**DPDgroup acelera ainda mais o seu crescimento**

**em 2021 com desempenho operacional recorde**

* **O DPDgroup anunciou esta quarta-feira resultados anuais recordes, com um aumento de 14,8% na receita, mais de 2 mil milhões de encomendas entregues em todo o mundo e um lucro operacional superior a mil milhões de euros pela primeira vez na sua história;**
* **Num ambiente ainda impactado pela crise global da saúde, que contribuiu para a forte dinâmica de crescimento do comércio eletrónico, o DPDgroup teve um enorme contributo para apoiar a recuperação da atividade económica em todo o mundo;**
* **A DPD Portugal participou claramente nesta dinâmica, já que registou um crescimento de 12,1% da faturação que atingiu 88,5 milhões de euros em 2021. Este valor corresponde a um total de 23,8 milhões de encomendas (um aumento de 10,8% face a 2020);**
* **Em 2021, o DPDgropu lançou o seu plano estratégico "Together & Beyond", com o objetivo de tornar a empresa a referência internacional em entrega sustentável e um facilitador líder na aceleração do comércio eletrónico;**
* **Também em 2021, o DPDgroup aproveitou o impulso de 2020 e apresentou um forte desempenho operacional e financeiro, consolidando o seu desenvolvimento em segmentos chave e continuando a sua expansão internacional:**
	+ € 14,7 mil milhões em receita, 14,8% acima de 2020, já um ano recorde[[1]](#footnote-2);
	+ Lucro operacional de € 1,057 mil milhões, um aumento de 25% em relação a 2021;
	+ 2,1 mil milhões de encomendas entregues em todo o mundo, o equivalente a 8,4 milhões de encomendas por dia;
	+ Consolidou a sua estratégia nas soluções de entrega fora de casa (Out of Home) com a aquisição de 25% da PUDO24, rede de cacifos em Espanha e Portugal, e com a implantação de novos pontos Pickup (cacifos e lojas de encomendas) que somam agora 70.000 em 31 países;
	+ Quebrou o recorde de volume diário com 12,2 milhões de encomendas tratadas na Europa na Cyber ​​Monday em novembro de 2021 (+2% em relação a 2020);
	+ Reforço da posição da empresa na Europa e internacionalmente, com a aquisição da Speedy AD na Bulgária, da DPD Roménia e da TIPSA em Espanha bem como com o aumento da sua participação na Ninja Van (Sudeste Asiático) e com uma participação na Aramex (Oriente Médio);
	+ Crescimento acelerado em segmentos de mercado específicos, como os sectores da saúde e alimentação, por meio de crescimento orgânico e aquisições como Epicery (participação maioritária) na França e BK Pharma Logistics na Holanda.

**Yves Delmas, CEO e COO Europa do DPDgroup, disse**: “Os resultados alcançados em 2021 são impressionantes e consolidam o poderoso impulso de crescimento do DPDgroup: no período de dois anos, as receitas aumentaram mais de 60% e o lucro operacional da empresa mais que duplicou. Este notável desempenho foi possível graças ao empenho diário de cada um dos membros da nossa equipa. Esses resultados são uma prova do trabalho excepcional de Boris Winkelmann, Presidente e CEO do DPDgroup, cuja trágica morte em dezembro passado nos comoveu a todos profundamente.”

**Um ambiente de mercado tendendo para a normalidade**

O ano de 2021 foi mais uma vez marcado pela crise global da saúde, que impactou os hábitos e comportamentos dos consumidores e continuou a suportar um forte crescimento do e-commerce no primeiro trimestre, com um aumento de 34% no volume de encomendas tratadas pelo DPDgroup. Do segundo ao quarto trimestre, com o fim dos lockdown na maioria dos países, o crescimento dos negócios voltou aos níveis pré-Covid-19 com +7% e, durante o ano inteiro, os volumes aumentaram 14% em relação a 2020.

