

Paris, le 31 juillet 2025

Résultats du premier semestre 2025

Geopost maintient son cap stratégique dans un marché difficile

Dans un contexte économique toujours complexe, marqué par des pressions macroéconomiques persistantes, Geopost a affiché une performance résiliente au premier semestre 2025. Malgré une croissance modérée des volumes de colis, Geopost a enregistré un résultat opérationnel de 253 millions d'euros, porté par la dynamique des segments stratégiques tels que la livraison hors domicile, les livraisons internationales et les livraisons alimentaires.

- **Geopost a réalisé un chiffre d'affaires de 7,629 milliards d'euros à fin juin 2025 :**
 - L'activité de livraison de colis de Geopost a enregistré une hausse de +1,8 % des volumes et une augmentation de +0,8 % de son chiffre d'affaires à l'échelle mondiale.
 - Si le chiffre d'affaires d'Asendia a reculé de 13 %, son résultat opérationnel reste solide et stable.
- **Les segments stratégiques ont poursuivi leur dynamique positive :**
 - Les volumes hors domicile ont progressé de +26 %,
 - Les livraisons internationales ont augmenté de +4 %,
 - Les livraisons alimentaires ont également affiché une croissance de 11 %.
- **Ces segments constituent des leviers clefs de différenciation à long terme et de création de valeur dans un marché logistique en pleine transformation.**
- **Geopost a également poursuivi ses efforts dans le cadre de sa feuille de route en matière de durabilité, en continuant à dissocier la croissance des volumes de celle des émissions carbone. Les données préliminaires font état d'une baisse de 2,5 % des émissions absolues de CO2 sur le périmètre SBTi au premier trimestre 2025, grâce à l'extension de la flotte de véhicules à faibles émissions et à un déploiement accru de solutions énergétiques alternatives.**

Yves Delmas, directeur général de Geopost, a déclaré :

« Dans un environnement macroéconomique toujours incertain, les résultats du premier semestre 2025 confirment la capacité de Geopost à maintenir son cap et à délivrer une performance résiliente. Malgré des pressions persistantes sur le marché, nous avons poursuivi nos efforts avec agilité et rigueur opérationnelle en restant pleinement engagés au service des consommateurs et des entreprises, sur l'ensemble de nos marchés. Nos trois moteurs de croissance – les livraisons hors domicile, alimentaires et internationales – ont de nouveau enregistré de solides résultats, confirmant la pertinence de nos choix stratégiques. Parallèlement, nous intensifions nos efforts en matière de durabilité, avec des avancées continues dans la décarbonation de nos opérations en Europe. Ces résultats résilients et l'élan que nous continuons d'impulser témoignent à la fois de la robustesse de notre modèle et de l'engagement sans faille de nos équipes à travers toute l'entreprise – un engagement que je tiens à saluer et remercier chaleureusement. »

Des résultats solides dans un environnement concurrentiel

Le premier semestre 2025 est resté difficile pour l'industrie du colis et de la logistique, toujours confrontée à un environnement macroéconomique et géopolitique fragile. Si les pressions inflationnistes se sont atténuées, le secteur reste soumis à des vents contraires structurels avec une demande atone, une intensification de la concurrence sur les prix et des incertitudes géopolitiques persistantes dans plusieurs régions.

Le résultat opérationnel de Geopost s'est élevé à 253 millions d'euros à fin juin 2025, contre 331 millions d'euros à la même période en 2024. Cette baisse reflète la conjonction d'une inflation persistante des coûts, d'une concurrence sur les prix et d'éléments non récurrents.

Priorité continue sur les segments à forte croissance

Au premier semestre 2025, Geopost a fortement progressé dans trois segments stratégiques : les livraisons hors domicile, les flux internationaux et les livraisons alimentaires, qui continuent à transformer la livraison de colis en Europe.

Les **volumes hors domicile** ont bondi de 26 % à fin juin, confirmant le rôle structurant de ce segment au sein de l'offre de services du groupe. Geopost a également continué de renforcer sa position sur **les livraisons transfrontalières et alimentaires spécialisées**, avec des performances solides enregistrées dans ces deux segments.

Plusieurs filiales de Geopost, notamment DPD Pologne, Chronopost en France, DPD Lettonie et DPD Lituanie, ont grandement contribué à cette dynamique, en adaptant leurs offres aux spécificités locales et en intensifiant leur présence sur ces marchés à fort potentiel.

Chronopost a également confirmé sa position de leader des livraisons B2B en France. Grâce à une croissance soutenue, des volumes en hausse et un engagement constant en matière d'innovation, l'entreprise s'impose comme un partenaire de référence pour les professionnels.

