

Mouvement au sein du comité exécutif du Groupe La Poste

Boris Winkelmann est nommé Président-directeur général de GeoPost/DPDgroup et Directeur Général Adjoint du Groupe La Poste

Philippe Wahl, Président directeur-général du Groupe La Poste a annoncé la nomination de **Boris Winkelmann au poste de Président-directeur général de GeoPost/DPDgroup et Directeur Général Adjoint du Groupe La Poste, membre du comité exécutif.**

DPDgroup est le réseau international de livraison de colis de GeoPost, une société holding détenue par le Groupe La Poste.

Boris Winkelmann a pris la responsabilité opérationnelle de GeoPost/DPDgroup depuis le 31 janvier en tant que Directeur Exécutif. Auparavant, il occupait les fonctions Président-directeur général de DPD Allemagne.

Il succède à **Paul-Marie Chavanne**, qui a fait valoir ses droits à la retraite.

Philippe Wahl a tenu à remercier très chaleureusement Paul-Marie Chavanne qui a piloté le développement du marché du colis / express (CEP) au sein du Groupe La Poste au cours des deux dernières décennies. Sous son impulsion, GeoPost/DPDgroup a multiplié son chiffre d'affaires par 10 en 20 ans. Cette activité représente désormais 30 % du chiffre d'affaires du Groupe La Poste.

Son successeur Boris Winkelmann aura à cœur de poursuivre la croissance de GeoPost/DPDgroup dans un contexte d'accélération du marché BtoC, de consolider ses positions sur le marché BtoB, et de poursuivre la dynamique d'acquisitions internationales sur les marchés émergents (Asie du Sud-Est, Amérique Latine, Moyen-Orient et Afrique). L'ambition de DPDgroup est également de réduire ses émissions de CO2 par colis de 30% d'ici à 2025 et de conserver sa position de leader sur le marché de la compensation carbone volontaire dans le secteur du colis express.

Biographie de Boris Winkelmann :



Boris Winkelmann a été nommé Directeur Exécutif de GeoPost/DPDgroup le 1er février 2020, puis Président-directeur général le 25 juin 2020, et par conséquent Directeur Général Adjoint du Groupe La Poste.

Boris Winkelmann occupait depuis 2014 les fonctions de Président Directeur Général (PDG) de DPD Allemagne. Boris Winkelmann compte 25 ans d'expérience dans l'industrie du colis et de l'express. Il a commencé sa carrière en 1994 chez TNT Express Worldwide où il a occupé différents postes de direction avant de rejoindre GeoPost en 1999. Il a coordonné l'acquisition d'une participation majoritaire dans DPD Allemagne jusqu'à l'achèvement du

processus en 2001, et a participé au développement international de GeoPost.

Boris Winkelmann est ensuite devenu entrepreneur et a co-fondé le service d'expédition en ligne LetMeShip, le service d'information et études de marché CEP-Research et ITA Consulting, un service de conseil en fusions et acquisitions.

La carrière tant personnelle que professionnelle de Boris Winkelmann est à la fois internationale et interculturelle. Fils d'une mère espagnole et d'un père allemand, il a grandi en France à Toulouse. Après des études de gestion des affaires internationales au European Business Programme à Bordeaux et Münster, il a suivi un Master en finance à l'Université Pontificia Comillas de Madrid.

Il parle couramment français, espagnol, anglais et allemand.

Boris Winkelmann est né à Hambourg en 1970. Il est marié et père de deux enfants.

GeoPost/DPDgroup : les chiffres clefs

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 77 000 experts de livraison et un réseau de plus de 46 000 points Pickup, DPDgroup livre 5,3 millions de colis chaque jour, soit 1,3 milliard de colis par an, à travers les marques DPD, Chronopost, SEUR et BRT.