**No que se refere a Portugal, o crescimento anual do segmento B2C tem sido substancial, particularmente no mercado doméstico (+16% em receitas), já representando cerca de 44% do total da faturação.**

Conforme ilustrado pelo barómetro de e-shopper de 2021 do DPDgroup, algumas tendências de pandemia vieram para ficar, como o crescimento do segmento de alimentos: 35% dos e-shoppers regulares encomendaram alimentos e bebidas frescos online desde janeiro de 2021.

**Em 2021, o DPDgroup começou a implementar com sucesso o seu plano estratégico de 2025**

No âmbito do plano estratégico do La Poste Groupe, o DPDgroup traçou o seu caminho de transformação até 2025, com a ambição de se tornar a referência internacional na entrega sustentável e um dos principais facilitadores da aceleração do e-commerce, bem como atingir um volume de negócios de € 25 mil milhões[[2]](#footnote-3). Essa trajetória é baseada principalmente em 3 pilares:

- Expandir as atividades principais

- Acelerar iniciativas em segmentos estratégicos

- Conquista de novos horizontes

**Expansão das atividades principais**

Em 2021, o DPDgroup continuou a fortalecer o core business por meio de operações significativas, como a aquisição (69,8%) da Speedy AD na Bulgária e a DPD Roménia, a aquisição de 100% da TIPSA na Espanha, 100% da Fast+Furious na África do Sul, e a fusão das atividades de encomendas Geis na DPD República Checa e Eslováquia.

O DPDgroup é agora a principal rede internacional de entrega de encomendas na Europa, com fortes posições na maioria dos países:

- Nº 1 na França, Itália, Espanha, Polónia, Irlanda, Eslováquia, Lituânia, Letónia,

- Nº 2 na Alemanha, Reino Unido, Áustria, Bélgica, Portugal, República Checa, Bulgária e Estónia,

- Nº 3 na Rússia, Suíça, Croácia e Eslovénia.

O DPDgroup também investiu mais € 562 milhões para expandir a sua capacidade de crescimento, em particular na construção de novos hubs (DPD Benelux, DPD França e Chronopost) e agências (DPD Alemanha, DPD UK, DPD França e Chronopost).

**Acelerar iniciativas em segmentos estratégicos: Out of Home, saúde e alimentação**

Em 2021, o DPDgroup continuou a implantar a sua rede de entrega Out of Home e consolidou o crescimento nos sectores da saúde e da alimentação em forte expansão.

O ano passado foi marcado pelo desenvolvimento da rede de pontos Pickup (lockers e lojas), com por exemplo a aceleração da oferta Shop2Shop (focada no segmento C2C), ou a aquisição de 25% da PUDO24, rede de lockers em Espanha e Portugal. A longo prazo, o DPDgroup pretende oferecer a melhor cobertura na Europa com 100,000 pontos Pickup, visando oferecer a 90% da população europeia o acesso a um ponto Pickup a menos de 10 minutos. Esta implantação já está em curso, com 70,000 pontos Pickup activos em 31 países no final de Dezembro de 2021, inclusive por meio de filiais como a Fermopoint na Itália e parcerias como a da PostNord na Escandinávia.

O DPDgroup aproveitou o impulso na área da saúde ao adquirir a BK Pharma Logistics, empresa holandesa especializada no transporte com temperatura controlada de produtos farmacêuticos para grandes empresas de saúde nacionais e internacionais, e ao consolidar o desenvolvimento da sua filial Biocair, especialista na entrega de produtos farmacêuticos, de biotecnologia e ciências da vida, que confirmou a sua forte trajetória de crescimento com um aumento de 70% na receita em 2021.

