

1^{er} août 2024

Geopost affiche une croissance stable au premier semestre 2024

- Geopost a enregistré une hausse de 1,3%¹ de son chiffre d'affaires au cours du premier semestre 2024. Les volumes de colis ont notamment augmenté de 2,6%, avec plus d'un milliard de colis livrés dans le monde.
- Trois moteurs stratégiques ont alimenté la croissance de Geopost : les livraisons hors domicile (+25% en volume), les livraisons internationales (+10% en volume) et les livraisons alimentaires (+7 % en volume).
- Geopost poursuit ses progrès en matière de développement durable, avec une réduction constante (-7,8% au T1 2024, par rapport au T1 2023²) de ses émissions de carbone en valeur absolue sur le périmètre SBTi, malgré la croissance des volumes.

Yves Delmas, directeur général de Geopost, a déclaré : « Nos résultats du premier semestre démontrent la résilience de Geopost dans un environnement incertain et sa volonté de toujours fournir des services de qualité aux consommateurs et aux entreprises sur l'ensemble de ses marchés. Les livraisons alimentaires, internationales et hors domicile, trois secteurs à forte croissance qui sont au cœur de notre stratégie "Together & Beyond", ont enregistré des résultats solides. Nous poursuivons en parallèle la mise en œuvre de notre stratégie de développement durable, comme en témoigne la réduction de 7,8 % de nos émissions de gaz à effet de serre à la fin du mois de mars 2024. En résumé, nos résultats valident notre stratégie à long terme "Together & Beyond" dans un environnement de marché complexe et concurrentiel. »

Une dynamique de croissance positive dans un environnement incertain

Le premier semestre 2024 est resté difficile pour le secteur, toujours affecté par les tensions macroéconomiques, les impacts à retardement de l'inflation sur le coût de la main d'œuvre ces dernières années, et le contexte politique en Europe et dans le monde. Cet environnement défavorable a continué à peser sur les dépenses des ménages et les habitudes de consommation à travers l'Europe. En effet, la baisse du e-commerce a ralenti sur le premier trimestre 2024, mais reste persistante, notamment en France (-1,5% en ventes), en Allemagne (-3% en ventes) et au Royaume-Uni (-5% en ventes)³.

En outre, les conditions défavorables ont contribué à la compression de nos marges et ont donc affecté notre performance financière.

¹ Comprenant le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation d'Asendia, La Poste Groupe ayant intégré sa participation dans Asendia dans la gestion opérationnelle de Geopost depuis le 1^{er} juillet 2021.

² Ce chiffre n'est pas définitif car il doit encore faire l'objet d'une vérification par un tiers. Il couvre le périmètre de notre engagement net zéro approuvé par l'initiative SBTi : BRT (Italie), Chronopost (France), DPD Belgique, DPD Croatie, DPD République tchèque, DPD Estonie, DPD France, DPD Allemagne, DPD Hongrie, DPD Irlande, DPD Lettonie, DPD Lituanie, DPD Pays-Bas, DPD Pologne, DPD Portugal, DPD Slovaquie, DPD Slovénie, DPD Suisse, DPD UK, SEUR (Espagne).

³ Sources: Fevad (France), IMRG (Royaume-Uni), BEVH (Allemagne)

En dépit de ces difficultés et d'un marché de plus en plus concurrentiel, Geopost a enregistré sur le premier semestre une hausse de 1,3 % de son chiffre d'affaires, et ses volumes ont par ailleurs augmenté de 2,6% par rapport à l'année dernière.

Le résultat opérationnel de Geopost s'élève à 331 millions d'euros, soit une augmentation de 256 millions d'euros par rapport au S1 2023. Le résultat opérationnel de Geopost est impacté par les éléments non récurrents suivants :

- au 30 juin 2023, le provisionnement relatif aux procédures judiciaires chez sa filiale italienne de -162 millions d'euros, la dépréciation des actifs de Stuart de -134 millions d'euros,
- au 30 juin 2024, de +60 millions d'euros, résultant notamment d'une cession interne interbranches et d'ajustements d'éléments non récurrents passés.

Hors changements de périmètre, effets de change et éléments non récurrents, le résultat opérationnel de Geopost a diminué de 112 millions d'euros, reflétant l'environnement macro-économique défavorable.