En 2019, GeoPost/DPDgroup c'est :

- 7,8 milliards € (+6,7 % versus 2018) de chiffre d'affaires, soit 30 % du chiffre d'affaires du Groupe La Poste. 77 % du chiffre d'affaires est réalisé hors de France.
- 1,3 milliard de colis livrés dans le monde (+3 % versus 2018)
- 5,3 millions de colis livrés dans le monde (volumes quotidiens)
- 9,3 millions de colis livrés en Europe le 2 décembre 2019 (Cyber Monday) et 10 millions dans le monde
- Une présence dans 47 pays dans le monde et 23 pays en Europe (en propre)
- 77 000 experts de livraison, dont plus de 42 000 employés en équivalent temps plein
- BtoC : 45 % des volumes avec 2,2 millions de colis livrés par jour
- BtoB : 55 % des volumes
- Plus de 62 000 véhicules de livraison
- 900 véhicules à faibles émissions et ambition à 5 000 véhicules d'ici 2025
- Plus de 900 hubs et dépôts dans le monde
- 110 dépôts urbains dans 13 pays en Europe
- Plus de 46 000 points Pickup (relais commerçants et consignes) dans 27 pays du monde. En France (y compris DOM/TOM) : 11 541 points Pickup, dont 393 consignes
- N°1 du secteur du colis express sur le marché de la compensation carbone volontaire

GeoPost/DPDgroup et la crise de la Covid-19

DPDgroup a réussi à maintenir son activité dans ce contexte très difficile grâce à la capacité de ses filiales à s'adapter rapidement. Grâce à leur position forte dans tous les pays, les filiales de GeoPost ont en effet été très réactives aux différents contextes locaux et ont su soutenir l'effort national ainsi que les entreprises locales. Après une phase brutale de chute des volumes aux premiers jours du confinement en mars, une phase de croissance forte des volumes (B2C) a été constatée dans tous les pays. **En avril et en mai 2020, alors que le confinement a été mis en œuvre dans la plupart des pays européens, DPDgroup a livré plus de 300 millions de colis en Europe, soit 30 % de plus que l'année dernière.**

DPDgroup a notamment mis en place un processus de livraison sans contact dans tous les pays européens, maintenu l'activité de 60% de ses points Pickup (relais commerçants et consignes) dans le monde (50 % en France) pendant la crise, mais également construit un pont aérien depuis sa filiale de Lenton en Chine vers l'Europe, capable de livrer plus de 100 millions de masques et 130 000 litres de gel hydroalcoolique en 3 mois.

La pandémie a mis en lumière les activités et les travailleurs essentiels au service des nations. Les citoyens ont en effet redécouvert la valeur des services de livraison et de proximité. Le facteur « humain à humain », même dans un environnement sans contact a été essentiel.

En parallèle, le confinement a mis en évidence de manière très visible l'impact des activités humaines sur l'environnement, notamment en milieu urbain. La sensibilité écologique des consommateurs est confirmée comme une attente réelle et une exigence clé pour le développement post-Covid.

Ces enseignements confortent l'ambition de GeoPost/DPDgroup à développer ses services de proximité en interaction avec le destinataire, de poursuivre la diversification de ses véhicules et la réduction de ses émissions carbone. DPDgroup dispose déjà de 900 véhicules à faibles émissions, prévoit d'en avoir 5 000 véhicules d'ici 2025, et a réduit de 14% ses émissions de CO2 par colis en 2019 (vs. 2013).

