

Paris, 28 février 2023

## **Geopost affiche des résultats solides malgré une année 2022 exigeante**

**Geopost annonce une hausse de 6% de son chiffre d'affaires en dépit du contexte opérationnel difficile de l'an passé**

- **Nouvelle hausse du chiffre d'affaires malgré un léger tassement des volumes en 2022**
  - 15,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires<sup>1</sup>, en hausse de 6% par rapport à 2021, démontrant la capacité de Geopost à s'adapter à des conditions de marché difficiles et à maintenir sa croissance.
  - 2,1 milliards<sup>2</sup> de colis livrés dans le monde, un volume en légère baisse par rapport à 2021 (-1,3%), reflétant un ralentissement global de la consommation et la normalisation du marché de la livraison de colis.
  - Résultat de Geopost de 669 millions d'euros<sup>3</sup>, en baisse par rapport à 2021 (1 071 millions d'euros), qui constituait une année record. Une baisse principalement liée à la légère baisse des volumes express, reflétant les premiers impacts de la baisse du pouvoir d'achat dans un contexte inflationniste, renforcée par un effet de base négatif lié au pic de trafic du premier semestre 2021 et à la dépréciation des actifs de DPD Russie (-149 millions d'euros).
- **Des avancées significatives dans la réalisation du plan stratégique « Together & beyond », visant à faire de Geopost la référence internationale en matière de livraison durable et le catalyseur de l'accélération du e-commerce**
  - Accélération de la croissance sur les segments de marché stratégiques, tels que la livraison hors domicile, les marchés de l'alimentaire et de la santé, les solutions de livraison à température contrôlée.
  - Renforcement de l'offre de logistique urbaine et spécialisée, avec l'acquisition de CitySprint, premier réseau de livraison le jour même au Royaume-Uni, et de CCherVous, spécialiste de la livraison de produits lourds et encombrants en France.
  - Poursuite de l'expansion internationale avec l'augmentation de la participation au capital d'Aramex, passant de 24,9 % à 28 %.
- **Poursuite du déploiement de la stratégie de développement durable avec l'ambition « zéro émission nette d'ici 2040 » formellement approuvée par l'initiative Science Based Targets (SBTi).**
- **En 2023, GeoPost/DPDgroup devient Geopost, réaffirmant sa stratégie de croissance internationale et de diversification**

---

<sup>1</sup> Chiffre d'affaires d'Asendia inclus, le groupe La Poste ayant intégré sa participation dans Asendia dans la gestion opérationnelle de Geopost depuis le 1er juillet 2021

<sup>2</sup> Résultats Geopost uniquement

<sup>3</sup> Résultat opérationnel d'Asendia inclus

**A l’occasion de la publication de ses résultats, Yves Delmas, PDG de Geopost, déclare :** « 2022 a été une année incroyablement difficile qui a mis en lumière la résilience de Geopost et sa capacité à s’adapter à des conditions de marché volatiles et défavorables. Grâce au travail et à l’implication de toutes nos équipes, nous avons pu garder le cap et enregistrer une nouvelle année de croissance tout en maintenant une solide performance opérationnelle. Nous amorçons 2023 avec détermination et avons toute confiance en notre capacité à poursuivre notre chemin de croissance rentable. En tant que pionniers de la décarbonation dans notre industrie, nous accélérons notre transition énergétique pour atteindre notre objectif ambitieux de zéro émission nette d’ici 2040 validé par la SBTi. »

### **A rebours du marché marqué par des conditions difficiles, Geopost enregistre une hausse de son chiffre d’affaires en 2022**

L’année 2022 a marqué le pas après deux années de résultats records portés par le dynamisme du marché de la livraison de colis dans le sillage de la pandémie Covid-19 et des confinements successifs, en raison des chocs géopolitiques et macroéconomiques majeurs de la période (guerre en Ukraine, forte hausse des coûts de l’énergie, inflation record dans de nombreux pays et ralentissement global de la consommation des ménages).

En conséquence, Geopost a enregistré une légère baisse des volumes (-1,3% par rapport à 2021), tout en maintenant un niveau de colis supérieur à 2 milliards par an, soit plus de 8 millions de colis livrés chaque jour. Malgré ce tassement des volumes, le chiffre d’affaires a continué de croître (+6% par rapport à 2021, une année record), démontrant la capacité de Geopost à s’adapter à des conditions de marché difficiles et à fidéliser ses clients malgré une hausse nécessaire de ses tarifs. Par ailleurs, l’année 2022 a vu un léger rééquilibrage entre les segments BtoB et BtoC, démontrant la pertinence du plan stratégique et du modèle hybride de Geopost : en 2022, 43% des volumes proviennent du segment BtoB, contre 42% en 2021.

