

GeoPost/DPDgroup annonce une année de croissance record et dévoile sa stratégie sur 5 ans

Paris, le 1er mars 2021 - DPDgroup dévoile aujourd'hui ses résultats pour 2020 et annonce sa stratégie pour les 5 prochaines années. Face à une crise sanitaire sans précédent provoquée par la pandémie de la COVID-19, DPDgroup est devenu un allié essentiel en matière de livraison de biens vitaux pour les clients et les entreprises. Cela se traduit notamment par une croissance de 42 % de ses revenus par rapport à l'année 2019.

Grâce à son nouveau plan stratégique intitulé *"Together & beyond"*, DPDgroup vise à renforcer ses activités historiques, à accélérer ses initiatives dans des segments clés et à conquérir de nouveaux horizons d'ici 2025.

1) 2020 : L'année de tous les records pour DPDgroup, qui se traduit par des chiffres spectaculaires :

- 11 milliards € de chiffre d'affaires, soit une croissance de 42 % par rapport à l'année 2019
- 35 % des revenus générés par le Groupe La Poste proviennent de DPDgroup en 2020
- 1,9 milliard de colis livrés dans le monde, soit l'équivalent de 7,5 millions par jour (une augmentation de 500 millions de colis par rapport à 2019)
- Une journée record avec un pic de 13,9 millions de colis traités dans le monde entier lors du Cyber Monday, le 30 novembre 2020
- 55 % des colis livrés dans le monde (soit plus de la moitié) étaient destinés aux consommateurs (B2C), soit +57 % de croissance organique par rapport à 2019
- Un doublement des bénéfices entre 2019 et 2020 (800 millions d'euros)
- Intégration de BRT en Italie et de Jadlog au Brésil

COVID-19 : une montée en puissance inattendue des volumes et des enseignements clés.

La COVID-19 a provoqué un essor inattendu du secteur des colis. **Les mesures de confinements et de préventions sanitaires dans la quasi-totalité des pays ont provoqué une montée en flèche du e-commerce**, se traduisant par la livraison d'un demi-milliard de colis supplémentaires par DPDgroup en 2020 par rapport à 2019.

La crise sanitaire a également eu un effet d'accélération de certaines tendances du marché prévues pour 2024, soit une anticipation de 3 à 4 ans par rapport aux prévisions, telles qu'une **demande accrue en matière de logistique urbaine** et une plus grande sensibilité à **une consommation, socialement et environnementalement, plus responsable**.

Forte de sa montée en puissance dans la logistique urbaine, Stuart, la plateforme technologique de livraison urbaine express, a réalisé 19,7 millions de livraisons en France, en Pologne, en Espagne et au Royaume-Uni, soit +75 % par rapport à l'année 2019.

L'année 2020 a également connu une accélération **significative de la part du B2C (business to consumer)**, pour DPDgroup, ces volumes représentent désormais 55%.

Certaines catégories de livraison, telles que **l'alimentation** et **la santé**, ont d'ailleurs connu une progression sans précédent de la demande. En France, par exemple, Chronofresh a plus que doublé ses volumes pour atteindre +115 % en 2020.

Sur le marché de la santé, les filiales de DPDgroup ont été et sont toujours très actives. Par exemple, des centaines de milliers de doses de vaccins ont déjà été livrées en France par Chronopost, en Espagne par Tipsa et en Afrique du Sud par Biocair.

Boris Winkelmann, Président-directeur général de GeoPost/DPDgroup, Directeur général adjoint du Groupe La Poste, déclare :

"Chez DPDgroup, nous avons démontré la résilience, la flexibilité et l'agilité qui étaient attendues d'une organisation de notre envergure. Ces qualités nous ont permis de maintenir le monde en mouvement pendant la pandémie, en créant et en adoptant rapidement de nouvelles pratiques de livraison et en faisant face efficacement à l'augmentation des volumes. Ces atouts sont essentiels pour saisir les nouvelles opportunités qui se présenteront à l'avenir".

2020 : Les principales réalisations et développements de DPDgroup

En parallèle de ces tendances, les volumes ont également connu une croissance nécessitant une adaptation rapide pour assurer la poursuite des opérations en toute sécurité.

DPDgroup a été la première société de livraison à proposer **la livraison sans contact**, maintenant l'activité de son réseau de points relais, Pickup, tout en **ouvrant plus de 70 nouveaux dépôts et hubs** pour atteindre un total de 1 200 sites opérationnels.