La stratégie de GeoPost/DPDgroup pour les années à venir

Les axes stratégiques à long terme tiendront compte des enseignements de la crise Covid-19 qui a accéléré les évolutions déjà en cours:

- **Poursuivre le modèle hybride BtoB / BtoC** initié en 2008. En effet, GeoPost/DPDgroup a été l'un des premiers acteurs à anticiper le fort développement des volumes B2C, qui s'est confirmé pendant la crise sanitaire. **Poursuivre l'adaptation de l'outil de production** dans un contexte de croissance des volumes.
- **Préserver et continuer à développer l'activité B2B** en accompagnant au plus près les acteurs dans la reprise de leurs activités.
- **Développer les nouveaux segments de marché tels que la santé et le frais.** Le marché de la santé est un segment qui requiert un savoir-faire particulier et sur lequel DPDgroup a commencé à prendre des positions avec Biocair en 2012, puis avec l'acquisition via sa filiale Chronopost France, de BioLogistic (transport sous température dirigée) en juillet 2016. En décembre 2017, Chronopost France, poursuivant sa stratégie de développement dans le transport de produits sous température dirigée (food/fresh/santé) a signé le rachat de 100 % des sociétés du Groupe ALP (Delifresh, Freshlog et 360 Degrés Services).
- **Devenir l'opérateur de livraison de colis le plus durable** du marché par l'engagement de neutralité carbone pris depuis 2012, la réduction des émissions de CO2 par colis de 30% d'ici à 2025, et la mise en place de nouvelles solutions de logistique urbaine responsable.
- **Innover, faire évoluer les services** pour répondre aux évolutions rapides des habitudes de consommation. Via ses marques commerciales, DPDgroup propose une gamme complète et innovante de services BtoB et BtoC en matières de délais de livraison, de solutions personnalisées et à haute valeur ajoutée, ou encore d'empreinte carbone.

- **Poursuivre la consolidation du groupe** en étant attentifs aux perspectives de croissance en Europe, en Asie du Sud-Est, en Amérique Latine, au Moyen-Orient et en Afrique.
- **Poursuivre la préparation du Brexit sans accord** et accompagner ses clients dans un contexte réglementaire toujours incertain alors que l'échéance est fixée au 1^{er} janvier 2021.

Annexes

GeoPost/DPDgroup : un réseau puissant

GeoPost, la holding internationale du Groupe La Poste regroupe toutes ses activités commerciales sous la marque DPDgroup, soit :

- en France : Chronopost, DPD, Pickup et Stuart
- et à l'international : DPD dans la plupart des pays européens, SEUR en Espagne, et BRT en Italie.

DPDgroup est structuré autour d'un réseau en propre multi-domestique principalement en Europe, ainsi qu'en Russie, en Afrique du Sud, en Inde, Chine, Asie du Sud-Est et au Brésil.

GeoPost ayant été créé en 1999, en 20 ans la holding a su créer une position clé sur le marché européen en devenant le premier réseau de livraison de colis en Europe grâce à des positions fortes dans la plupart des pays, y compris en Russie:

- n° 1 en Espagne, en Pologne et en Lituanie ;
- n° 2 en France*, en Allemagne, en Autriche, en Estonie, en Irlande, en Italie, en Lettonie, au Portugal, au Royaume-Uni, et en Russie ;
- n° 3 en Slovénie et en Suisse.

DPDgroup enregistre une croissance de ses ventes particulièrement forte en : Pologne (+18 %) ; Royaume-Uni (+5,7 %) ; France (+5,5% par DPD France et +6,6% par Chronopost) ; Allemagne (+4,5%)

La France, l'Allemagne et le Royaume-Uni représentent 65 % de son chiffre d'affaires. 77 % du chiffre d'affaires de DPDgroup est réalisé hors de France.

** En France, les filiales de GeoPost/DPDgroup qui opèrent sous les marques Chronopost et DPD France sont n° 2 du marché, derrière Colissimo. Le Groupe La Poste (Colissimo + Chronopost + DPD France) est n° 1 en France.*

Les implantations de GeoPost/DPDgroup dans le monde :



Présence par marque et pays



- Allemagne, Belgique, Biélorussie, Croatie, Estonie, France, Hongrie, Irlande, Kazakhstan, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovénie, Suisse
- Autriche, Roumanie



