



Service de presse

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 18 Mars 2015

GeoPost présente sa stratégie de développement et lance sa nouvelle identité de marque internationale : DPDgroup

GeoPost, branche express internationale du Groupe La Poste, a présenté sa stratégie de développement en Europe et dans le monde. Pour soutenir sa forte croissance sur l'ensemble de ses marchés, GeoPost développe son réseau hybride B2B/B2C et dévoile ce jour sa nouvelle identité de marque commerciale internationale : DPDgroup.

Paul-Marie Chavanne, Président de GeoPost, a présenté les grandes lignes de l'activité Colis-Express en 2014 ; une année très dynamique qui a vu son chiffre d'affaires progresser de 13,3 % pour atteindre 4,9 milliards d'euros, les volumes ont quant à eux augmenté de 10,7 %.

Sur les 10 dernières années, les volumes de GeoPost ont été multipliés par plus de 2,5 pour atteindre 864 millions de colis en 2014 et le chiffre d'affaires est passé de 2,4 à 4,9 milliards d'euros.

Avec près de 77 % de son chiffre d'affaires réalisé hors de France en 2014, GeoPost est aujourd'hui numéro deux européen du marché Colis-Express.

En 2014, GeoPost a poursuivi son développement, en France, en Europe et à l'international

En 2014, GeoPost a renforcé ses positions sur les marchés domestiques européens :

- **DPD Pologne** a racheté la société de messagerie Siódemka. 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.
- **DPD UK** a lancé la construction du plus grand hub européen dans le Leicestershire qui lui permettra d'augmenter ses capacités de production de 65% à l'horizon de septembre 2015.

- GeoPost a pris le contrôle du prestataire logistique britannique **wnDirect**, qui lui permet de développer ses positions sur le marché international avec des solutions dédiées aux e-commerçants.
- **Au Japon**, GeoPost a conclu une alliance avec Japan Post via son partenaire le groupe Lenton désormais détenu par Japan Post à hauteur de 14,9% et par GeoPost à hauteur de 34,7%. Cette alliance permet à GeoPost de renforcer ses positions en Asie en vue de développer les flux Asie-Europe, notamment issus du e-commerce, et d'en assurer la livraison aux consommateurs européens.

Ainsi GeoPost est le premier opérateur en France, en Espagne, en Irlande, en Lituanie, numéro 2 en Allemagne, au Portugal et affiche la plus forte croissance du marché britannique avec un chiffre d'affaires en croissance de 20% en 2014.

Forte croissance de l'activité B2C et des volumes intra-Européens

En 2014 comme en 2013, GeoPost a poursuivi son développement avec une croissance environ 2 fois supérieure à celle du marché.

En B2C particulièrement, GeoPost a ainsi vu ses volumes progresser de 21% et assure désormais chaque jour la livraison de plus de 1 million de colis B2C partout en Europe.

Bénéficiant de sa forte implantation sur les marchés domestiques, l'activité intra-européenne et internationale de GeoPost a également augmenté fortement en 2014 avec une croissance des volumes de plus de 12%.

Une nouvelle stratégie de marque pour accélérer le développement

Dans ce contexte de croissance et pour affirmer une présence plus forte sur le marché européen en lien avec sa position de n°2, GeoPost lance une nouvelle identité de marque pour son réseau international de livraison de colis qui devient *DPDgroup* ; ses activités de holding et de freight forwarding restent sous la marque GeoPost.

Toutes les activités commerciales de GeoPost sur le marché Colis-Express seront dorénavant portées par *DPDgroup*, capitalisant ainsi sur la notoriété et la puissance du réseau DPD à l'échelle Européenne.

Avec une refonte du logo DPD :



Et la création de *DPDgroup* :



DPDgroup devient ainsi la marque commerciale et le réseau international de livraison de colis de GeoPost, branche express internationale du Groupe La Poste.

