

Paris, le 2 mars 2022

GeoPost/DPDgroup accélère sa croissance en 2021 et réalise une performance opérationnelle record

- **GeoPost/DPDgroup annonce aujourd'hui des résultats annuels record, avec une augmentation de 14,8 % de son chiffre d'affaires, plus de 2 milliards de colis livrés dans le monde et un résultat d'exploitation supérieur à 1 milliard d'euros pour la première fois de son histoire. Dans un environnement encore affecté par la crise sanitaire mondiale qui a contribué à la forte dynamique du e-commerce, GeoPost/DPDgroup a joué son rôle pour soutenir le rebond de l'activité économique à travers le monde.**
- **En 2021, l'entreprise a lancé son plan stratégique "*Together & Beyond*", avec pour objectif de faire de GeoPost/DPDgroup la référence internationale en matière de livraison durable et un acteur majeur de l'accélération du e-commerce.**
- **En 2021, GeoPost/DPDgroup a poursuivi la dynamique de 2020 et a enregistré de solides performances. L'entreprise a consolidé son développement sur les segments clé, tout en poursuivant son expansion internationale :**
 - Un chiffre d'affaires de 14,7 milliards d'euros, en croissance de 14,8 % par rapport à 2020 qui était déjà une année record*
 - Un résultat d'exploitation supérieur à 1 milliard d'euros (1,057 milliard d'euros), en hausse de 25 % par rapport à 2020*
 - 2,1 milliards de colis livrés dans le monde, soit l'équivalent de 8,4 millions de colis par jour
 - GeoPost/DPDgroup a battu son record de volume quotidien traité avec 12,2 millions de colis en Europe lors du Cyber Monday de novembre 2021
 - Renforcement du positionnement de l'entreprise en Europe et dans le monde grâce au rachat de Speedy AD en Bulgarie et DPD Roumanie ainsi qu'à l'acquisition de TIPSA en Espagne, à l'augmentation de sa participation au capital de Ninja Van (Asie du Sud-Est) et à une entrée au capital d'Aramex (Moyen-Orient)
 - Développement de la livraison hors domicile avec l'acquisition de 25 % de PUDO24, un réseau de consignes en Espagne et au Portugal, et le déploiement de 70 000 points Pickup (consignes et points relais) dans 31 pays
 - Accélération de la croissance sur des segments de marché spécifiques tels que la santé et l'alimentaire, grâce à la croissance organique et à des acquisitions telles qu'Epicery (participation majoritaire) en France et BK Pharma Logistics aux Pays-Bas

* y compris Asendia (résultats annuels), le groupe La Poste ayant intégré sa participation dans Asendia dans la gestion opérationnelle de GeoPost/DPDgroup depuis le 1er juillet 2021

Yves Delmas, Directeur Général et Directeur des opérations en Europe de GeoPost/DPDgroup :
« Les résultats atteints en 2021 sont impressionnants et confortent la dynamique de croissance de GeoPost/DPDgroup : en l'espace de deux ans, le chiffre d'affaires a augmenté de 60 % et le résultat d'exploitation a doublé. Cette performance remarquable a été rendue possible par l'engagement quotidien de nos équipes. Ces résultats témoignent aussi du travail exceptionnel accompli par Boris Winkelmann, Président et Directeur Général de GeoPost/DPDgroup, dont le décès tragique en décembre dernier nous a tous profondément bouleversés ».

Un environnement de marché qui se normalise

L'année 2021 a été une fois de plus marquée par la crise sanitaire mondiale, qui a profondément modifié les habitudes et le comportement des consommateurs et qui a continué à soutenir la forte croissance du *e-commerce* au premier trimestre, avec une augmentation de 34 % des volumes de colis traités. Du deuxième au quatrième trimestre, avec la fin des confinements dans la plupart des pays, la croissance de l'activité est revenue à des niveaux proches de ceux d'avant la crise du Covid-19 à 7 %. Sur l'ensemble de l'année, les volumes ont augmenté de 14 %.

Comme l'illustre [le baromètre e-shopper 2021](#) de GeoPost/DPDgroup, certaines tendances identifiées pendant la pandémie sont durables, comme la croissance de l'alimentaire : 35 % des *e-shoppers* réguliers ont commandé des aliments frais et des boissons en ligne depuis janvier 2021.

En 2021, GeoPost/DPDgroup a démarré la mise en œuvre de son plan stratégique 2025

Dans le cadre du plan stratégique du groupe La Poste « La Poste 2030, engagée pour vous », GeoPost/DPDgroup a défini sa trajectoire de transformation à l'horizon 2025, avec l'ambition de devenir la référence internationale de la livraison durable et un acteur majeur de l'accélération du *e-commerce*, et vise un chiffre d'affaires de 25 milliards d'euros. Cette trajectoire s'appuie principalement sur trois piliers :

- Développer son cœur de métier
- Accélérer les initiatives dans les segments stratégiques
- Conquérir de nouveaux horizons

Développer son cœur de métier

En 2021, GeoPost/DPDgroup a continué à renforcer son cœur de métier par des opérations majeures telles que le rachat (69,8 %) de Speedy AD en Bulgarie et de DPD Roumanie, l'acquisition de 100 % de TIPSA en Espagne, de 100% de Fast+Furious en Afrique du Sud et l'intégration des activités colis de Geis dans DPD République Tchèque et Slovaquie.