O DPDgroup continuou igualmente a sua estratégia de crescimento no setor da alimentação ao adquirir uma participação maioritária na Epicery, um marketplace francês que oferece entrega em casa de produtos frescos, locais e de alta qualidade. Com esta aquisição estratégica, o DPDgroup expandiu as suas soluções, principalmente no modelo cada vez mais popular direct to consumer. A compra online de produtos alimentícios foi um dos segmentos que mais cresceram em 2021 e a crise da saúde acelerou as previsões de compra online de alimentos em quase 3 anos. Estão a surgir novas tendências, como a procura por produtos orgânicos, preferência do consumidor por comércio justo e entrega de refeições. Estas tendências são ilustradas pelos rápidos desenvolvimentos das plataformas de entrega de alimentos do DPDgroup, como DPD Fresh na Bélgica, SEUR Frio em Espanha e Chronofresh em França, que cresceram 41% e geraram uma faturação de € 90 milhões. No geral, o segmento de alimentos do DPDgroup cresceu 48% em receita em 2021 em comparação com 2020.

Também foram desenvolvidos novos serviços urbanos com a Stuart (expansão na Polónia e Portugal), bem como com a aquisição da CitySprint, empresa líder em serviços de entrega no mesmo dia no Reino Unido.

**Conquistando novos horizontes**

O desenvolvimento internacional da empresa fora da Europa é uma das prioridades estratégicas do DPDgroup. Como a maior parte do crescimento do mercado de encomendas ocorrerá fora da Europa[[3]](#footnote-4), alcançando uma escala substancial e construindo uma rede global para melhor atender à evolução em mercados emergentes, impulsionada pela crescente procura pelo e-commerce, aumentando as expectativas dos clientes por entrega de last mile e digitalização da indústria.

Nessa perspetiva, o DPDgroup continuou os esforços em 2021 para encontrar parceiros, oportunidades de investimento e drivers de crescimento lucrativo internacionalmente, conforme ilustrado pelo aumento da participação acionista da empresa na Ninja Van para 40%[[4]](#footnote-5). A Ninja Van é uma empresa de serviços de entrega de encomendas em rápido crescimento no Sudeste Asiático, que viu os volumes de entrega crescerem de menos de 30 milhões de encomendas em 2018 para quase 500 milhões de encomendas em 2021. O Sudeste Asiático é uma região onde o mercado de entrega de encomendas cresceu muito rapidamente nos últimos 4 anos e tem um imenso potencial de crescimento devido à baixa aceitação do comércio eletrónico na maioria dos países da região.

Da mesma forma, o DPDgroup adquiriu uma participação de 24,9% na Aramex, um player global em transporte expresso e logística, e um parceiro de longa data do DPDgroup. A Aramex desenvolveu uma plataforma internacional e uma rede global a partir de uma forte posição no Oriente Médio, África e Austrália, mercados cobertos apenas parcialmente pelo DPDgroup. Esse investimento ampliará o alcance internacional da empresa.

O DPDgroup também fortaleceu a sua colaboração operacional com a Asendia, uma joint venture entre a La Poste e a Swiss Post especializada em comércio eletrónico cross-border. Na sequência do anúncio do seu novo plano estratégico, a La Poste Groupe, de acordo com o seu co-acionista, incorporou a participação na Asendia no âmbito de gestão operacional do DPDgroup a partir de 1 de julho de 2021. No ano passado, a Asendia gerou um volume de negócios de € 2,2 mil milhões (aumento de 22%) e adquiriu 100% da filial eShopWorld, que fornece soluções tecnológicas para comércio eletrónico cross-border.

**Um pioneiro em entrega sustentável**

Um verdadeiro pioneiro neste campo, o DPDgroup, anunciou em 2020 o seu compromisso de cobrir 225 cidades da Europa (com mais de 50.000 pessoas cada uma) com soluções de entrega de baixa emissão até 2025. Dada a implantação mais rápida do que o esperado dessas soluções, o DPDgroup anunciou em 2022 que aumentaria sua ambição e aumentaria o número de cidades europeias cobertas para 350 até 2025. Até então, a empresa terá implantado mais de 15.000 veículos alternativos, 6.700 pontos de carregamento e 250 urban depots.

