

Paris, le 02 août 2023

## Résultats semestriels 2023

# Geopost poursuit le déploiement de sa stratégie dans un environnement difficile

- Dans un contexte d'inflation persistante, Geopost<sup>1</sup> annonce un chiffre d'affaires de 7 639 millions d'euros en légère hausse (+2,2%) malgré une baisse globale des volumes de colis (-1,6%) et l'impact d'éléments non-récurrents significatifs
- Renforcement des segments de marché stratégiques tels que la livraison hors-domicile grâce au développement du réseau Pickup, et les livraisons sous température dirigée *via* l'extension du réseau Chronopost
- Des performances transfrontalières dynamiques et la poursuite de l'expansion à l'international, à travers la création de DPD Argentine par le biais d'une joint-venture avec le leader domestique TASA Logística
- Une étape clé dans sa stratégie de développement durable : l'approbation de la trajectoire « net zéro à 2040 » de la société par la SBTi<sup>2</sup>, et le lancement du calculateur carbone.

**Yves Delmas, directeur général de Geopost, commente :** « Dans un contexte de vents contraires significatifs, Geopost a poursuivi avec détermination sa trajectoire portée par sa stratégie « Together & Beyond » sur le premier semestre. En Europe, nos filiales ont fait preuve de résilience sur le segment BtoB et nous constatons également une croissance prometteuse des flux transfrontaliers grâce à une offre « day certain » améliorée. Nous avons aussi renforcé notre position sur des segments stratégiques tels que la livraison hors-domicile et la livraison sous température dirigée, qui confirment leur important potentiel de croissance. Je suis également fier de l'énorme travail accompli par nos équipes pour faire avancer l'entreprise sur sa trajectoire de décarbonisation. Début 2023, Geopost est devenue la première entreprise mondiale de livraison de colis à voir ses objectifs de réduction des émissions de

---

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

<sup>2</sup> Science Based Targets initiative : organisme international qui permet aux entreprises de fixer des objectifs ambitieux de réduction des émissions, conformément aux dernières données scientifiques sur le climat.

*CO2 à court et à long terme approuvés par le SBTi, et nous avons lancé notre propre calculateur carbone pour aider nos clients à mesurer leurs émissions. Ces réalisations sont des étapes majeures de notre feuille de route de développement durable et reflètent notre détermination inébranlable à atteindre notre ambition de zéro émission nette. »*

## **Légère croissance du chiffre d'affaires dans un environnement difficile**

Les dynamiques de marché qui ont prévalu en 2022 se sont poursuivies au premier semestre 2023. Les incertitudes et les perturbations causées par la guerre en Ukraine demeurent, l'inflation, les prix élevés de l'énergie et la volatilité persistent. Cet environnement de marché défavorable a un impact sur les dépenses des ménages et les habitudes de consommation dans la plupart des marchés de Geopost, qui affichent un déclin de l'activité du e-commerce, en particulier au Royaume-Uni et en Allemagne.

Pour contenir les effets négatifs de ces conditions de marché difficiles, Geopost a mis en œuvre une série de mesures d'efficacité opérationnelle en adaptant sa politique tarifaire à l'environnement. Il en résulte une légère augmentation du chiffre d'affaires de 2,2%, malgré les variations de volumes observées dans l'ensemble du secteur. Les volumes enregistrés par Geopost sur le premier semestre sont en baisse de 1,6% par rapport au premier semestre 2022. A noter que Geopost a réussi à poursuivre le déploiement de sa stratégie de rééquilibrage du BtoB vers le BtoC : 57% des volumes sont BtoC au premier semestre 2023, contre 56% à la même période en 2022.

Certaines filiales de Geopost ont enregistré une bonne performance au cours du premier semestre, avec une augmentation de leur chiffre d'affaires organique, comme la France (+2,6%)<sup>3</sup>, l'Italie (+5,4%), la Pologne (+4,1%) et l'Espagne (+4,2%), tandis que d'autres ont enregistré une baisse, comme le Royaume-Uni (-1,8%), l'Allemagne (-4,9%) et le Benelux (-1,9%).

Le résultat d'exploitation de Geopost s'élève à +74,7 millions d'euros, en baisse de 228 millions d'euros. A périmètre et taux de change constants (20 millions d'euros), la décroissance organique est de -208 millions d'euros.

Des éléments non récurrents significatifs impactent le résultat opérationnel de Geopost :

- Au 30 juin 2022, la dépréciation des actifs de DPD Russie pour -157 millions d'euros, et
- Au 30 juin 2023, les provisions relatives aux procédures judiciaires en cours dans sa filiale italienne de -162 millions d'euros<sup>4</sup> et la dépréciation des actifs de Stuart de 134 millions d'euros<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Evolution des chiffres d'affaires combinés de DPD France et Chronopost

<sup>4</sup> Sur des sujets fiscaux et sociaux relatifs à des prestations de sous-traitance

<sup>5</sup> Motivée par l'accumulation des pertes depuis son acquisition et la difficulté à envisager un retournement financier à horizon raisonnable

Hors éléments non récurrents significatifs, la baisse du résultat opérationnel de Geopost est de -70 millions d'euros à périmètre et taux de change constants, reflétant principalement le ralentissement économique des activités colis et express dans un contexte macro-économique défavorable.

