

Résultats annuels 2023 de Geopost

Malgré des conditions de marché difficiles, le chiffre d'affaires de Geopost reste stable en 2023, et l'entreprise poursuit le déploiement de sa feuille de route stratégique. Dans la continuité de son engagement SBTi « zéro émission nette » d'ici 2040 Geopost publie pour la première fois des résultats financiers et extra-financiers.

- **Chiffre d'affaires stable et baisse du résultat d'exploitation :**
 - 15,69 milliards d'euros de chiffre d'affaires¹, en hausse de 0,7 % par rapport à 2022, démontrant la capacité de Geopost à s'adapter à des conditions de marché défavorables.
 - 2,1 milliards de colis livrés dans le monde, des volumes stables par rapport à 2022 (-0,6 %).
 - EBIT de 330 millions d'euros, reflétant à la fois des facteurs exogènes tels que le ralentissement économique mondial et une forte pression sur les coûts, ainsi que des effets non récurrents exceptionnels.
 - Retraité d'éléments exceptionnels, l'EBIT de Geopost s'élève à 635 millions d'euros.
- **Consolidation des segments stratégiques, tels que la livraison hors domicile et alimentaire, pour construire un réseau mondial performant :**
 - Accélération de la croissance sur la livraison hors domicile (+25 % en volume par rapport à 2022), avec 100 000 points Pickup² en Europe, ainsi que sur de nouvelles solutions de livraison à température contrôlée déployées dans trois nouveaux pays.
 - Renforcement continu de la qualité de service de l'offre DPD Classic qui prévoit un délai fiable de livraison dans toute l'Europe.
 - Renforcement du réseau mondial de Geopost avec la création de DPD Argentine, une *joint venture* avec l'opérateur local TASA Logística.
 - Acquisition de la société de livraison du dernier kilomètre Absolutely, en février 2023, visant à consolider les activités de livraison le jour-même au Royaume-Uni.
- **Geopost a continué de progresser dans son ambition de devenir une référence internationale en matière de livraison durable :**
 - Approbation officielle de la trajectoire « zéro émission nette d'ici 2040 » de Geopost par l'organisation "Science Based Targets initiative" (SBTi)
 - Réduction absolue des émissions de gaz à effet de serre pour la deuxième année consécutive, à - 25 673 tonnes (- 1,4 % par rapport à 2022).
 - Poursuite de la transformation et de la diversification de la flotte de livraison en Europe - 2 500 véhicules à faibles émissions ont été ajoutés en 2023, portant la flotte à plus de 9 000 véhicules à faibles émissions - et l'ajout de camions électriques, au biogaz et au biocarburant à la flotte de poids lourds.

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

² 100 000 points Pickup en Europe, dont 9 400 points en Scandinavie grâce au partenariat de Geopost avec PostNord.

- Lancement du calculateur carbone, un outil innovant permettant un calcul simple, efficace et accrédité des émissions de carbone, afin de soutenir les clients des filiales de Geopost dans leur propre stratégie de réduction des émissions de carbone.

Yves Delmas, directeur général de Geopost, a déclaré au sujet de ces résultats : « 2023 a été une nouvelle année de défis pour Geopost. Nous avons terminé l'année avec un chiffre d'affaires stable. Malgré des conditions de marché difficiles qui ont pesé sur l'ensemble de la livraison de colis, nos équipes ont réussi à démontrer toute leur résilience. 2023 a été une année charnière : nous avons continué à mettre en œuvre notre stratégie en nous adaptant et en prenant les mesures nécessaires pour protéger notre performance opérationnelle, tout en poursuivant avec détermination notre trajectoire ambitieuse de décarbonation. La validation de nos objectifs « zéro émission nette » par l'initiative Science Based Targets en est l'illustration : il s'agit d'une avancée majeure, qui atteste de notre engagement dans la lutte contre le changement climatique. Aujourd'hui, nous sommes confiants dans notre stratégie et nos ambitions à long terme, et nous abordons 2024 avec confiance, comme un nouveau cap dans notre développement, que l'on parle de développement économique ou de développement durable. »

Chiffre d'affaires stable en 2023

En 2023, les incertitudes et les perturbations causées par un contexte géopolitique complexe, marqué par plusieurs conflits internationaux, ont persisté. Les prix de l'énergie et l'inflation ont continué à peser sur la demande mondiale, tandis que la croissance économique a stagné, voire diminué dans certaines régions. Le secteur du colis / express a été confronté à une pression toujours plus forte sur les coûts, tant dans le segment BtoB que dans le segment BtoC.

Pour la première fois, le marché du e-commerce a baissé de manière significative en Allemagne (- 12 % en valeur), au Royaume-Uni (- 3 % en valeur) et en France (- 1,8 % en valeur), correspondant à des baisses de volumes encore plus importantes. Les volumes e-commerce ont baissé de manière significative, reflétant les arbitrages faits par les ménages dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat et de prudence des consommateurs, dans la plupart des marchés où Geopost est présent.

