

DrivingChange™

Rapport de Responsabilité Sociétale
de l'Entreprise 2016



Sommaire

Vision stratégique	03
Faits marquants RSE 2016	04
DPDgroup	06
DrivingChange™	15
● Engagement neutralité carbone	17
● Livraisons urbaines responsables	29
● Entreprise et société civile	35
● Entrepreneuriat innovant	41
Périmètre du rapport	45
Chiffres clés 2016	46
Correspondance avec les principes du Global Compact	50



Découvrez la version digitale de notre rapport RSE sur le site dédié : www.dpdgroupdrivingchange.com

Vision stratégique



Le 27 avril 2016, nous avons fait franchir à DPDgroup une étape importante de son histoire récente en exprimant notre soutien aux dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies sur les droits de l'homme, les normes internationales du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.

Ce faisant, nous avons choisi d'intégrer le Pacte Mondial et ses principes dans la stratégie, la culture et les activités quotidiennes de notre entreprise tout en nous engageant dans des projets collaboratifs et bénéfiques à la société.

Notre approche se veut pragmatique. Nos actions s'inscrivent dans une démarche d'efficacité ; c'est pourquoi nous nous intéressons essentiellement aux domaines où nous pouvons faire le plus la différence.

En 2016, nous avons réaffirmé notre engagement en matière de RSE en lançant le programme DrivingChange™.

Nous concentrons nos efforts en RSE sur quatre domaines intimement liés à notre activité et sur lesquels nous pouvons avoir un impact direct et positif. En particulier, au titre de notre engagement de neutralité carbone, nous minimisons autant que possible les émissions de CO₂ liées à nos activités, puis nous compensons les émissions restantes dues au transport, sur le marché de la compensation carbone volontaire. Par ailleurs, DPDgroup considère le dialogue social, la négociation collective et l'entretien d'une relation constructive avec les syndicats comme des atouts fondamentaux dans la construction d'une croissance durable. La signature d'un accord à portée mondiale entre DPDgroup et UNI Global Union sur les droits humains fondamentaux et la liberté d'association est le résultat d'une collaboration fructueuse entre les deux entités.

À la suite d'une année durant laquelle DPDgroup a connu une croissance rapide, grâce à des volumes d'e-commerce jamais atteints auparavant et de nouvelles acquisitions externes significatives, nous nous engageons à adapter en permanence notre organisation et à favoriser une culture tournée vers le développement durable et l'humain, afin de relever les défis à venir. Notre force motrice est la suivante : nous sommes, et nous resterons, un partenaire enthousiaste, responsable et pragmatique pour les personnes, les entreprises et les communautés avec lesquelles nous travaillons au niveau local. Notre Responsabilité Sociale d'Entreprise est un élément central de notre stratégie, qui nous permettra d'accompagner ces changements de manière positive et durable.

Au nom des collaborateurs de DPDgroup, j'exprime la continuité de mon soutien au Pacte Mondial et renouvelle mon engagement en faveur de cette démarche et de ses principes.

Paul Marie CHAVANNE
Président directeur général de GeoPost



WE SUPPORT

Faits marquants RSE 2016



Chronopost France, partenariat avec Enercoop

Après les sites de Concorde et Beaugrenelle à Paris, Chronopost France déploie la solution d'énergie renouvelable d'Enercoop dans ses espaces de logistique urbaine de Toulouse, Lille et Marseille.



DPDgroup, lancement du programme DrivingChange™

Avec DrivingChange™, nous concentrons nos efforts sur quatre priorités sur lesquelles nous pouvons avoir un impact direct et positif. Dans notre rapport avec les parties prenantes, nous souhaitons nous poser en partenaire responsable.



DPD France, lancement du service sur mesure Mister Pasha

Trois collaborateurs de DPD France proposent un projet innovant, « Mister Pasha », visant à conquérir de nouveaux clients par un service de conciergerie pour les colis assorti de solutions de livraison du dernier kilomètre chaque jour de la semaine.



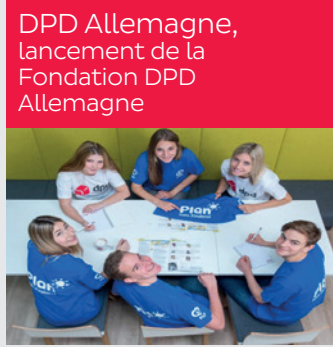
DPD Pologne, vainqueur du trophée « Activité économique éco-responsable »

DPD Pologne, en tant qu'entreprise engagée en faveur du développement durable, remporte le trophée « Activité économique éco-responsable », dans la catégorie « Entreprise ».