Ce sont ainsi plus **de 20 000 employés, directs et indirects, qui sont venus renforcer le réseau DPDgroup** pour faire face à la croissance des volumes.

Dans ce contexte de forte demande, les volumes de DPDgroup ont progressé de 24 % et le chiffre d'affaires de 23 % en croissance organique.

Le groupe a enregistré une augmentation particulièrement forte des volumes dans les pays où le B2C représentait déjà la part la plus importante de l'activité : au Brésil (80%), en Irlande (+47 %), au Royaume-Uni (+39 %), en Russie (32%), en Pologne (+24 %), en Espagne (+23 %). Dans les pays où la part du B2B reste plus importante, la croissance totale a été impactée par le ralentissement économique affectant les activités B2B : en France (+9 % par DPD et +13 % par Chronopost) et en Allemagne (+13 %).

Plusieurs événements importants ont marqué 2020, tels que **la prise de participation majoritaire au capital de BRT (85%)**, première entreprise de livraison de colis en Italie, de **Geis Parcel**, entreprise de logistique en République tchèque et en Slovaquie, ainsi qu'une montée à 98 % au capital du principal acteur brésilien de la livraison de colis, **Jadlog**.

II) "Together & beyond" : La stratégie de DPDgroup pour développer ses activités principales, d'accélérer le développement de nouvelles initiatives et de conquérir de nouveaux horizons

DPDgroup a un objectif très clair pour 2030 : devenir la référence internationale en matière de livraison durable et le catalyseur de l'accélération du e-commerce en s'appuyant sur trois piliers.

En termes de chiffre d'affaires, DPDgroup vise à doubler ses revenus en 2020 pour atteindre 21 milliards d'euros en 2025.

- **Développer les activités principales :**

DPDgroup est actuellement le premier acteur **B2B** en Europe, ainsi que le premier **réseau routier européen**, détenant une part de marché d'environ 25 % en volume. Le réseau intra-européen de DPDgroup offre une large palette de solutions logistiques pour servir les clients, y compris un ensemble de services de "livraison sur le dernier kilomètre" dans tous les pays européens.

L'objectif est donc de renforcer la position de DPDgroup en tant que leader sur ces deux segments d'activité dans un contexte de concurrence accrue. DPDgroup souhaite également mettre à profit son expertise pour accompagner la migration du B2B vers le B2C en devenant un "guichet unique" européen pour le B2B et le B2C, en particulier pour les petites et moyennes entreprises.

La stratégie transfrontalière au sein de l'espace européen permettra d'améliorer encore l'offre de services, l'excellence opérationnelle porte-à-porte et de renforcer la gestion des capacités transfrontalières.

- **Accélérer les initiatives :**

DPDgroup continuera de s'appuyer sur sa position actuelle pour **devenir l'acteur X2C premium le plus innovant en Europe avec un taux de croissance annuel de 15 % d'ici 2025.**

DPDgroup développera également une approche mass-market agile et ciblée, adaptée à chaque pays, en s'appuyant notamment sur la densification de son réseau de livraison hors domicile (points relais et consignes de son réseau Pickup), tout en augmentant sa présence dans le segment en plein essor du C2C. Pour soutenir cette ambition, DPDgroup prévoit de doubler son réseau Pickup pour atteindre une couverture européenne à 90 % (pourcentage de la population européenne ayant accès à un point Pickup en moins de 10 minutes), offrant ainsi la meilleure couverture

GEOPOST



d'Europe avec 100 000 points de contact, dont 70 000 points relais et 30 000 consignes.

DPDgroup continuera à capitaliser sur les services de livraison dans les domaines de la santé et de l'alimentaire, en s'appuyant sur son expertise en matière de livraison à température contrôlée et sur son réseau de logistique urbaine très développé.

Bien que le groupe ait déjà réalisé une avancée importante en matière de logistique urbaine, il souhaite accélérer son développement. Le but est d'être leader du secteur avec une offre forte reposant sur cinq services à fort potentiel : les livraisons le jour même, les livraisons à domicile au départ d'un hub urbain (*Hub to home*), au départ d'un magasin (*Ship from store*), les livraisons en soirée par tranche horaire, les "points de proximité épicerie" permettant d'offrir des solutions logistiques adaptées pour les livraisons H+ dans les zones urbaines.

