

GeoPost/DPDgroup anuncia un aumento de los ingresos semestrales en un entorno difícil

GeoPost/DPDgroup, propietario de Tipsa y Seur, ha mejorado un 4,5% sus ingresos en el primer semestre del año, hasta los 7.500 millones de euros, en comparación con el mismo semestre del año anterior, a pesar de que los paquetes entregados en todo el mundo cayeron un 2% desde el año anterior, hasta 1.000 millones de unidades.

GeoPost/DPDgroup ha navegado en un entorno complejo durante el primer semestre de 2022. Tras la pandemia de la COVID-19 que ha marcado los comportamientos y el consumo de los compradores electrónicos en los dos últimos años, hemos entrado en 2022 enfrentándonos a condiciones de mercado difíciles, como la guerra de Ucrania, la ralentización del consumo, el aumento de la inflación, el incremento del coste de la energía y la escasez de conductores.

Los volúmenes totales han disminuido ligeramente en el primer semestre de 2022 en comparación con el primer semestre de 2021, con 1.000 millones de paquetes entregados en todo el mundo (-2% en comparación con el primer semestre de 2021) o 7.500 millones de euros de ingresos en los seis primeros meses de 2022, un 4,5% más que en el primer semestre de 2021, un año récord, demostrando la capacidad del Grupo para adaptarse a las condiciones del mercado.

Si el B2C está disminuyendo en comparación con el primer semestre del año pasado, impactado positivamente por los efectos del cierre (aumento del +33% en volúmenes en 2021 frente a 2020), el B2B vuelve a crecer y supera los niveles anteriores a Covid, tanto en volúmenes como en ingresos o beneficiándose también del fuerte dinamismo del comercio electrónico internacional. Asendia 3 generó unas ventas de 1.105 millones de euros, con un crecimiento orgánico del 3,4%, impulsado por el buen comportamiento de su filial eShopWorld y a pesar de la ralentización del negocio de paquetería, especialmente en Asia.

En mayo de 2022, GeoPost/DPDgroup anunció su retirada del mercado ruso, tras haber suspendido todos los envíos hacia y desde Rusia en febrero de 2022. GeoPost depreció los activos de su filial rusa en 157 M€. o reajustado de esta depreciación, el resultado de explotación es de 460 millones de euros 4, frente a 556 millones de euros 5 en el primer semestre de 2021, destacando el sólido control de los costes en un entorno inflacionista.

"En un entorno difícil, GeoPost/DPDgroup ha registrado un sólido rendimiento operativo. Estoy agradecido a nuestros equipos, que han demostrado una gran capacidad de ajuste a las cambiantes circunstancias económicas durante la primera mitad del año. En este contexto, estos primeros seis meses también han estado marcados por el desarrollo de iniciativas estratégicas para nosotros, como la entrega fuera de casa, la entrega de alimentos y la sostenibilidad", dijo Yves Delmas, Director General de GeoPost/DPDgroup.

Nuestro plan estratégico Together & Beyond últimos avances

En los últimos seis meses, GeoPost/DPDgroup ha seguido su plan estratégico Together & Beyond basado en tres pilares: ampliar las actividades principales, acelerar las iniciativas en segmentos estratégicos y conquistar nuevos horizontes. Como parte de esta ambición, cabe destacar los siguientes proyectos:

- Expansión de la distribución fuera del hogar

El despliegue de los servicios de entrega fuera del hogar se está acelerando en varios de los países clave donde GeoPost/DPDgroup y sus filiales están presentes. La empresa ofrece ahora 10.000 puntos de recogida más que a finales de 2021, alcanzando casi 75.000 puntos de recogida en todo el mundo. Los casilleros son ahora opciones de entrega y recogida especialmente desarrolladas, con el lanzamiento de esta modalidad en Eslovaquia y en los Países Bajos, y la ampliación de la red en el Báltico, la República Checa, Francia, Portugal, España y el Reino Unido. Estos servicios de distribución son el núcleo de estrategia global de GeoPost/DPDgroup, ya que enriquecen la gama de servicios con los que la empresa trata de responder a las necesidades cambiantes de los consumidores.

- Expansión de la entrega de alimentos

Al igual que en años anteriores, Geopost/DPDgroup ha seguido desarrollando su oferta de alimentación, un pilar clave y un importante foco estratégico de Together & Beyond. La compra de alimentos en línea fue uno de los segmentos de más rápido crecimiento en 2021 y en 2022 sigue la misma tendencia. El crecimiento de dos dígitos en el primer semestre del año, con un +24,8% en volumen y un +29,5% en ingresos, gracias al rápido desarrollo de las plataformas de entrega de alimentos del Grupo: Chronofresh en Francia, DPD fresh en Bélgica y BK en los Países Bajos. GeoPost/DPDgroup acelerará su estrategia en el segmento de ampliando su oferta de control de temperatura en nuevos países, como Polonia, Lituania Portugal e Italia.

En consonancia con su plan estratégico, la empresa finalizó las adquisiciones

GeoPost/DPDgroup finalizó la adquisición de CitySprint, la principal red de entrega en el mismo día del Reino Unido y CitySprint anunció la adquisición de EcoSpeed, la principal empresa independiente con sede en Manchester.

GeoPost/DPDgroup aumentó su participación en el capital de Aramex del 24,9% al 28%, Aramex es una red internacional de entrega de paquetes en Oriente Medio, Asia, África y Oceanía. Por último, eShopWorld (ESW), líder mundial en comercio electrónico, filial de Asendia 7, anunció la adquisición de Scalefast, un proveedor de soluciones integrales de comercio electrónico con sede en Los Ángeles.

GeoPost/DPDgroup se compromete a marcar un hito en la entrega sostenible

En julio de 2022, GeoPost/DPDgroup ha presentado tanto una descarbonización a corto plazo para 2030 como un objetivo ambicioso a largo plazo de 2040 de cero emisiones para su aprobación por la iniciativa Science Based Target (SBTi). Este hito subraya el objetivo de GeoPost/DPDgroup de liderar las emisiones netas cero en el mercado europeo de la paquetería. Como pionera en su sector, la empresa está tomando medidas decisivas para alcanzar las emisiones netas cero en 2040 y se compromete a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de alcance 1, 2 y 3. de gases de efecto invernadero (GEI) en un 43% para 2030 y en un 90% para 2040 respecto a la línea de

base de 2020, 10 años antes del Acuerdo de París.

GeoPost/DPDgroup espera que su trayectoria de descarbonización sea validada por el SBTi en el primer trimestre de 2023. Este nuevo e importante hito está en línea con el objetivo de La Poste Groupe de alcanzar las emisiones netas cero antes de 2050. Paralelamente, GeoPost/DPDgroup sigue desplegando su flota de bajas emisiones en toda Europa: a 30 de junio de 2022, se han desplegado 6.347 vehículos de bajas emisiones en 231 ciudades europeas, junto con casi 2.700 puntos de carga y 118 depósitos urbanos.

Datos de contacto:

Jorge
669615509

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Sociedad Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>