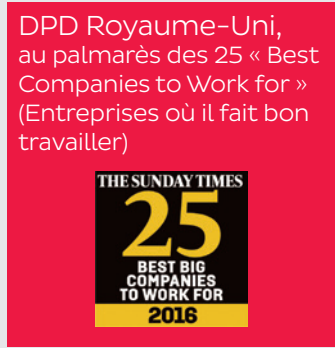
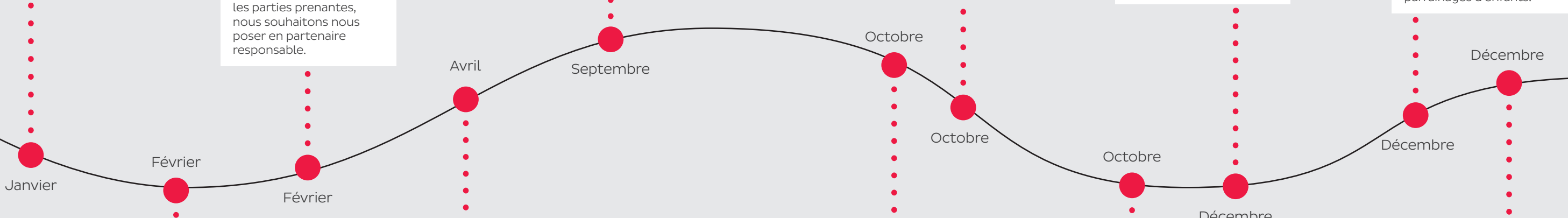
DPDgroup, lancement de la première ligne de livraison commerciale régulière par drones

La Direction générale de l'aviation civile autorise DPDgroup à distribuer des colis via une ligne de livraison commerciale régulière par drones de 15 km, une première mondiale.



DPD Allemagne, lancement de la Fondation DPD Allemagne

Aux côtés de l'association caritative Plan International, qui agit en faveur des enfants, la Fondation DPD Allemagne parraine des enfants en Afrique, en Asie et en Amérique latine. Plus d'une centaine de collaborateurs et de jeunes stagiaires de DPD Allemagne sont personnellement engagés dans des programmes de parrainages d'enfants.



DPD Royaume-Uni, au palmarès des 25 « Best Companies to Work for » (Entreprises où il fait bon travailler)

DPD Royaume-Uni rejoint pour la première fois le prestigieux classement du Sunday Times des « Best Companies to Work For » (Entreprises où il fait bon travailler), qui récompense l'excellence du lieu de travail et l'implication des employés.



DPD France, de nouveaux véhicules alternatifs

Suite à l'expérience de Lyon, Grenoble et Strasbourg l'hiver dernier, DPD France poursuit les livraisons respectueuses de l'environnement en centre-ville grâce à 35 véhicules roulant au Gaz Naturel pour Véhicules (GNV).



DPD République Tchèque, vainqueur du trophée de l'« Entreprise la plus responsable »

DPD République Tchèque obtient le Certificat d'Or de l'« Entreprise la plus responsable » en récompense de ses initiatives en faveur du développement durable. Sa contribution de longue date à une activité économique respectueuse de l'environnement est également récompensée.



SEUR, une nouvelle flotte Nissan respectueuse de l'environnement

Dans le but d'encourager l'utilisation de véhicules électriques pour la livraison en zone urbaine, et au titre de son engagement en faveur d'une mobilité durable, Nissan fournit à SEUR vingt de ses voitures 100 % électriques.



DPD Royaume-Uni, collecte de fonds pour Save the Children

Durant la journée du pull de Noël, « A l'occasion de la journée du pull de Noël » les agences de tous les dépôts du Royaume-Uni prennent part à la collecte de fonds à destination de l'organisation caritative « Save the Children », active dans 120 pays.

Notre activité



6,2
milliards d'€
(chiffre d'affaires
GeoPost 2016, monde)

+ de 28 000
points relais Pickup
sur le réseau
européen

Le deuxième
plus grand réseau
de distribution
de colis en Europe

30 000
collaborateurs

230
pays et territoires
destinataires

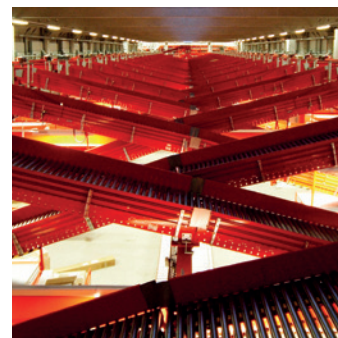


4 millions
de colis livrés
chaque jour



800
hubs et agences

39 000
véhicules



Notre activité



DPDgroup est le réseau international de livraison de colis de GeoPost, holding détenue par Le Groupe La Poste (chiffre d'affaires 2016 de 23 294 millions d'euros).

En 2016, le chiffre d'affaires de GeoPost s'est établi à 6,2 milliards d'euros, soit 26 % du chiffre d'affaires du Groupe La Poste.

DPDgroup est numéro 2 en Europe, avec 12 % (+ 0,4 % par rapport à l'an dernier) des parts de marché du secteur CEP (« Courrier, Express, Parcel » - Courrier, Express, Colis) et bénéficie du plus grand réseau routier européen (données 2015).

Nous sommes un groupe multi-domestique : notre fort réseau transfrontalier s'est développé par croissance externe, via l'acquisition d'acteurs nationaux renommés sur chaque marché.

Notre présence est importante partout en Europe, où nous nous appuyons sur des stratégies de responsabilisation locale (marques domestiques fortes, proximité locale avec les clients) tout en agissant à l'échelle mondiale de manière cohérente et en entretenant notre réputation auprès de toutes les parties prenantes avec lesquelles nous sommes en lien.