Développement des segments stratégiques de « Together & Beyond »

Geopost a fait preuve de résilience en tirant parti de segments à forte croissance et en mettant en œuvre efficacement sa stratégie « Together & Beyond », notamment dans le hors domicile, l'international et l'alimentaire.

Geopost et ses marques commerciales DPD, Chronopost (France), BRT (Italie), SEUR (Espagne) et Speedy (Bulgarie) ont significativement renforcé leur présence dans les **livraisons hors domicile en Europe**, un segment qui a connu une croissance constante ces derniers mois en raison d'une hausse de la demande des consommateurs. Pour le seul premier semestre 2024, les livraisons hors domicile ont augmenté de 25 % en volume. Geopost a développé l'un des réseaux hors domicile les plus denses et les plus étendus du marché, avec 115 000 magasins relais et consignes en Europe, notamment en France (19 000 points), en Espagne (7 000 points), en Italie (9 000 points avec Fermopoint), en Allemagne (8 000 points) et au Royaume-Uni (11 000 points). Les consignes connaissant également une forte croissance en Europe, Geopost accélère sa stratégie en la matière et propose aujourd'hui près de 25 000 consignes (10 000 de plus qu'en juin 2023). Le nombre de consignes continuera de croître dans les années à venir.

Des progrès importants ont également été réalisés dans les **livraisons alimentaires et internationales**. Au cours du premier semestre 2024, Geopost a continué d'accélérer l'expansion de ses activités intra-européennes, avec une croissance de 9% en volume par rapport à fin juin 2023. Cette croissance est notamment le résultat de l'augmentation des livraisons hors domicile : sur les six premiers mois de 2024, les livraisons hors domicile transfrontalières de Geopost ont augmenté de 73% par rapport à 2023. Les livraisons de produits alimentaires affichent également une forte croissance, avec une augmentation de 7% en volume. La livraison sous température contrôlée est de son côté en augmentation de 21%. A ce jour, sept entités du réseau Geopost peuvent offrir une expertise en matière de température contrôlée : BRT en Italie, Chronofresh en France, DPD Belux, DPD Lituanie, DPD Pologne, DPD Portugal et SEUR en Espagne.

Réduction continue de l'empreinte carbone

En 2023, Geopost a consolidé son rôle de référence en matière de livraison durable, en devenant la première entreprise mondiale de livraison de colis à voir sa trajectoire « zéro émission nette d'ici 2040 » approuvée par l'**initiative Science-Based Targets (SBTi)**.

Parmi les initiatives qui alimentent cette ambition, Geopost a encore accéléré au premier semestre 2024 la transformation progressive de sa flotte de véhicules. À ce jour, plus de 9 300 véhicules à faibles émissions (électriques, véhicules au gaz naturel et vélos-cargos) ont été déployés à travers l'Europe, et 126 villes européennes sont désormais desservies par des véhicules 100 % à faibles émissions. Avec une flotte de livraison à plus de 30 % électrique, DPD UK et DPD Hongrie sont à la pointe de ce plan de décarbonation. L'effort de décarbonation s'étend également au transport longue distance, avec 16,6 % du kilométrage total effectué à l'aide d'énergies alternatives (électrique et biocarburant/HVO) au premier trimestre 2024.

Au total, Geopost a réduit ses émissions de carbone sur le périmètre SBTi de 7,8 % en valeur absolue au premier trimestre 2024, ce qui équivaut à une réduction de 9,7% par colis.

En Europe, Geopost progresse également grâce à des investissements qui répondent aux normes les plus strictes en matière de développement durable. Le nouveau hub de DPD Portugal, qui représente un investissement de 25 millions d'euros et une superficie de 12 000 m², est certifié BREEAM Excellent, un label qui reconnaît la performance environnementale supérieure du site.

En France, Pickup a lancé cette année des consignes innovantes équipées de panneaux solaires, plus faciles à installer et plus économes en énergie puisqu'elles ne nécessitent pas d'alimentation électrique.

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 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.

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 15,7 milliards d'euros et a livré 2,1 milliards de colis dans le monde en 2023.

Contact presse

Le groupe La Poste, Service de Presse – service.presse@laposte.fr