Les filiales de GeoPost vont adopter un code visuel commun et se rallier sous la bannière DPDgroup. Fortement implantées sur leurs marchés locaux, Chronopost en France, SEUR en Espagne, et Interlink Express au Royaume Uni conservent leurs marques actuelles, et adoptent progressivement l'identité visuelle de DPDgroup.

En France, Exapaq adopte la marque DPD :



Chronopost adopte les mêmes codes visuels :



L'ensemble des filiales se rallie sous la bannière DPDgroup :



Cette nouvelle identité de marque est déployée dans 22 pays européens (Autriche, Allemagne, Belgique, Croatie, Espagne, Estonie, France, Hongrie, Irlande, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume Uni, Russie, Slovaquie, Slovénie, Suisse) à partir du 18 mars 2015. L'ensemble des opérations de changement de marque devrait être réalisé sur une période de 2 à 3 ans.

Les défis de la livraison aux particuliers

L'ambition de services de DPDgroup est de prendre appui sur ses positions fortes sur le marché B2B, pour développer son activité B2C et devenir une référence sur le marché de la livraison à domicile. Le B2C est un marché en fort développement qui devrait rapidement représenter 50 % du marché total du Colis-Express. L'ambition de GeoPost est de continuer à conquérir de nouvelles parts significatives sur ce marché.

La priorité en 2015 est d'offrir à l'ensemble de ses clients européens le meilleur de ses services à la livraison tout en optimisant le processus et les coûts de livraison. **Pour relever ces défis, GeoPost prend appui sur deux piliers de sa stratégie de développement, la livraison interactive avec Predict et le développement de son réseau de relais :**

- Avec le réseau Pickup, 95% de la population est d'ores et déjà à moins de 15 minutes d'un relais Pickup en France, Allemagne, Belgique, Pays Bas et Luxembourg.
 - Avec Predict, DPDgroup sera avant l'été le premier service de livraison à proposer la notification d'un créneau horaire de livraison de 1 heure dans 20 pays européens.
- **Pickup** devient la marque du réseau européen de relais de DPDgroup et permet aux destinataires de retirer leurs colis dans l'un des **16 000 relais implantés en Europe**. Courant 2015, le réseau sera étendu au Royaume Uni et à l'Espagne portant à **22 000** le nombre de relais Pickup et à 26 000 en 2016. De ce fait, dans 13 pays européens, 95 % de la population se trouvera à moins de 15 minutes d'un relais de DPDgroup.
- **Predict**, le service de livraison interactive, sera déployé **dans 20 pays** et offrira partout en Europe avant l'été la livraison à domicile dans un créneau d'une heure annoncé le matin même de la livraison (par e-mail, SMS). **DPDgroup est ainsi le premier opérateur européen à proposer à ses clients un créneau de livraison en 1 heure.**
Service flexible par excellence, Predict offre également la possibilité, si le destinataire le souhaite, de reprogrammer depuis son smartphone ou sur internet sa livraison à une autre date ou sur un autre lieu : nouvelle adresse, chez un voisin ou dans un point relais Pickup de son choix.

DPPgroup affiche aujourd'hui une double ambition :

Etre le partenaire de choix des entreprises, notamment les e-commerçants, afin de les soutenir dans leur développement à l'international. Et proposer aux destinataires l'expérience client la plus simple et la plus fluide lors de la livraison de leur colis.

À propos de DPDgroup

DPDgroup est le réseau international de livraison express, numéro 2 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 26 000 collaborateurs et un réseau de 16 000 points relais, DPDgroup livre plus de 3 millions de colis dans 230 pays chaque jour à travers ses quatre marques : DPD, Chronopost, SEUR et Interlink Express. DPDgroup est le réseau international de livraison express de GeoPost qui a enregistré un chiffre d'affaires de 4,9 milliards d'euros en 2014. GeoPost est une société holding détenue par le Groupe La Poste.

Contacts Presse
Le Groupe La Poste

Stéphanie Fraisse
01 55 44 22 39
stephanie.fraisse@laposte.fr

Jacques Gourier
01 55 44 22 43
jacques.gourier@laposte.fr