Nous avons développé notre réseau en nous appuyant sur nos compétences historiques dans le domaine du B2B, avec l'objectif de construire un réseau B2C robuste et pan-européen. Ce réseau représente à l'heure actuelle 36 % de nos volumes.

Nous sommes l'acteur B2C qui connaît la plus forte croissance en Europe, avec 1,5 million de colis livrés tous les jours aux clients finaux.

Nous pensons qu'il est indispensable de développer des liens plus étroits avec l'ensemble de nos clients. Nous travaillons résolument à la compréhension de leurs ambitions et de leurs défis, afin de pouvoir faire évoluer notre activité et accompagner leur croissance.

Fort d'une technologie innovante et de ses connaissances locales, notre Groupe met à disposition des transporteurs, des consommateurs, des expéditeurs et des destinataires la souplesse et la simplicité de son service. Nos services Predict* et Pickup**, leaders du secteur, redéfinissent les normes en termes de commodité et de flexibilité. Les parties prenantes avec qui nous sommes en lien nous font confiance pour fournir des services de livraison fiables et compétitifs, partout dans le monde.

Nous visons une position de leader dans les domaines du B2B et du B2C, localement, sur chaque marché domestique, mais également à l'échelle pan-européenne. Nous souhaitons devenir le prestataire de choix de nos clients, et de leurs clients.

* Notre service Predict, numéro 1 du secteur et disponible dans 20 pays, offre aux clients une solution de livraison unique et interactive : notification en amont précisant un créneau d'une heure pour la livraison, possibilité de reprogrammer la date ou le lieu de livraison selon le souhait du destinataire, via smartphone ou en ligne. DPDgroup a été le premier réseau de distribution de colis à proposer un tel service partout en Europe.

** Pickup est notre vaste réseau pan-européen de 28 000 points relais et consignes présent dans 23 pays européens, offrant une flexibilité et une commodité maximales à tous nos clients, expéditeurs comme destinataires. 95 % de la population du Royaume-Uni, de France et de Belgique réside à moins de 15 minutes d'un point relais Pickup.

Nos collaborateurs

Nos collaborateurs sont notre force

Chez DPDgroup, nous sommes persuadés que chacun, avec sa propre personnalité et ses compétences, contribue au succès de l'entreprise. La responsabilisation de nos 30 000 collaborateurs est donc un enjeu majeur, le dynamisme et l'optimisme font partie intégrante de notre culture.

Initiatives

Droits de l'Homme, droit des travailleurs

En 2008, GeoPost a signé un accord portant sur la création d'un Comité d'Entreprise Européen (CEE), qui s'applique à toutes les filiales européennes. L'accord vise à instaurer un dialogue social cohérent avec nos valeurs. Seize pays européens siègent au comité, représentés par dix-neuf membres du personnel.

Cinq ans plus tard, GeoPost et le CEE ont renouvelé leur engagement par la signature d'une Charte RSE, qui soutient entre autres les principes suivants : non-discrimination, intolérance vis-à-vis du travail forcé et du travail des enfants, sécurité et santé au travail.

En mars 2017, un nouvel accord a été signé avec UNI Global Union. Celui-ci réitère l'engagement du Groupe à respecter les droits humains fondamentaux, en reconnaissance des principes et droits fondamentaux du travail de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) ainsi que des recommandations des Nations Unies.

« GeoPost est parfaitement placé, à la fois en Europe et au niveau mondial, pour prouver que des conditions de travail décentes et le respect des syndicats sont les conditions de l'entreprise durable. »

Philip Jennings,
Secrétaire Général de UNI Global Union.



DPDgroup, le souci de nos collaborateurs

GeoPost et le CEE s'accordent sur le fait que le bien-être au travail est la priorité numéro 1. Les recommandations européennes sur la qualité de vie au travail ont par conséquent été signées en 2015.

DPDgroup s'est engagé, dans toutes les filiales, à mener à bien une enquête d'opinion auprès de ses collaborateurs tous les deux ans et à mettre en place des plans d'action afin d'améliorer leur satisfaction. En 2016, les trois quarts environ des collaborateurs de DPDgroup ont participé à cette enquête dans 17 pays, et en moyenne, 80 % d'entre eux se sont déclarés satisfaits de leur environnement de travail. En 2017, chaque filiale présentera au CEE son propre plan d'action en matière de qualité de vie au travail, dans le but d'améliorer les résultats de 2016.

« Chez DPD Estonie, nous travaillons au respect de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle. Tandis que les adultes travaillent dur afin de garantir que les colis arrivent à l'heure, les plus jeunes s'amuse dans des camps d'été. »

Annika Oruaas,
Responsable RH.

Nos collaborateurs

En Espagne, SEUR s'engage à faire la part belle à la santé, à la sécurité et au bien-être de ses collaborateurs, dans une démarche d'amélioration continue. Des formations sont proposées sur la sécurité. En ce qui concerne la santé, SEUR mène des campagnes d'information sur des thèmes variés liés à l'adoption d'un mode de vie sain, encourage la participation à des activités sportives et tient même un blog sur la santé.