Dans ce contexte difficile, Geopost a enregistré un chiffre d'affaires total de 15,69 milliards d'euros stable (+ 0,7 % par rapport à 2022) :

- Le chiffre d'affaires des activités colis / express s'élève à 13 028 millions d'euros, stable (- 13 millions d'euros, soit - 0,1 %), dans un contexte macroéconomique défavorable (forte inflation, faible croissance, ralentissement de la consommation) se traduisant par une stabilisation des volumes (2,1 milliards de colis livrés, soit - 0,6 % par rapport à 2022, et représentant plus de 8 millions de colis livrés par jour). Le chiffre d'affaires des quatre pays européens principaux (Royaume-Uni, France, Italie, Allemagne) représente 55% du chiffre d'affaires total. Certains pays ont connu une croissance organique de leur chiffre d'affaires, notamment l'Italie (+ 5,7 %), la France (+ 2,8 %), l'Espagne (+ 1,6 %) et la Pologne (+ 1,0 %), tandis que d'autres ont enregistré une baisse organique comme l'Allemagne (- 5,7 %), le Royaume-Uni (- 3,1 %) et le Benelux (- 1,0 %).
- Profitant du dynamisme du e-commerce international, Asendia a généré un chiffre d'affaires de 2 623 millions d'euros, en hausse de + 113 millions d'euros (+ 4,5 %). Hors effets de périmètre (+ 69 millions d'euros) et de change (+ 4 millions d'euros), la croissance organique est de + 41 millions d'euros (+ 1,6 %), tirée par l'activité logistique.

Le résultat d'exploitation de Geopost s'établit à 329,8 millions d'euros en 2023, reflétant la situation économique, l'impact du contexte inflationniste sur la structure de ses coûts, ainsi que quelques éléments non récurrents :

Au 31/12/2023, le paiement et les provisions au titre des litiges fiscaux et sociaux de la filiale italienne à hauteur de - 169 millions d'euros ainsi que l'impact de la vente des activités de Stuart à hauteur de 136 millions d'euros.

En excluant ces éléments non récurrents notables, le résultat opérationnel de Geopost a diminué de 183 millions d'euros, reflétant principalement le ralentissement cyclique de l'activité colis et express dans un contexte macroéconomique défavorable.

L'ensemble des investissements de Geopost s'élève à 667 millions d'euros (contre 1 236 millions d'euros à fin 2022). Ils se composent de 471 millions d'euros d'investissements internes (stables par rapport à 2022), axés sur le développement des capacités de traitement des livraisons, l'extension du réseau de distribution et le développement des Nouveaux Services, et de 194 millions d'euros de croissance externe (en baisse de 74,6 % par rapport à 2022).

Geopost consolide sa position de leader de la livraison de colis en Europe grâce au développement de segments stratégiques

Renforcement durable des moteurs de croissance de Geopost

La **livraison hors domicile** a été l'un des principaux moteurs de croissance et un atout majeur en matière de leadership sur le segment BtoC ces dernières années, comme le souligne le baromètre e-shopper 2023 de Geopost. Avec une croissance de 25 % des colis livrés hors domicile en 2023 par rapport à 2022, Geopost a montré une activité robuste dans ce domaine en s'appuyant sur un réseau solide. Fin 2023, Geopost disposait d'un réseau de plus de 100 000 points Pickup à travers l'Europe, soit le réseau de points de collecte et de dépôt le plus dense et le plus étendu du marché. Ce réseau comprend désormais 25 000 points en Pologne, 18 000 en France, 10 000 au Royaume-Uni, 8 000 en Allemagne, 7 500 en Italie (Fermopoint) et 5 000 en Espagne, ainsi que plus de 9 000 dans les pays nordiques grâce au partenariat stratégique avec le groupe PostNord (Danemark, Finlande, Norvège et Suède). La consigne automatique connaît en particulier une forte croissance en Europe avec près de 19 000 consignes déployées à ce jour par Geopost (6 000 de plus que fin 2022).

Dans le domaine de la **livraison alimentaire**, Geopost a enregistré une croissance de 14,4 % par rapport à 2022, avec 8,5 millions de biens alimentaires livrés grâce à des solutions de contrôle actif de la température. Geopost a étendu son offre de livraison de produits frais et surgelés à de nouveaux pays en Europe, en s'appuyant sur son expertise en matière de transport à température contrôlée. Le Portugal, l'Italie et la Lituanie font désormais partie des territoires qui proposent ces solutions.

La **livraison de produits de santé** reste une priorité de Geopost en 2023. Pour accélérer sa croissance sur ce segment, Geopost a acquis des sociétés expertes en transport à température contrôlée, telles que BK et Cool Runnings aux Pays-Bas. Biocair a également poursuivi, avec succès, son implantation aux Etats-Unis, en relocalisant et en agrandissant son bureau et son entrepôt de Chicago. En France, Chronopost a investi 20 millions d'euros dans sa division Santé. Globalement, en 2023, le secteur de la santé de Geopost a enregistré une croissance de 3 % de ses ventes.