- Royaume-Uni



- France, Ile Maurice
- Burkina Faso, Maroc



- Espagne



- Italie



- Afrique du Sud



- Bulgarie



- Brésil



- Inde



- Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Vietnam



- Russie



- Turquie



- Égypte

Nos autres activités internationales



- Basé à Hong Kong (Chine), opérations internationales (ex. Australie, États-Unis)



- Basé à Hong Kong (Chine), filiales en France et au Royaume-Uni
- Afrique du Sud, Chine, Corée du Sud, Émirats arabes unis, Hong Kong, Inde, Indonésie, Kenya, Philippines, Singapour, Sri Lanka, Taiwan, Thaïlande

- Participation majoritaire
- Participation minoritaire

GeoPost/DPDgroup : un groupe qui adapte ses offres aux besoins des clients

• Predict

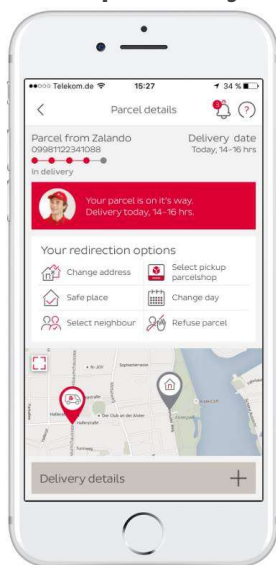


Lancé en 2010 par DPD UK, Predict est un service interactif, désormais disponible dans 20 pays européens*, qui permet d'assurer la livraison à domicile dans un créneau d'une heure, annoncé le matin même de la livraison (par e-mail, SMS) et qui offre également la possibilité de reprogrammer depuis son smartphone ou sur internet sa livraison à une autre date ou vers un autre lieu : nouvelle adresse, chez un voisin ou dans un relais Pickup de son choix.

Par ailleurs, le *live tracking* associé à Predict permet de suivre en temps réel le parcours du colis jusqu'au point de livraison et de réduire, dans certains pays, le créneau horaire de livraison.

*Allemagne, Autriche, Belgique, Croatie, Estonie, France (Chronopost et DPD France), Hongrie, Irlande, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suisse.

• Le portail myDPD



Pour permettre toujours plus de personnalisation du service par le destinataire, DPDgroup a lancé un nouveau portail destinataire accessible via une app et le web. Lancé en 2016 au Royaume-Uni et en Irlande, il a ensuite été déployé en Allemagne en 2017, puis en Belgique et au Luxembourg en juin 2019.

Cette nouvelle interface permet au destinataire d'accéder au service Predict, et donc d'être informé en temps réel sur sa livraison grâce au *live tracking*, et également d'interagir à tout moment (par exemple rediriger un colis vers un relais ou un voisin, ou encore modifier la date de livraison).

myDPD sera progressivement déployé dans environ 13 pays d'ici début 2021.

- **Livraison le jour-même ou « same day »**



Les clients de DPDgroup peuvent opter pour une livraison le jour-même en Espagne, Portugal, France, Royaume-Uni, Hongrie, Pologne, Estonie, Lituanie, Lettonie, Belgique et Luxembourg, voire une livraison dans les 2 heures en Allemagne (DPD Now) et en Espagne (SEUR Now).

Les commandes « same day » ont été multipliées par 4 en Europe pendant la crise de la Covid-19.

- **Le réseau de points Pickup (livraison hors domicile)**



Avec plus de 46 000 points Pickup (relais commerçants ou consignes) dans 27 pays du monde, DPDgroup dispose d'un réseau parmi les plus étendus du marché (dont 11 541 points Pickup en France, y compris DOM/TOM). Ce maillage de relais et consignes Pickup permet à 95 % des Européens de se situer à 15 minutes au plus d'un point Pickup.

Les relais commerçants gagnent du terrain dans les usages des e-acheteurs en Europe et apparaissent comme leur deuxième lieu de livraison préféré (après le domicile) selon le baromètre e-shopper 2019 de DPDgroup.