Des collaborateurs compétents et motivés pour une activité durable

Le but de la montée en compétence est l'amélioration des performances économiques, du dynamisme interne, et de l'employabilité de nos collaborateurs. En 2016, DPDgroup a formé 63 % de ses collaborateurs, ce qui représente au total 42 807 jours de formation.



Zoom sur l'initiative de DPDgroup LISE, une plateforme d'e-learning consacrée à la culture du service, ouverte en 2016. LISE (« Learn, Improve and Share Expertise » - Apprendre, améliorer et partager les compétences) est une plateforme intuitive composée de 10 sessions de formation sur la culture du service et le savoir-être à destination des équipes de vente, des chauffeurs, des équipes service client et de leurs managers. Aujourd'hui, LISE est plus qu'une plateforme : c'est une communauté de Responsables - Formateurs qui peuvent désormais partager les bonnes pratiques, le matériel de formation et co-concevoir des modules numériques sur la culture du service.



« À mon sens, plus que jamais, chaque employé représente notre marque et notre service. Nous avons donc tous la responsabilité de promouvoir et d'encourager une expérience client homogène, qui satisfait nos clients et nous différencie de la concurrence. »

Daniel Sweeney,
Responsable Service client, DPD Irlande.

Responsabiliser nos collaborateurs

De bonnes conditions de travail, des initiatives de formation et des récompenses en reconnaissance de la réussite des collaborateurs au sein de DPDgroup sont des éléments qui contribuent à la valeur que nous leur apportons. DPD Royaume-Uni est la première filiale à avoir mis en place cette approche de responsabilisation des collaborateurs, appelée « stratégie ADN », qui aborde la stratégie en ressources humaines, le plan opérationnel et analyse de compétences dans le but de :

- développer et partager les bonnes pratiques commerciales et les compétences de leadership, et
- inviter les collaborateurs à apporter leur contribution personnelle.

Cette approche a été déployée sur 18 mois, y compris en 2017, et est à présent étendue à d'autres filiales de DPDgroup en Belgique, en France, aux Pays-Bas, au Portugal, en Espagne et en Suisse.

Nos collaborateurs

Chiffres clés 2016

Formation



63 %

En 2016, DPDgroup a formé 63 % de ses collaborateurs, ce qui représente au total 42 807 jours de formation.

E-learning



10

Depuis le lancement de la plateforme de e-learning LISE en 2016, DPDgroup a conçu 10 modules de formation numérique.

Qualité de la vie professionnelle



80 %

En 2016, les trois quarts environ des collaborateurs de DPDgroup, dans 17 pays, ont participé à une enquête du TNS Sofres portant sur la qualité de leur vie professionnelle : en moyenne, 80 % des collaborateurs se sont déclarés satisfaits de leur environnement de travail et 75 % se sont révélés optimistes quant à leur avenir.

Ambitions pour 2017

Chaque filiale est actuellement en train de développer son propre plan d'action sur la qualité de la vie professionnelle, avec l'objectif d'améliorer les résultats de 2016.

Concernant l'e-learning, notre ambition est de proposer des modules courts, traduits dans toutes les langues du groupe. Ces modules feront partie d'un programme complet d'intégration pour les nouveaux arrivants dans l'entreprise.

Six pays commenceront à mettre en œuvre la « stratégie ADN » en 2017.

Ethique

« Inscrire nos activités dans un cadre éthique, à tous les niveaux »

La Responsabilité Sociale d'Entreprise implique la conduite responsable, morale et transparente de nos activités internes et externes, c'est-à-dire : mener nos affaires conformément à l'éthique. Notre politique éthique vise à développer et à nourrir une culture de conformité au sein de l'entreprise, à prévenir les pratiques non conformes et à détecter les infractions.

2015 : Nomination d'un Responsable de la conformité au droit de la concurrence

2016 : Nomination d'un Responsable anti-corruption et déploiement de programmes sur la concurrence et la lutte contre la corruption.

Initiatives

Un Code de conduite des affaires

Les pratiques en matière de concurrence loyale et mesures anti-corruption sont appuyées par le Code de conduite des affaires de 24 pages de GeoPost, adopté en 2012. Le Code fait l'objet de révisions régulières, la dernière datant de 2016. Chaque entité de DPDgroup est tenue d'appliquer le Code de conduite des affaires. Son objectif est de donner à chaque collaborateur les clés pour mettre en œuvre des pratiques professionnelles de haut niveau, aux meilleurs standards de la profession, en ligne avec les valeurs de GeoPost. Parmi les nombreuses thématiques abordées, on trouve la conduite personnelle et le respect d'autrui, la confidentialité, la vie privée, la conduite des collaborateurs envers les parties prenantes externes, l'honnêteté, l'intégrité, la manière d'éviter les conflits d'intérêts, la concurrence, la santé et la sécurité des collaborateurs, la diversité et le développement personnel.