GeoPost/DPDgroup est désormais le premier réseau de livraison de colis international en Europe, avec un positionnement fort dans la plupart des pays :

- No. 1 en France*, Italie, Espagne, Pologne, Irlande, Slovaquie, Lituanie, Lettonie
- No. 2 en Allemagne, au Royaume-Uni, Autriche, Belgique, Portugal, République Tchèque, Bulgarie et en Estonie
- No. 3 en Russie, Suisse, Croatie, et Slovénie.

GeoPost/DPDgroup a investi également 562 millions d'euros pour accroître ses capacités de livraison, notamment pour la construction de nouveaux hubs (DPD Benelux, DPD France et Chronopost) et de dépôts (DPD Allemagne, DPD Royaume-Uni, DPD France et Chronopost).

*pour l'express

Accélérer les initiatives dans les segments stratégiques : hors-domicile, santé et alimentaire

En 2021, GeoPost/DPDgroup continue de déployer ses réseaux de livraison hors-domicile et consolide sa croissance sur les segments de la santé et de l'alimentaire, deux secteurs en expansion.

L'année dernière a été marquée par la poursuite du déploiement du réseau de points Pickup (consignes et points-relais), avec par exemple l'accélération de l'offre Shop2Shop (axée sur le C2C), ou l'acquisition de 25 % de PUDO24, un réseau de consignes en Espagne et au Portugal. A terme, GeoPost/DPDgroup prévoit d'offrir la meilleure couverture en Europe avec 100 000 points Pickup, dans le but de permettre à 90 % de la population européenne d'accéder à un point Pickup en moins de 10 minutes. Ce déploiement est déjà bien engagé, avec 70 000 points actifs dans 31 pays fin décembre 2021, notamment grâce à des filiales comme Fermopoint en Italie ou des partenaires comme PostNord en Scandinavie.

GeoPost/DPDgroup a profité de la dynamique du secteur de la santé pour acquérir BK Pharma Logistics, une société néerlandaise spécialisée dans le transport en température contrôlée de produits pharmaceutiques pour de grandes entreprises nationales et internationales, et a consolidé le développement de sa filiale Biocair, spécialiste de la livraison de produits pharmaceutiques, biotechnologiques et des biosciences, qui a confirmé sa forte trajectoire de croissance avec une augmentation de 70 % de son chiffre d'affaires en 2021.

GeoPost/DPDgroup a poursuivi sa croissance dans le secteur de l'alimentaire en prenant une part majoritaire dans Epicery, une place de marché digitale française permettant la livraison à domicile de produits frais, locaux et de qualité. Avec cette acquisition stratégique, GeoPost/DPDgroup développe son offre de services, notamment vers le modèle *direct-to-consumer*, de plus en plus populaire. L'achat en ligne de produits alimentaires a été l'un des segments à plus forte croissance en 2021. Avec la crise sanitaire, les volumes d'achats en ligne prévus dans 3 ans ont déjà été atteints cette année. De nouvelles tendances émergent, comme la livraison de repas, la demande de produits bios ou la préférence des consommateurs pour le commerce équitable. Ces tendances sont illustrées par les développements rapides des plateformes de livraison de repas telles que DPD fresh en Belgique, SEUR Frio en Espagne et Chronofresh en France, qui ont connu une croissance de 41 % et généré 90 millions de chiffre d'affaires. Dans l'ensemble, le segment alimentaire de GeoPost/DPDgroup a connu une croissance de 48 % de son chiffre d'affaires en 2021 par rapport à 2020.

De nouveaux services urbains ont également été développés avec Stuart (expansion en Pologne et au Portugal), et avec l'acquisition de CitySprint, la société leader des services de livraison le jour même au Royaume-Uni.

Conquérir de nouveaux horizons

Le développement international en dehors d'Europe est l'une des priorités stratégiques de GeoPost/DPDgroup. Comme la majeure partie de la croissance du marché des colis aura lieu en dehors d'Europe*, atteindre une taille critique et construire un réseau mondial est essentiel pour répondre à l'évolution des marchés émergents, tirés par le boom du e-commerce, aux exigences des clients pour les solutions de livraison du dernier kilomètre et à la numérisation de l'industrie.