- **Le e-commerce alimentaire**



Lancé en France en novembre 2015 par Chronopost, Chronofresh rencontre un vif succès tant sur le marché du BtoC que sur le marché BtoB. Chronopost livre en moyenne en France chaque semaine 50 000 colis alimentaires et jusqu'à plus de 120 000 colis pendant le confinement.

La livraison alimentaire est également disponible en Espagne (SEUR Frío), en Allemagne et au Royaume-Uni (DPD Food) et en Belgique dès septembre (DPD Fresh).

• **Stuart**



Stuart, filiale spécialisée dans la course urbaine urgente, opère dans 3 pays : la France (95 villes), le Royaume-Uni (45 villes), et l'Espagne (2 villes). En France, l'entreprise est présente dans 50 villes d'Île-de-France et dans 45 villes hors Île-de-France, réparties sur l'ensemble des régions de France métropolitaine.

Trois nouvelles entités de Stuart ont été créées en 2019 :

- Stuart XL, livraison d'objets volumineux en poids-lourds (GNV et électriques)
- Stuart Logistics, livraison de colis depuis un réseau d'entrepôts urbains
- Stuart Retail, entité spécialisée dans la livraison de courses alimentaires.

• **La livraison « verte »**



Depuis septembre 2019, Chronopost livre l'intégralité de la ville de Paris en véhicules propres grâce à des véhicules, électriques ou voitures au gaz naturel (GNV) et grâce aux dépôts urbains, une première à l'échelle d'une capitale mondiale pour un transporteur de cette envergure. La mise en place de cette initiative permet de réduire 87 % des émissions de CO2 soit 560 tonnes de CO2 évitées (à 99 % de particules fines). L'objectif est de livrer à terme la plus grande partie du territoire français en véhicules décarbonnés.

En dehors de la France, GeoPost/DPDgroup déploie dans les principales villes européennes (Londres, Dublin, Hambourg, Madrid, Tallin et Varsovie notamment) un modèle de livraison verte basé sur la mise en place de dépôts urbains et le déploiement de véhicules alternatifs à faibles émissions. DPDgroup a également déployé un programme de mesure de qualité de l'air à l'échelle européenne (Lisbonne, Paris et Madrid pour l'instant) avec des capteurs sur les camionnettes et certains points Pickup. Les données sont fournies (gratuitement) aux autorités municipales et aux citoyens.