GeoPost a également développé un outil informatique interne dédié au lancement d'alerte, un instrument d'alerte précoce efficace pour réduire les risques. Tous les collaborateurs peuvent se connecter à l'outil pour demander des conseils ou de l'aide face à une situation délicate, ou signaler une infraction potentielle ou avérée, aux personnes dotées des compétences nécessaires à l'évaluation des aspects pratiques et légaux de la situation.

Adhérer aux pratiques de concurrence loyale

En France, DPDgroup a publié, par le biais de sa société holding GeoPost, un référentiel de 48 pages basé sur le droit de la concurrence. Ce document fournit des exemples de pratiques anticoncurrentielles, de relations commerciales transparentes, de pratiques restrictives de concurrence ou d'enquêtes menées par des autorités publiques ainsi que des informations pratiques de terrain.

En complément de ce référentiel, DPDgroup a aussi publié un guide pratique à l'usage des collaborateurs sur le comportement à adopter en présence de concurrents, par exemple dans le cadre de réunions d'associations professionnelles. Le principal objectif de ce guide est de garantir que nos collaborateurs respectent les principes des pratiques de concurrence loyale.



Ethique

Garantir la continuité de l'éthique

Outre le guide détaillant « les meilleures pratiques et le comportement à adopter en présence de concurrents », les responsables et collaborateurs concernés des entreprises basées en France (GeoPost, Chronopost et DPD France) ont suivi une formation sur les règles de la concurrence. Ils ont également accès à un outil intranet illustrant le référentiel.

Lutter contre la corruption

En France, la loi dite « Loi Sapin II », entrée en vigueur le 9 décembre 2016, stipule que toutes les entreprises françaises doivent mettre en œuvre un programme de conformité anti-corruption non seulement à leur niveau, mais aussi au sein de l'ensemble de leurs filiales. Depuis 2011, DPD Royaume-Uni s'engage à mener toutes ses activités honnêtement et conformément à l'éthique selon une Politique de lutte contre la corruption, soit à adopter une approche tolérance zéro à l'égard de toute forme de corruption.

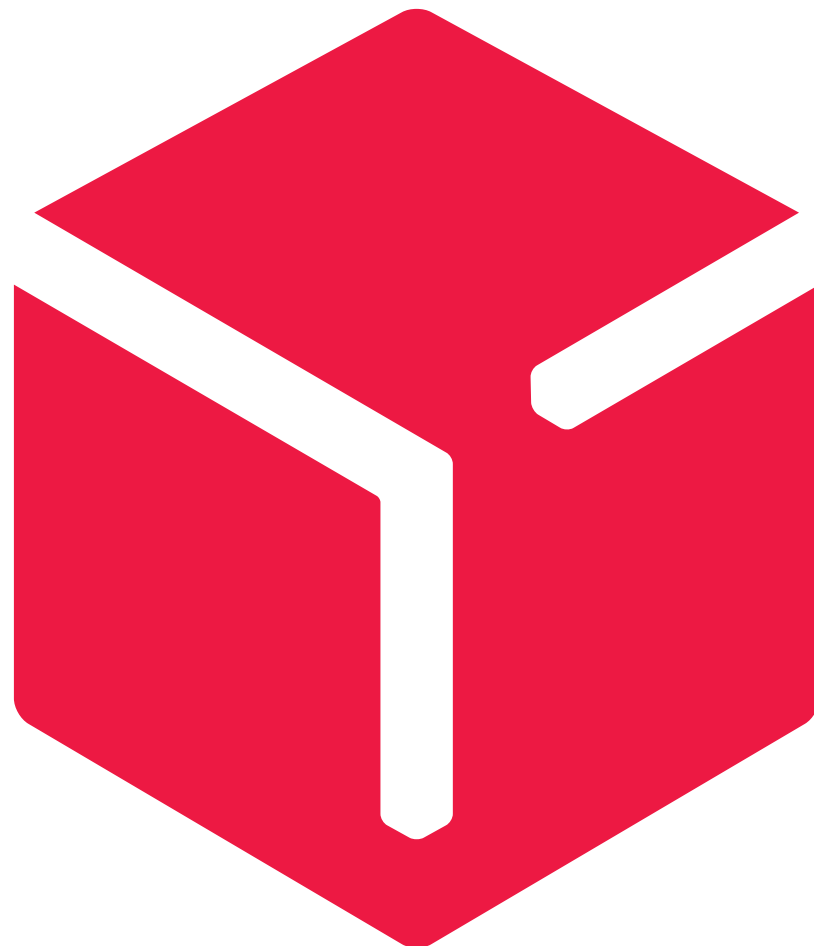
En juillet 2016, soit avant que cette loi ne soit adoptée, le Directeur général de GeoPost/DPDGroup Paul-Marie CHAVANNE s'était engagé à appliquer au sein de DPDgroup les mesures anti-corruption portés par le Groupe La Poste et le principe de tolérance zéro à l'égard de la corruption.

Développer une démarche d'achats responsables

Nous visons à initier des pratiques d'achats responsables dans la majorité de nos filiales européennes. Afin d'amorcer ce processus, nous avons mené en 2016 une enquête sur les achats durables auprès de 16 de nos filiales européennes.