Une volonté toujours plus forte d'améliorer l'expérience client

Geopost a travaillé à l'amélioration de son offre de livraison en donnant à ses clients professionnels des délais de livraison plus fiables et plus précis à l'international, ainsi que des outils numériques pour une meilleure prévisibilité de la livraison par code postal de destination. Cette amélioration

du service DPD Classic a été lancé en février 2023 dans 10 pays, puis déployé dans toute l'Europe quelques mois plus tard. Grâce à la définition d'un délai précis de livraison, DPD Classic permet aux entreprises clientes de renforcer leurs activités sur 30 marchés européens et d'offrir une meilleure expérience à leurs propres clients destinataires.

En outre, en 2023, Asendia a lancé avec sa filiale ESW le **service "e-PAQ Returns"**, une plateforme de gestion des retours qui s'appuie sur un vaste réseau mondial de logistique inversée et qui est mise en œuvre en partenariat avec la technologie d'ESW.

Solide croissance de l'activité intra-européenne et renforcement de la présence de Geopost hors d'Europe

En 2023, l'activité transfrontalière intra Europe a vu son chiffre d'affaires progresser de 4 % par rapport à 2022, avec une accélération au second semestre jusqu'à 6 %, confirmant la position de leader de Geopost sur ce segment.

Au cours des dernières années, Geopost a poursuivi sa stratégie d'expansion internationale en Asie (Ninja Van, DTDC, Lenton, etc.), au Moyen-Orient et en Afrique (Aramex, DPD Laser) et en Amérique latine (Jadlog au Brésil). Le chiffre d'affaires généré par l'activité hors Europe a augmenté de 8 % en 2023.

En 2023, Geopost s'est associé à TASA Logística, opérateur logistique local historique, pour créer DPD Argentine, spécialiste de la livraison du dernier kilomètre pour les clients BtoB et BtoC. Cette nouvelle filiale propose ses solutions de livraison aux clients BtoB et BtoC en Argentine, avec pour objectif de devenir un acteur majeur du dernier kilomètre dans le pays dans les cinq prochaines années.

Le développement durable est resté au cœur de la stratégie de Geopost avec des avancées significatives en 2023

En 2023, Geopost a consolidé sa position de leader de l'industrie de la livraison durable. L'année a commencé avec l'approbation officielle de sa trajectoire « zéro émission nette d'ici 2040 » par l'initiative Science Based Targets (SBTi). Geopost est ainsi devenue la première entreprise mondiale de livraison de colis à voir ses objectifs de réduction des émissions de carbone à court et moyen terme approuvés par l'initiative SBTi.

Conformément à cette trajectoire, Geopost a pour ambition de réduire radicalement ses émissions de gaz à effet de serre (GES) des scopes 1, 2 et 3 par rapport à 2020 :

- De 43 % d'ici 2030 ;
- De 90 % d'ici 2040, et Geopost neutralisera également toutes les émissions résiduelles grâce à des projets de capture et de séquestration du carbone d'ici là.

En ligne avec sa trajectoire de décarbonation, Geopost a réalisé en 2023 une réduction de 1,4 % de ses émissions de GES par rapport à 2022, soit une réduction totale de 25 763 tonnes.

La **transformation de la flotte de livraison** a été l'une des priorités de Geopost pour atteindre ses ambitions en matière de climat. A fin décembre 2023, Geopost avait déployé plus de 9 000 véhicules à faibles émissions à travers l'Europe – représentant 12,5 % de la flotte de véhicules de livraison du dernier kilomètre de Geopost (30 % en Hongrie, 27 % au Royaume-Uni) – avec 126 villes desservies à 100 % par des véhicules à faibles émissions. Geopost a continué à développer l'utilisation de biocarburants (HVO 100) dans les activités de transport longue et moyenne distance, en particulier au Royaume-Uni, en Irlande et aux Pays-Bas. Au total, 13,3 % des kilomètres parcourus par les véhicules longue distance de Geopost sont effectués au moyen d'énergies alternatives (62 % au Royaume-Uni et en Irlande).

En 2023, Geopost a consacré des investissements spécifiques à hauteur de 51 millions d'euros et 22 millions d'euros de CAPEX pour améliorer sa performance carbone, dont les trois quarts sont dédiés à l'électrification du dernier kilomètre.

Afin de soutenir les ambitions de Geopost et sa trajectoire zéro émission, ses équipes Développement Durable et Finance ont mis en place un **dispositif annuel de budget carbone**. Ce dispositif interne permet à chaque filiale de prendre la responsabilité de la réduction des émissions, de la gestion rigoureuse des mesures de décarbonisation et des coûts et investissements associés. Ce budget est synchronisé avec le budget financier, et la performance carbone est auditée en parallèle des résultats financiers.

Pour mieux accompagner ses clients dans leur démarche vers le « zéro émission nette », Geopost a également lancé son **calculateur carbone**, une technologie puissante qui permet de suivre avec précision les émissions de carbone, en utilisant des scans pour tracer chaque colis durant son parcours à travers le réseau Geopost.

--

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

Service de presse – Groupe La Poste – service.presse@laposte.fr