l'expansion du réseau dans les pays baltes, en République tchèque, en France, au Portugal, en Espagne et en Pologne. Ces services de distribution sont au cœur de la stratégie mondiale de GeoPost/DPDgroup car ils enrichissent la gamme de services de l'entreprise, désireuse de répondre aux besoins changeants des consommateurs.

- **Développement de la livraison alimentaire**

Dans la continuité des années précédentes, GeoPost/DPDgroup a poursuivi le déploiement de son offre alimentaire, pilier essentiel et axe stratégique majeur de "Together & Beyond". Les achats alimentaires en ligne, l'un des segments les plus dynamiques en 2021 et 2022, poursuivent la même tendance. GeoPost/DPDgroup a enregistré une croissance à deux chiffres au premier semestre avec +24,8% en volumes et +29,5% en chiffre d'affaires grâce au développement rapide des plateformes de livraison alimentaire de l'entreprise : SEUR Frio en Espagne, Chronofresh en France, DPD fresh en Belgique et BK aux Pays-Bas. GeoPost/DPDgroup va accélérer sa stratégie sur le segment alimentaire en développant son offre de transport sous température contrôlée dans de nouveaux pays tels que la Pologne, la Lituanie, le Portugal et l'Italie.

- **En ligne avec son plan stratégique, l'entreprise a finalisé des acquisitions**

GeoPost/DPDgroup a finalisé l'acquisition de CitySprint, le premier réseau de livraison le jour même au Royaume-Uni, et CitySprint a annoncé l'acquisition d'EcoSpeed, la principale société indépendante de coursier le jour même, basée à Manchester.

GeoPost/DPDgroup a augmenté sa participation au capital d'Aramex de 24,9% à 28%, Aramex étant un réseau international de livraison de colis au Moyen-Orient, en Asie, en Afrique et en Océanie.

Enfin, eShopWorld (ESW), filiale d'Asendia⁶, leader mondial du e-commerce, a annoncé l'acquisition de Scalefast, un fournisseur de solutions e-commerce de bout en bout basé à Los Angeles.

- **GeoPost/DPDgroup prend des engagements forts en matière de livraison durable**

En juillet 2022, GeoPost/DPDgroup a soumis à l'approbation de la Science Based Target Initiative (SBTi) un plan de décarbonation à court terme pour 2030 et un objectif ambitieux à long terme de zéro émission nette pour 2040. Cette étape témoigne de l'intention de GeoPost/DPDgroup de jouer un rôle leader pour atteindre l'objectif de zéro émission nette sur le

⁵ Hors Russie

⁶ Asendia est une joint-venture entre La Poste et la Poste Suisse. Depuis le 1er juillet 2021, le Groupe La Poste a intégré sa participation dans Asendia dans la gestion opérationnelle de GeoPost/DPDgroup.

marché européen de la livraison de colis. Pionnière dans son secteur, l'entreprise prend des mesures décisives pour atteindre zéro émission nette d'ici 2040 et s'engage à réduire ses émissions de gaz à effet de serre (GES) des scopes 1, 2 et 3 de 43 % d'ici 2030 et de 90 % d'ici 2040 par rapport à 2020, soit 10 ans avant l'Accord de Paris.

GeoPost/DPDgroup prévoit que sa trajectoire de décarbonation soit validée par le SBTi d'ici le premier trimestre 2023.

Cette nouvelle étape importante s'inscrit dans l'objectif du groupe La Poste d'atteindre zéro émission nette avant 2050.

Parallèlement à cela, GeoPost/DPDgroup continue de déployer sa flotte de véhicules basses émissions à travers l'Europe : au 30 juin 2022, 6 347 véhicules basses émissions ont été déployés dans 231 villes européennes, ainsi que près de 2 700 points de charge et 118 dépôts urbains.

A propos de GeoPost/DPDgroup

DPDgroup est l'un des principaux réseaux internationaux de livraison de colis. Il a pour ambition d'être l'acteur de référence de la livraison durable et un catalyseur de l'accélération du e-commerce.

Nous combinons des technologies innovantes et un savoir-faire local pour proposer des services simples et flexibles aux expéditeurs comme aux destinataires.

Avec 120 000 experts de livraison opérant dans près de 50 pays, et un réseau de 70 000 points Pickup, nous livrons chaque jour 8,4 millions de colis dans le monde - 2,1 milliards de colis par an - à travers les marques DPD, Chronopost, SEUR, BRT et Jadlog.

DPDgroup est le réseau de livraison de colis de GeoPost. GeoPost a réalisé un chiffre d'affaires de 14,7 milliards d'euros en 2021. GeoPost est une société holding détenue par le groupe La Poste.

Contacts presse

Service Presse – groupe La Poste
service.presse@laposte.fr