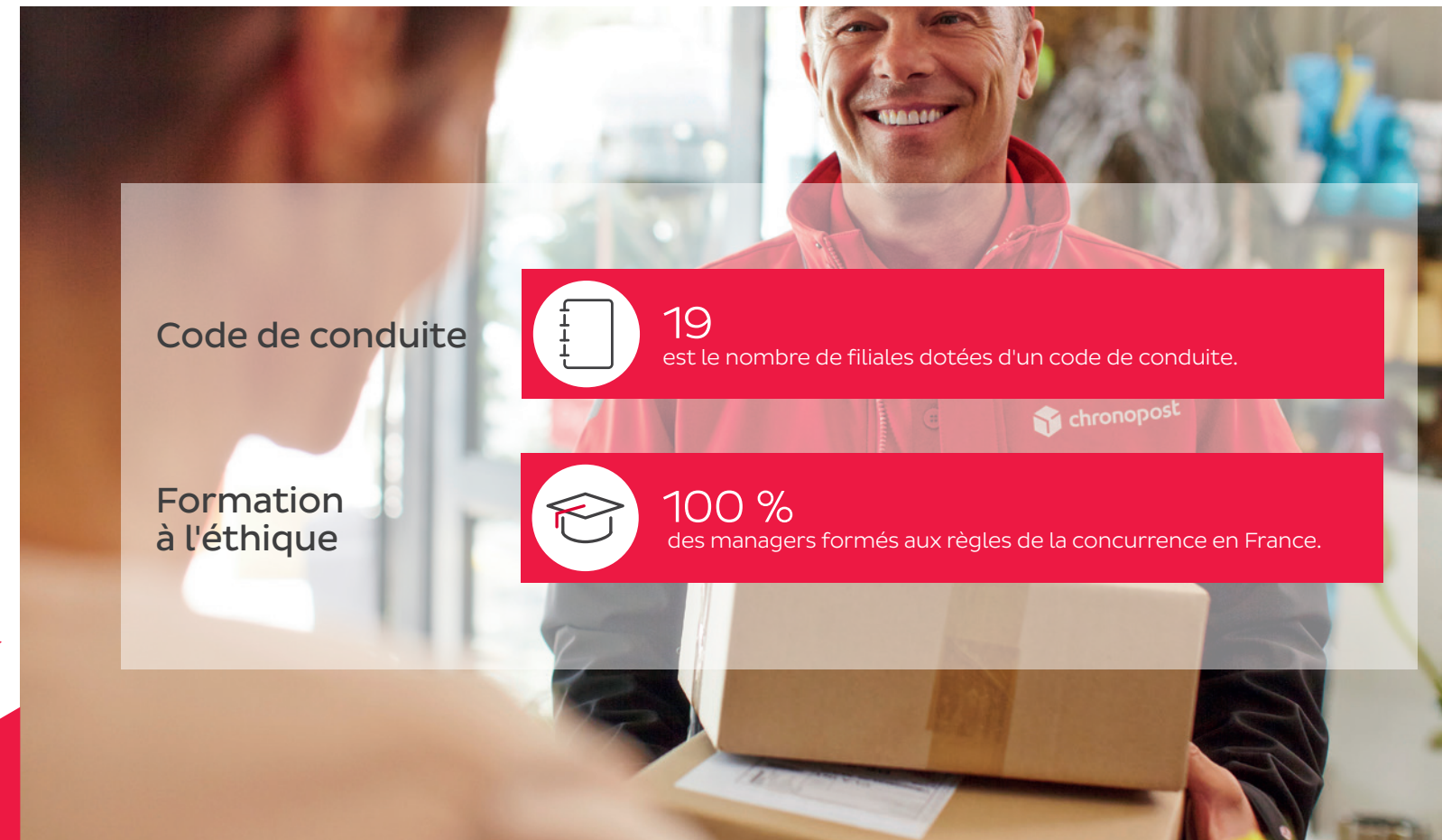
Les informations recueillies révèlent un degré de maturité mitigé en la matière. Plus de 50 % des filiales ont mis en œuvre une politique d'achats durables.

L'approvisionnement direct RSE est pratiqué dans des domaines tels que l'achat de matières premières (carburant, etc.) et la gestion de flotte. Les fournisseurs sont sélectionnés sur la base de critères comme la certification ISO 14001/9001, les éco-labels et les politiques RSE.



Ethique

Chiffres clés 2016



Ambitions pour 2017

Poursuivre le déploiement du programme de conformité à la concurrence loyale au sein de GeoPost et de ses filiales.

S'assurer de la promotion des meilleures pratiques déjà en vigueur auprès de certaines filiales en vue de la mise en œuvre du plan anti-corruption requis par la loi.

Renforcer les engagements anti-corruption dans le cadre des contrats signés avec les clients et les fournisseurs.

Lancer des outils de formation intuitifs dans les filiales.

Développer une démarche d'achat durable avec les filiales européennes et partager les meilleures pratiques.