## **Poursuite et réussites du déploiement de la stratégie « Together & Beyond »**

Au premier semestre 2023, Geopost maintient le cap sur les trois axes de sa stratégie " Together & Beyond " : développer son cœur d'activité, accélérer les initiatives sur les segments stratégiques et conquérir de nouveaux horizons géographiques.

### ***Principaux développements sur les segments stratégiques***

Geopost a fortement développé son activité hors-domicile, l'un des principaux piliers de sa stratégie BtoC. L'entreprise a étendu son réseau Pickup de plus de 14 000 points au premier semestre 2023 et compte désormais plus de 97 000 points Pickup dans le monde. Cette expansion s'est réalisée notamment en rejoignant les réseaux de stations-services Esso et Louvre Hotels Group en France, et le réseau de magasins Zabka en Pologne, entre autres actions.

Des progrès significatifs ont été réalisés dans le domaine de la livraison sous température dirigée, un autre domaine stratégique de développement. En effet, le chiffre d'affaires et les volumes des produits sous température dirigée ont augmenté respectivement de 12,7 % et de 15,6 % par rapport au premier semestre 2022. Ce segment est attendu en croissance car Geopost a annoncé le lancement de quatre hubs Chronopost nouvelle génération en France dédiés à l'alimentaire et à la santé, deux activités sous température dirigée. Chronopost, filiale de Geopost, est ainsi devenu le transporteur français disposant du plus grand réseau de transport sous température dirigée dans le pays. En Espagne, la filiale de transport sous température dirigée SEUR frío est devenue la première du pays à recevoir la certification ISO 23412 pour le transport sous température dirigée. Comparé à S1 2022, DPDfresh a vu son chiffre d'affaires augmenter de 79% et ses volumes de 82%. En 2023, DPD Portugal et DPD Lituanie lanceront également une solution de livraison de produits frais.

### ***Un réseau mondial qui se renforce***

Après l'acquisition réussie de Jadlog au Brésil en 2017, Geopost poursuit son développement en Amérique latine et s'implante en Argentine avec DPD Argentine, une joint-venture avec le leader du marché domestique, l'entreprise familiale TASA Logística. DPD Argentine saisira les opportunités offertes par la croissance rapide du e-commerce argentin (+23%<sup>6</sup> en 2022 comparé à 2021) en bénéficiant à la fois de l'empreinte historique de TASA et de l'expérience de Geopost dans la livraison du dernier kilomètre pour le BtoB et le BtoC. DPD Argentine ambitionne de devenir un leader du marché de la livraison au dernier kilomètre au cours des cinq prochaines années.

---

<sup>6</sup> Source : e-Marketer

Geopost, aux côtés du groupe La Poste, a conclu un partenariat majeur avec CMA CGM et CEVA Logistics afin d'exploiter les atouts complémentaires en supply chain des deux groupes en Europe, hors de France. Cette alliance renforcera ses partenaires dans les domaines de la livraison du dernier kilomètre, de la logistique inversée, des services d'économie circulaire et du contrôle des émissions carbone, qui sont autant d'éléments de la stratégie "Together & Beyond" de Geopost.

Dans l'ensemble, Geopost enregistre une croissance solide sur les flux internationaux, avec +4,2% en volumes et +1,3% en chiffre d'affaires sur S1 2023 vs S1 2022, montrant le fort potentiel de cette priorité stratégique pour l'entreprise.

### **Des actions tangibles pour montrer la voie en matière de livraison durable**

En février 2023, Geopost est devenue la première entreprise mondiale de livraison de colis à voir ses objectifs de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> à court et à long terme approuvés par l'initiative Science Based Targets (SBTi). En réduisant de manière significative ses émissions absolues de gaz à effet de serre (GES) sur les scopes 1, 2 et 3, et avec une première étape de réduction d'ici 2030, Geopost contribuera à limiter l'augmentation de la température mondiale à 1,5°C. Cette approbation historique soutient scientifiquement le plan de Geopost visant à atteindre zéro émission nette d'ici 2040 et renforce l'entreprise dans son ambition d'être la référence internationale en matière de livraison durable.

En juin 2023, Geopost a lancé son calculateur carbone. Cet outil numérique est un service conçu pour et avec les clients de Geopost afin de soutenir les stratégies de réduction d'émissions carbone des expéditeurs et de leur permettre de suivre, analyser, déclarer et finalement réduire leurs émissions carbone sur le long terme.

Plusieurs initiatives locales ont également été lancées à travers l'Europe par des filiales pour soutenir Geopost dans ses ambitions en matière de développement durable : DPD Suisse, DPD République tchèque, Chronopost et DPD France utilisent désormais des camions électriques pour des besoins spécifiques de distribution localisée, DPD UK est en train de remplacer ses poids lourds diesel par des carburants renouvelables, Biocair a ajouté des camionnettes 100% électriques à sa flotte de véhicules de livraison et de collecte, SEUR et Repsol ont conclu un accord de développement durable qui comprend l'installation et l'exploitation de plus de 150 points de recharge pour véhicules électriques en Espagne, et DPD Lettonie a lancé un programme de mesure de la qualité de l'air à Riga, parmi d'autres.

## A 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 ESW 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.

## Contacts presse

La Poste group Press Department – [service.presse@laposte.fr](mailto:service.presse@laposte.fr)