Isso permitirá que o DPDgroup reduza drasticamente a pegada de carbono nas cidades-alvo, reduzindo as emissões anuais de gases de efeito estufa em 83% e os poluentes em 95% em comparação com 2020. O DPDgroup continua fundamentalmente comprometido com a sustentabilidade e todas as suas filiais estão totalmente mobilizados para os objetivos da empresa.

Além disso, desde o final de 2019, o DPDgroup implementou um programa de monitorização da qualidade do ar em parceria com as comunidades locais. Através de sensores instalados na frota de entrega, bem como em urban depots e pontos Pickup, os níveis de poluição do ar (como partículas finas PM2,5) são medidos em tempo real. Este programa está atualmente presente em 15 cidades europeias, incluindo Lisboa, Paris e Madrid e, mais recentemente, Praga, Bolonha, Dublin e Varsóvia. 1.151 sensores móveis e 175 sensores fixos foram colocados até ao momento. O DPDgroup pretende alargar este programa de recolha de dados, para chegar a mais de 20 cidades europeias em 2022.

**Sobre a DPDgroup**

O DPDgroup é uma das principais redes mundiais de entrega de encomendas, com o objetivo de ser a referência em entrega sustentável e tornar-se um facilitador líder na aceleração do e-commerce.

Combinamos tecnologia inovadora e conhecimento local para fornecer um serviço flexível e fácil de usar para expedidores e compradores.

Com 120.000 especialistas em entregas operando em quase 50 países e uma rede de 70.000 pontos de levantamento, entregamos 8,4 milhões de encomendas em todo o mundo todos os dias – 2,1 mil milhões de encomendas por ano – através das marcas DPD, Chronopost, SEUR, BRT e Jadlog.

O DPDgroup é a rede de entrega de encomendas da GeoPost. A GeoPost registou vendas de € 14,7 mil milhões em 2021. A GeoPost é uma holding de propriedade da La Poste Groupe.

**Sobre a DPD**

A DPD Portugal, empresa líder no mercado doméstico do transporte expresso, detém 15 estações (Vila Real, Porto, Maia, Guarda, Viseu, Coimbra, Leiria, Torres Novas, Póvoa de Santa Iria, Lisboa, Corroios, Sintra, Évora, Faro e Funchal) e uma frota de mais de 700 viaturas de distribuição. Emprega 1.200 colaboradores.

A DPD combina tecnologia inovadora e conhecimento local para fornecer um serviço flexível e fácil de usar para expedidores e compradores. Com o seu serviço Predict e uma rede de mais de 800 pontos Pickup, a DPD estabelece um novo padrão para a conveniência, mantendo os clientes em contacto direto com a sua encomenda.

**Para mais informações, contactar:**

**Carla Pereira**

Diretora de Marketing e Comunicação

**DPD Portugal**

carla.pereira@dpd.pt

**Lift Consulting**

**Fábio Duarte**

911 774 428

fabio.duarte@lift.com.pt

**Sandra Faria**

911 790 060

sandra.faria@lift.com.pt

1. Inclui a Asendia (resultados anuais) uma vez que o La Poste Groupe incorporou a sua participação desta entidade na gestão operacional do DPDgroup desde 1 de julho de 2021. [↑](#footnote-ref-2)
2. Inclui a Asendia (reultados anuais) uma vez que a La Poste Groupe incorporou a sua participação desta entidade na gestão operacional do DPDgroup desde 1 de julho de 2021. [↑](#footnote-ref-3)
3. De acordo com a pesquisa da Oliver Wyman/Transport Intelligence, é esperado que a Europa contabilize apenas 19% do mercado global de encomendas até 2025. [↑](#footnote-ref-4)
4. numa base totalmente diluída, considerando todos os warrants e opções que dão direitos de ações [↑](#footnote-ref-5)