Gouvernance, réseau RSE



Réseau RSE DPDgroup

Gouvernance et réseau RSE

Pour DPDgroup, il est essentiel de conserver la confiance de ses clients, collaborateurs, partenaires et autres parties prenantes. C'est la raison pour laquelle DPDgroup s'efforce d'être transparent sur ses pratiques de gouvernance, en mettant en place une organisation qui intègre des processus de prise de décision efficaces, et encourage une conduite respectueuse, durable et conforme à l'éthique dans le cadre de ses activités.

La gouvernance de DPDgroup est structurée de manière à permettre la gestion efficace des questions environnementales, sociales et d'éthique d'entreprise à tous les niveaux. Notre comité exécutif européen est chargé de réviser et de valider les orientations stratégiques RSE chaque année. La stratégie est conçue pour s'aligner sur les directives du Groupe La Poste déployées également par les autres branches du Groupe.

Sous l'égide d'un membre du comité exécutif européen, le département RSE de DPDgroup s'assure de la mise en œuvre du programme RSE DrivingChange™, et coordonne ce processus avec le soutien d'un réseau de 19 référents RSE chargés de l'implémentation opérationnelle dans les filiales européennes.

La plupart des référents dans les filiales s'assure de la mise en œuvre effective de la stratégie en menant des comités de pilotages RSE transversaux à l'échelle locale.

Un réseau dynamique

DPDgroup respecte les principales normes internationales en matière de Responsabilité Sociale d'Entreprise.

- Nous sommes membres du Pacte mondial des Nations Unies depuis 2016 et avons publié notre première COP (« Communication On Progress » - Communication sur le progrès) en 2017.

- Nous suivons les recommandations de l'étude du PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement) pour un monde neutre en carbone d'ici la fin du siècle par le biais de notre partenariat avec EcoAct.

- Nous respectons les obligations de la Déclaration universelles des droits de l'homme et toutes les réglementations applicables aux niveaux régional et local.

Les normes internationales : les lignes directrices de notre réseau

Les activités de DPDgroup respectent toutes les lois et normes applicables.

DPDgroup a adopté le système de gestion de la norme ISO 14001 pour ses activités afin de rendre cohérente et structurée son approche en matière de gestion des thématiques environnementales et leur impact.

Les pratiques en matière de concurrence loyale et mesures anti-corruption sont appuyées par le Code de conduite des affaires de 24 pages de GeoPost, adopté en 2012.

Evaluation RSE externe

En 2016, EcoVadis, plateforme internationale de notation de durabilité dédiée à la chaîne logistique mondiale, a placé DPDgroup dans la catégorie argent. Nous figurons dans les premiers 13 % des entreprises évaluées par EcoVadis dans toutes les catégories.