Les étapes du développement international de GeoPost/DPDgroup

- En 1999, Le Groupe La Poste crée GeoPost, société holding dont le rôle est de mener à bien les activités de colis express du Groupe. Chronopost devient la première marque leader de GeoPost sur le marché français. Dès lors, GeoPost se développe en misant sur l'acquisition de sociétés bien établies, occupant des positions centrales sur leurs marchés intérieurs.
- En 2001, GeoPost réalise sa première importante opération de croissance externe et acquiert 83,32 % des parts de DPD, le deuxième réseau de livraison de colis en Allemagne fondé en 1976.
- En 2003, GeoPost noue un partenariat stratégique avec Yurtiçi Kargo, première société de transport de marchandises en Turquie. Depuis, le partenariat s'est développé au niveau régional par croissance interne, par l'acquisition de sociétés ou de partenariats locaux par l'acquisition de parts majoritaires du capital en Russie, dans la CEI et dans les Balkans. La principale acquisition est Armadillo, société russe de logistique et de livraison express internationale. Dans l'intervalle, le Groupe renforce ses partenariats et ses activités dans les pays baltes, en Europe de l'Est, en Afrique et en Asie.
- En 2004, GeoPost entre au capital de SEUR, premier opérateur privé espagnol, à hauteur de 40 %, puis acquiert en 2006 Exapaq, leader du colis rapide en France, et en 2009 Pickup, entreprise spécialisée dans la gestion de relais.
- En 2011, GeoPost prend le contrôle de DPD Laser (Afrique du Sud) et une participation minoritaire dans Lenton (Hong-Kong).
- En 2013, GeoPost acquiert 40 % de DTDC, deuxième plus grand réseau de livraison de colis après la poste indienne.
- En 2014, GeoPost poursuit son développement en Europe et renforce ses positions sur le marché polonais avec le rachat de la société de messagerie Siodemka. Une acquisition qui complète l'offre de DPD Pologne, qui devient ainsi leader du marché polonais avec des ventes annuelles dépassant 240 millions d'euros. En Espagne, GeoPost poursuit le renforcement de ses positions au sein de SEUR en portant ses parts à 68 %.
- En 2015, GeoPost détient 100 % de DPD en Russie, Kazakhstan et Biélorussie. La marque internationale de livraison de colis de GeoPost est lancée : DPDgroup.
- En 2016, GeoPost/DPDgroup acquiert 100% de DPD Russie, 100% de BioLogistic en France et 60% de JadLog, n°2 du marché de la livraison express brésilien.
- En 2017, GeoPost/DPDgroup acquiert 100% de Stuart en France, l'expert de la livraison urbaine urgente. GeoPost/DPDgroup prend également une part minoritaire dans BRT, le leader italien du marché de l'express.
- En décembre 2017, Chronopost France rachète 100 % du capital du Groupe ALP composé des filiales Delifresh (livraison du dernier kilomètre des produits alimentaires sous température dirigée), Freshlog (stockage frigorifique et préparation de commande de produits alimentaires) et 360° Services (transport médical urgent et des déchets hospitaliers). Cette acquisition, effective au premier semestre 2018, permet à Chronopost de poursuivre le développement de Chronofood dans le domaine du transport sous température dirigée.

- En 2018, SEUR, déjà présent dans plusieurs villes d'Espagne, poursuit sa croissance en intégrant en janvier 2018, deux nouvelles franchises. GeoPost détient à fin décembre 2018, 94 % du franchiseur SEUR.
- Depuis janvier 2018, GeoPost/DPDgroup dispose d'une participation minoritaire dans Ninja Van, spécialiste du dernier kilomètre en Asie du Sud-Est (Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande et Vietnam).
- En septembre 2019, SEUR et TIPSA en Espagne concluent un accord en vue de l'entrée de SEUR dans le capital de la société de transport urgent de colis sur les marchés nationaux et internationaux et dans les agences liées à ses actionnaires (270 agences et 12 hubs).
- En octobre 2019, GeoPost/DPDgroup prend une participation majoritaire dans Lenton, le prestataire de services transfrontaliers basé en Asie (Hong Kong) qui lui permet de déployer la marque DPD en Chine.
- En novembre 2019, GeoPost/DPDgroup conclut un accord avec Geis pour acquérir leur activité colis (Geis Parcel) en République Tchèque et en Slovaquie, permettant à DPD de se renforcer sur son marché de la livraison du dernier kilomètre.
- En janvier 2020, GeoPost/DPDgroup prend la majorité du capital de BRT, entreprise familiale italienne, dont le groupe détenait des titres depuis 2017. BRT livre aujourd'hui plus de 650 000 colis par jour, grâce à 180 agences réparties sur le territoire italien et a réalisé un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros en 2019.

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 77 000 experts de livraison et un réseau de plus de 46 000 points Pickup, DPDgroup livre 5,3 millions de colis chaque jour, soit 1,3 milliard de colis par an, à travers les marques DPD, Chronopost, SEUR et BRT.

DPDgroup est le réseau international de livraison de colis de GeoPost, qui a enregistré un chiffre d'affaires de 7,8 milliards d'euros en 2019. GeoPost est une société holding détenue par le Groupe La Poste.

Vous pouvez également suivre l'actualité de DPDgroup sur www.dpdgroup.com, [Twitter](#), [LinkedIn](#) et [Instagram](#)

Contact presse :

Service de presse Le Groupe La Poste
Stéphanie Fraisse : stephanie.fraisse@laposte.fr