En mai 2022, Geopost a annoncé son intention de se retirer du marché russe, après avoir suspendu toutes les expéditions vers et depuis la Russie dès février 2022. Geopost a déprécié les actifs de sa filiale russe à hauteur de 149 millions d’euros.

À la suite de cette dépréciation, le résultat opérationnel de Geopost s’élève à 818 millions d’euros en 2022, contre 1 071 millions d’euros en 2021, qui constituait une année record.

### **En 2022, l’entreprise a poursuivi avec succès le déploiement de son plan stratégique « Together & beyond »**

En 2022, Geopost a consolidé sa position de premier réseau international de livraison de colis en Europe, en occupant des positions fortes dans la plupart des pays :

- N° 1 en France, Espagne, Irlande, Italie, Slovaquie, Lituanie, Lettonie,
- N° 2 en Allemagne, au Royaume-Uni, en Autriche, au Portugal, en République tchèque, en Bulgarie, en Pologne et en Estonie,
- N° 3 en Suisse, en Croatie et en Slovénie.

En ligne avec son plan stratégique, l'entreprise a poursuivi son expansion basée sur trois piliers stratégiques : développer le cœur de métier, accélérer les initiatives dans les segments stratégiques et conquérir de nouveaux horizons géographiques.

### ***Une progression solide des principales ambitions***

Le déploiement des services de livraison **hors domicile, en points relais et consignes**, s'est fortement accéléré dans plusieurs pays. Les volumes hors domicile ont augmenté de 40% sur l'ensemble de l'année 2022. L'entreprise propose désormais 13 000 points Pickup de plus qu'à fin de l'année 2021, pour atteindre près de 83 000 points Pickup dans le monde.

Geopost a pour objectif d'offrir la meilleure couverture en Europe avec 100 000 points Pickup d'ici 2025, permettant à 90% des Européens d'être à moins de 10 minutes d'un point Pickup. Ces services de distribution sont au cœur de la stratégie de Geopost car ils enrichissent sa gamme de services, au plus près des évolutions des besoins des consommateurs.

Dans le domaine de la **livraison alimentaire**, Geopost a enregistré une légère croissance (+1 % du chiffre d'affaires par rapport à 2021, une année fortement impactée par les confinements), reflétant ainsi la profonde transformation des habitudes des consommateurs depuis la crise sanitaire. Geopost entend encore poursuivre le déploiement de son offre dans ce domaine, comme l'indique l'acquisition de la plateforme de livraison de produits frais Pourdebon.com en France et de Cool Runnings aux Pays-Bas, société experte dans le transport de produits frais et surgelés sous température dirigée. Geopost a également renforcé sa filiale Chronofresh, spécialiste de la livraison express réfrigérée, qui a connu un essor important en France.

Le **secteur de la santé** a également enregistré une croissance significative des ventes (+22,8%) et Geopost a confirmé l'investissement de 20 millions d'euros Chronopost dans sa division Chronopost Healthcare pour renforcer ses capacités logistiques. Biocair, la filiale de Geopost spécialisée dans la logistique des produits pharmaceutiques, des biotechnologies et des sciences de la vie, a enregistré une nouvelle année de croissance significative avec une augmentation de 30% des ventes par rapport à l'année précédente.

Geopost a renforcé sa **présence en logistique urbaine et spécialisée** en 2022. Par l'intermédiaire de sa filiale DPD UK, la société a finalisé l'acquisition de CitySprint, le premier réseau de livraison le jour même au Royaume-Uni. CitySprint, pour sa part, a annoncé l'acquisition de deux acteurs régionaux majeurs, EcoSpeed et Astral. En France, Geopost a acquis C ChezVous, société spécialisée dans la livraison de produits lourds et volumineux. En Espagne, l'offre de livraison urgente SEUR Now est désormais disponible dans 10 grandes villes. Plus d'un million de colis ont été livrés par SEUR Now en 2022 à l'aide d'une flotte presque entièrement à faibles émissions. Au Portugal, DPD Portugal s'est associée à Stuart pour lancer DPD Now, un nouveau service offrant aux marques et aux entreprises une expérience de livraison à la demande, rapide, efficace et flexible.

En 2022, Geopost a **renforcé son positionnement dans la chaîne de valeur du e-commerce** grâce à l'acquisition par eShopWorld de Scalefast, un fournisseur de solutions e-commerce basé à Los Angeles. eShopWorld est une filiale d'Asendia, dont Geopost assure la gestion opérationnelle. Asendia a atteint un chiffre d'affaires de 2 514 millions d'euros en 2022, soit une croissance de 16 % par rapport à 2021. L'entreprise a

profité du boom du e-commerce lié à la pandémie de COVID-19 et a su adapter rapidement ses processus pour répondre à la demande croissante.