Dans cette perspective, GeoPost/DPDgroup a poursuivi ses efforts en 2021 pour trouver des partenaires, des opportunités d'investissement et des moteurs de croissance rentables à l'international, comme l'illustre l'augmentation de la participation de l'entreprise dans Ninja Van à 40% **. Ninja Van est une société de services de livraison de colis à croissance rapide en Asie du Sud-Est qui a vu ses volumes de livraison passer de moins de 30 millions de colis en 2018 à près de 500 millions de colis en 2021. L'Asie du Sud-Est est une région où le marché de la livraison de colis a connu une croissance très rapide au cours des quatre dernières années et qui présente un immense potentiel de croissance, compte tenu de la faible adoption du e-commerce dans la plupart des pays de la région.

* Selon une étude réalisée par Oliver Wyman/Transport Intelligence, l'Europe devrait compter pour seulement 19% du marché mondial des colis à horizon 2025

** Sur une base entièrement diluée, compte tenu de toutes les options donnant droit à des actions.

De même, GeoPost/DPDgroup a annoncé en octobre 2021 avoir acquis une participation de 24,9 % au capital d'Aramex, un acteur mondial du transport express et de la logistique et un partenaire de longue date de GeoPost/DPDgroup. Aramex a développé une plateforme internationale et un réseau mondial à partir de positions fortes au Moyen-Orient, en Afrique et en Australie, marchés qui ne sont que partiellement couverts par GeoPost/DPDgroup. Cet investissement permettra d'amplifier la portée internationale de l'entreprise.

GeoPost/DPDgroup a également renforcé sa collaboration opérationnelle avec Asendia, une joint-venture entre le groupe La Poste et Swiss Post spécialisée dans le e-commerce transfrontalier. Suite à l'annonce de son nouveau plan stratégique, le groupe La Poste, en accord avec son co-actionnaire, a intégré sa participation dans Asendia dans le périmètre de gestion opérationnelle de GeoPost/DPDgroup à compter du 1^{er} juillet 2021. En 2021, Asendia a réalisé un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros (en hausse de près de 22 %) et a acquis 100 % de sa filiale eShopWorld, qui fournit des solutions technologiques pour le e-commerce transfrontalier.

Un précurseur de la livraison durable

Véritable pionnier, GeoPost/DPDgroup est devenu la référence du marché en matière de livraison durable. En 2020, l'entreprise a annoncé qu'elle s'engageait à couvrir 225 grandes villes d'Europe (de plus de 50 000 habitants) avec des solutions de livraison à faibles émissions d'ici 2025. Compte tenu du déploiement plus rapide que prévu de ces solutions, GeoPost/DPDgroup a annoncé en 2022 revoir son ambition à la hausse et porter le nombre de villes européennes couvertes à 350 d'ici 2025. D'ici là, l'entreprise aura déployé plus de 15 000 véhicules alternatifs, 6 700 points de charge et 250 dépôts urbains.

Cela permettra à GeoPost/DPDgroup de réduire drastiquement son empreinte carbone du dernier kilomètre dans les villes ciblées, en réduisant les émissions annuelles de CO₂ de 83 % et de polluants de 95 % par rapport à 2020. GeoPost/DPDgroup reste fondamentalement engagé dans le développement durable, et toutes ses filiales sont pleinement mobilisées vers les objectifs de l'entreprise.

Par ailleurs, depuis fin 2019, GeoPost/DPDgroup déploie un programme de mesure de la qualité de l'air en partenariat avec les collectivités locales. Grâce à des capteurs installés sur sa flotte de livraison ainsi que dans les dépôts urbains et les points de collecte, les niveaux de pollution atmosphérique (tels que les particules fines PM_{2,5}) sont mesurés en temps réel. Ce programme est actuellement déployé dans 15 villes européennes, dont Lisbonne, Paris et Madrid et plus récemment Prague, Bologne, Dublin et Varsovie. 1 151 capteurs mobiles et 175 capteurs fixes ont été déployés à ce jour. GeoPost/DPDgroup a l'intention d'étendre ce programme de collecte de données, pour atteindre plus de 20 villes européennes en 2022.

A propos de GeoPost/DPDgroup

GeoPost/DPDgroup est l'un des principaux réseaux internationaux de livraison de colis. Il a pour ambition d'être l'acteur de référence de la livraison durable et un catalyseur de l'accélération du e-commerce.

Nous combinons des technologies innovantes et un savoir-faire local pour proposer des services simples et flexibles aux expéditeurs comme aux destinataires. Avec 120 000 experts de livraison opérant dans 49 pays, et un réseau de 70 000 points Pickup, nous livrons chaque jour 8,4 millions de colis dans le monde - 2,1 milliards de colis par an - à travers les marques DPD, Chronopost, SEUR, BRT et Jadlog. DPDgroup est le réseau de livraison de colis de GeoPost. GeoPost a réalisé un chiffre d'affaires de 14,7 milliards d'euros en 2021. GeoPost est une société holding détenue par le groupe La Poste.

Contact Presse - Service de Presse La Poste Groupe

Perrine LANDRY – perrine.landry@laposte.fr
service.presse@laposte.fr