Geopost a ainsi développé l'un des réseaux de livraison hors domicile les plus denses et les plus étendus du marché, couvrant 28 pays européens en services transfrontaliers. Cette réalisation témoigne de l'engagement de Geopost à offrir à ses clients toujours plus de choix, de flexibilité et de praticité, grâce à une large gamme de solutions hors domicile à l'échelle européenne. Fin juin 2025, le réseau pan-européen hors domicile de Geopost couvrait 28 pays et comptait 138 000 relais et consignes. Alors que les consignes connaissent une forte croissance en Europe, Geopost a accéléré sa stratégie sur ce segment et propose désormais près de 38 500 consignes (soit 13 000 de plus qu'en juin 2024). A ce titre, DPD UK a signé en avril 2025 un partenariat stratégique majeur avec le réseau YEEP!, qui permettra d'ajouter 8 000 consignes supplémentaires au cours des cinq prochaines années.

Parallèlement, alors que les livraisons alimentaires et à température contrôlée continuent d'enregistrer une croissance forte et régulière (+11 % par rapport à juin 2024), la filiale italienne de Geopost, BRT, a étendu ses capacités de livraison alimentaire en Italie, renforçant ainsi son expertise et soutenant la croissance soutenue de ce segment à forte valeur ajoutée.

Maintenir les enjeux de durabilité au cœur de la stratégie de Geopost

Geopost a réduit ses émissions de CO2 sur le périmètre SBTi de 2,5% en valeur absolue au premier trimestre 2025, soit une baisse de 4% par colis, atteignant 910g/colis. Cette évolution témoigne des améliorations continues réalisées au sein du réseau Geopost, bien que les volumes traités soient en hausse.

En juin 2025, Geopost a rejoint l'*Alliance for Logistics Innovation through Collaboration in Europe (ALICE)* en tant que nouveau membre, afin de participer à des projets financés par l'Union européenne, contribuer à des groupes de travail sur la logistique urbaine et les émissions, et soutenir le développement de politiques publiques en la matière. Ce même mois, Geopost a également renouvelé son engagement auprès de l'initiative EV100 de Climate Group, un réseau mondial d'acteurs économiques engagés pour une mobilité zéro émission.

Dans son dernier [rapport de développement durable](#), Geopost a par ailleurs annoncé avoir franchi le cap des 10 000 véhicules de livraison électriques en activité à travers l'Europe. Pour répondre aux besoins de recharge de sa flotte actuelle et future, Geopost développe activement son infrastructure en déployant notamment des solutions de recharge intelligente. Dernièrement, DPD Suisse a conclu un partenariat avec autoSense pour devenir la première entreprise à tester la technologie chargeSmart. Ce système ajuste en temps réel la recharge des véhicules électriques (VE) en fonction des conditions du marché de l'énergie, de la disponibilité des énergies renouvelables et des horaires d'exploitation. Les principaux bénéfices incluent une automatisation de la recharge lors des périodes où les prix de l'électricité sont bas et la demande sur le réseau est faible. Cette initiative fait suite à la collaboration de DPD UK avec BP Pulse pour déployer une infrastructure de recharge rapide sur 17 sites, visant à réduire les coûts opérationnels et améliorer l'efficacité de la flotte.

A propos de Geopost

Geopost, leader européen de la livraison de colis et de solutions pour le e-commerce, est présente dans plus de 50 pays, sur tous les continents, grâce à son réseau d'experts en livraison, parmi lesquels : DPD, Chronopost, SEUR, BRT, Speedy, Jadlog et Asendia. En s'appuyant sur son expertise sectorielle, Geopost accélère le développement des services hors domicile avec Pickup, le réseau de points relais et consignes le plus dense d'Europe, tout en développant des solutions à température contrôlée pour les secteurs de l'alimentation et de la santé. Dans un monde qui accélère et se transforme, Geopost s'engage résolument sur de nouveaux territoires du e-commerce avec ESW via Asendia.

Avec 57 000 employés, Geopost travaille à rendre le commerce plus pratique, plus rentable et plus durable pour ses clients et ses communautés. Avec l'ambition de devenir une référence en matière de livraison durable, Geopost est la première entreprise internationale de livraison à voir son objectif « zéro émission nette d'ici 2040 » approuvé par l'initiative Science Based Targets (SBTi).

Filiale du groupe La Poste, Geopost a généré un chiffre d'affaires de 15,8 milliards d'euros et a livré 2,1 milliards de colis dans le monde en 2024.



Communiqué de presse

Contacts presse

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