### ***Geopost poursuit son expansion mondiale***

Geopost a renforcé sa position dans Aramex en augmentant sa participation au capital de l'entreprise de 24,9 % en 2021 à 28 % en 2022. Aramex dispose d'un puissant réseau international au Moyen-Orient, en Asie, en Afrique et en Océanie. Ce réseau complète idéalement la forte présence de Geopost sur les marchés européens de la livraison.

### **Geopost a pris des engagements forts et reconnus en matière de la livraison durable**

En juillet 2022, l'entreprise a soumis son ambition « zéro émission nette d'ici 2040 » à l'initiative Science Based Targets, qui l'a formellement approuvée en février 2023.

Ce faisant, l'entreprise contribuera à limiter l'augmentation de la température mondiale à 1,5 °C en accélérant son plan de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES). Geopost s'engage à réduire drastiquement ses émissions de GES des scopes 1, 2 et 3, de 43 % d'ici 2030 par rapport à 2020, et de 90 % d'ici 2040 par rapport à 2020. L'entreprise neutralisera également l'ensemble des émissions résiduelles (environ 10 %) grâce à des projets de compensation pertinents à partir de 2040.

Parmi les initiatives contribuant à cette ambition, Geopost a poursuivi, en 2022, la transformation progressive de ses flottes de véhicules. À la fin de l'année, 8 458 véhicules à faibles émissions (véhicules électriques, au gaz naturel et vélos cargos) étaient déployés. Geopost a pour objectif de doter 350 villes européennes (de plus de 50 000 habitants) de moyens de livraisons à faibles émissions d'ici 2025 : à la fin de l'année 2022, le déploiement a commencé dans 251 villes européennes, dont 97 sont déjà 100% desservies par des véhicules à faibles émissions.

En septembre dernier, Geopost a rejoint l'initiative de transport routier EV100+ en tant que membre fondateur. Cette initiative est menée par l'organisation internationale à but non lucratif Climate Group. En adhérant à cette initiative, Geopost s'engage à supprimer les émissions d'échappement de sa flotte de véhicules de plus de 7,5 tonnes d'ici 2040.

### **Une nouvelle identité pour soutenir l'expansion géographique et la diversification de Geopost**

Dans un monde en mutation qui remodèle l'industrie et les métiers de la logistique, GeoPost/DPDgroup transforme sa marque pour soutenir son ambition de croissance mondiale et promouvoir sa stratégie de diversification. En 2023, GeoPost/DPDgroup devient Geopost, une nouvelle marque permettant à l'entreprise de couvrir ses principaux domaines d'expertise actuels ainsi que les segments de croissance future :

- **La livraison** : le cœur de métier de Geopost dans le domaine du B2B, du B2C et de l'expédition et de la livraison de colis transfrontalières, y compris la livraison aux entreprises, à domicile et hors domicile.
- **La livraison spécialisée** : solutions de livraison spécialisées conçues pour répondre à des besoins spécifiques dans des secteurs tels que la santé, l'alimentation et la livraison le jour même.

- **Le nouveau commerce** : développement de solutions intégrées, digitales et alimentées par la data, qui couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur du e-commerce et soutiennent son expansion future.
- **Des programmes stratégiques** : pour conduire le changement sur le marché de Geopost (par exemple le baromètre e-shopper) et jouer un rôle de catalyseur face à la transition écologique et sociétale (par exemple le programme de développement durable Driving Change™).

Les marques commerciales (Chronopost, DPD, SEUR, BRT, Jadlog etc.) ne changent pas. La nouvelle marque Geopost sera une « marque ombrelle » sous laquelle les différentes marques commerciales présentes dans le monde pourront se développer. Cette marque clarifie également en France le lien avec le groupe La Poste, grâce à la présence de l'oiseau postal dans le logo Geopost.

\*\*\*

## À propos de Geopost

Geopost, leader européen de la livraison de colis et de solutions pour le e-commerce, est présente dans 49 pays, sur tous les continents, grâce à son réseau d'experts en livraison, parmi lesquels : DPD, Chronopost, SEUR, BRT, Speedy et Jadlog. En s'appuyant sur son expertise sectorielle, Geopost accélère le développement des services de livraison 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 eShopWorld via Asendia, epicery, Pourdebon.com.

Les 122 000 collaborateurs et partenaires de Geopost se mobilisent pour un commerce plus performant, plus rentable et plus durable pour ses différentes parties prenantes. 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).

Geopost, filiale du Groupe La Poste, a généré un chiffre d'affaires de 15,6 milliards d'euros et a livré 2,1 milliards de colis dans le monde en 2022.

## Contact Presse

Service de presse – groupe La Poste – [service.presse@laposte.fr](mailto:service.presse@laposte.fr)