- **À la conquête de nouveaux horizons :**

Les marchés internationaux de la livraison de colis hors Europe vont croître plus rapidement qu'en Europe dans la décennie à venir. DPDgroup a l'ambition de bénéficier de sa présence internationale actuelle, et de renforcer ses positions en Asie du Sud-Est, au Moyen-Orient, en Afrique et en Amérique du sud. Le réseau de DPDgroup évoluera d'un modèle multidomestique à un modèle international interconnecté. Ainsi DPDgroup pourra offrir des solutions au marché du e-commerce intercontinental.

Au-delà du transport et de la livraison, ce type de services comportera également des solutions pour les plateformes de e-commerce, afin d'accompagner les clients de DPDgroup et leur permettre de prendre part à l'accélération du e-commerce.

Asendia, la *joint-venture* associant Le Groupe La Poste et La Poste Suisse, met en œuvre des services internationaux dans l'univers du e-commerce, et a développé des capacités complémentaires grâce à sa prise de participation dans eShopWorld. En rejoignant GeoPost/DPDgroup, Asendia et DPDgroup bénéficieront d'opportunités significatives de développement croisé et renforceront leur position.

En capitalisant sur les synergies internationales, DPDgroup entend accroître significativement la part de son activité intercontinentale pour atteindre 20 % de son chiffre d'affaires total d'ici 2025.

DPDgroup appuiera sa stratégie sur des projets capitalisant sur l'exploitation des données, l'innovation et une approche centrée sur le client. Grâce à des innovations comme le *live tracking*, Predict ou Precise, DPDgroup a défini des standards d'innovation orientée client dans les dernières années. DPDgroup poursuivra cette démarche d'innovation et renforcera ainsi sa maîtrise des données, dans l'optique de toujours améliorer l'expérience client et sa performance.

Le développement durable fait partie intégrante des engagements et de l'identité de DPDgroup. Chacun de ces objectifs sera donc poursuivi en conjonction avec une stratégie d'innovation et un engagement environnemental ambitieux, avec pour objectif de réduire de 30 % ses émissions de CO2 par colis d'ici 2025 (vs. 2013). 30 % de la pollution est générée par la logistique urbaine. Dans ce contexte, DPDgroup agit proactivement pour apporter sa contribution à l'amélioration de la qualité de l'air dans les villes. C'est pourquoi, en octobre 2020, DPDgroup a lancé un plan visant à assurer une livraison à faible taux d'émission dans les 225 plus grandes villes européennes représentant 80 millions d'Européens d'ici 2025. L'ambition est de réduire l'empreinte carbone de 89 % et les polluants de 80 % dans les villes concernées.

Un modèle fédérateur

DPDgroup souhaite poursuivre son développement en fédérant les énergies. Dans les vingt dernières années, de nombreux partenariats ont façonné le groupe et contribué à son succès. DPDgroup poursuivra son développement sur ce modèle fédérateur reposant sur des partenariats, afin de s'assurer que le savoir et l'expertise en local sont toujours privilégiés.

Boris Winkelmann conclut sur l'ambition et l'objectif global de DPDgroup :
"2020 a eu un impact profond et durable sur le e-commerce et le secteur de la livraison. Je suis fier de la résilience et de la réussite de toutes nos équipes partout dans le monde, et je pense que nous sommes mieux placés que jamais pour devenir la référence internationale de la livraison responsable et un facilitateur de premier plan du e-commerce. Les opportunités sont nombreuses, et nous sommes forts de notre culture de l'excellence et d'innovation, alors il n'y a pas de limite à ce que nous pouvons réaliser ensemble d'ici 2025 et au-delà".

À propos de DPDgroup

DPDgroup est le premier réseau international de livraison de colis en Europe. DPDgroup combine des technologies innovantes et un savoir-faire local pour proposer des services simples et flexibles, aux expéditeurs comme aux destinataires. Avec son service Predict, DPDgroup établit de nouveaux standards de service en mettant le client au cœur du processus de livraison. Avec 97 000 experts de livraison et un réseau de plus de 58 000 points Pickup, DPDgroup livre 7,5 millions de colis chaque jour, soit 1,9 milliard de colis par an, à travers les marques DPD, Chronopost, SEUR et BRT. Chez DPDgroup, nous visons à être une référence en matière de livraison durable et à devenir un acteur majeur de l'accélération du e-commerce. DPDgroup est le réseau international de livraison de colis de GeoPost, qui a enregistré un chiffre d'affaires de 11 milliards d'euros en 2020. GeoPost est une société holding détenue par le Groupe La Poste. Pour rester informé des dernières actualités, suivez DPDgroup sur www.dpdgroup.com, [Twitter](#), [LinkedIn](#) and [Instagram](#).