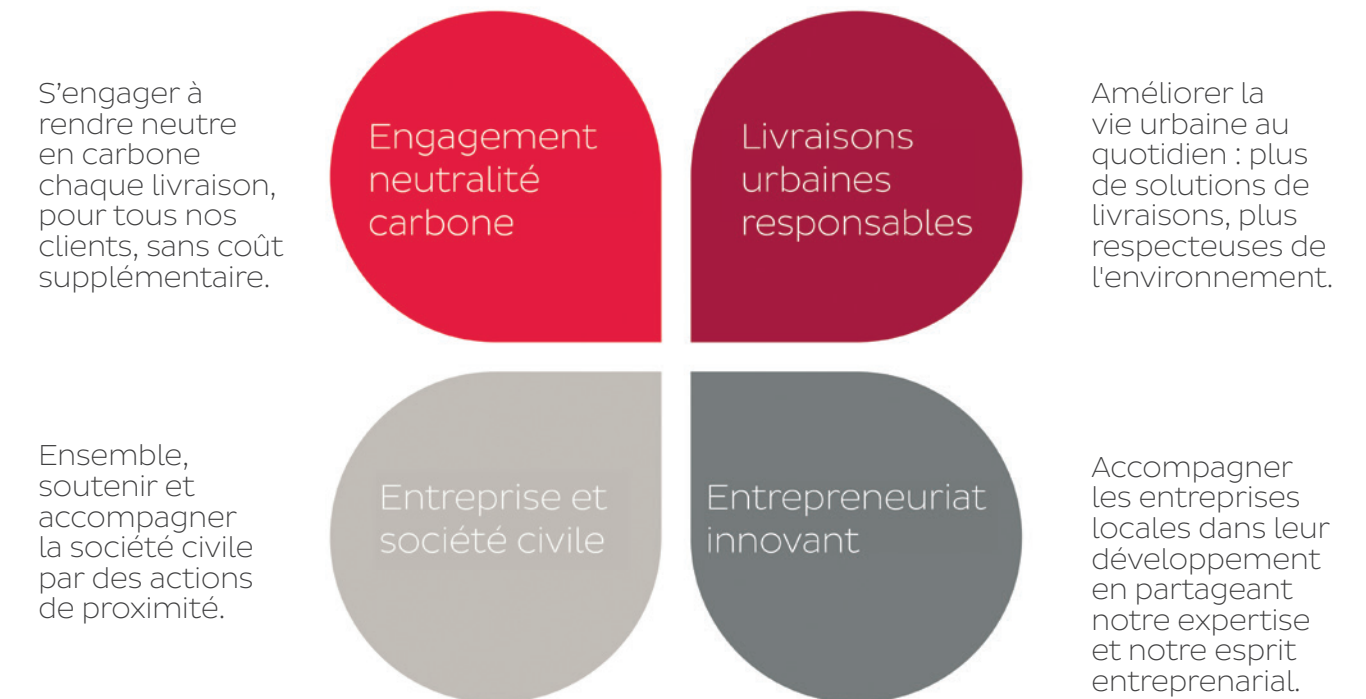
Notre programme RSE : DrivingChange™

Avec DrivingChange™, nous nous concentrons sur les domaines dans lesquels nous pouvons avoir un impact direct et positif : réduire voire éliminer notre empreinte carbone, proposer des solutions de livraison plus intelligentes et plus efficaces en milieu urbain, encourager l'innovation dans nos activités avec l'ensemble de notre éco-système, et créer des connexions qui ont du sens entre toutes les communautés pour qui nous travaillons.

Par cette démarche, nous tissons des liens plus étroits avec nos clients, nos partenaires, avec les parties parties prenantes et sommes ainsi et sommes ainsi à même de faire évoluer positivement notre manière d'envisager nos activités et leur avenir.

DrivingChange™

Afin de guider nos activités RSE et de différencier notre démarche, nous nous concentrons sur quatre priorités, qui sont intimement liées à notre cœur de métier, où nous pensons pouvoir faire le plus la différence, en matière de livraison et au delà :





Engagement neutralité carbone

« S'engager à rendre neutre en carbone chaque livraison, pour tous nos clients, sans coût supplémentaire »

Le secteur des transports est l'un des plus importants émetteurs de dioxyde de carbone. En 2014, à l'échelle européenne, le transport routier a été responsable de 21% des émissions de CO₂ dans leur ensemble. En tant que prestataire de services de livraison express, nous jouons un rôle actif dans la course à la réduction des émissions carbone.

Depuis 2012, nous sommes le leader de la livraison neutre en carbone en compensant de manière volontaire 100 % des émissions liées au transport.

Notre engagement inscrit chacune des livraisons que nous effectuons dans une démarche de neutralité carbone, pour tous nos clients, sans coût supplémentaire à leur charge.

Initiatives

Via l'engagement neutralité carbone de DrivingChange™, DPDgroup s'engage à ce que chaque colis livré ait une empreinte neutre en carbone, pour tous ses clients, sans frais supplémentaires. Notre approche se veut simple, pragmatique et efficace. Nous nous attachons donc à mesurer nos émissions de CO₂, puis à prendre des mesures pour les réduire et à compenser les émissions restantes.



1

Mesurer



2

Réduire



3

Compenser



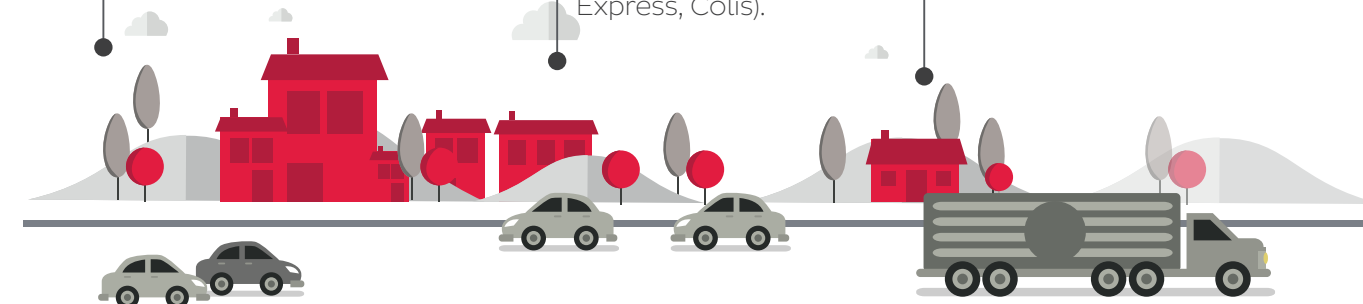
Numéro 1 sur le marché de la compensation carbone volontaire, y compris la compensation des filiales du Groupe la Poste, tous secteurs confondus.



Numéro 1 mondial sur le marché volontaire du secteur CEP (« Courrier, Express, Parcel » - Courrier, Express, Colis).



DPDgroup représente 5 % du marché de la compensation carbone volontaire à l'échelle européenne.





1. Mesurer



Mesurer pour mieux gérer

Nous mesurons de manière précise l'empreinte carbone de notre réseau de transport. Chaque année, un audit externe est réalisé afin de valider la quantité de GES émise et à compenser. En 2016, la quantité totale de gaz à effet de serre (GES) émise par le groupe dans le cadre du transport s'est élevée à 863 331 TéquCO₂* (tonnes d'équivalent dioxyde de carbone, y compris les principales émissions de gaz à effet de serre).

La quantité d'émissions est déterminée au moyen d'un outil interne de reporting appelé RESPIRE, dans lequel les filiales saisissent leurs données tous les trimestres. L'outil se fonde sur les normes internationales telles que l'ISO 14064 pour calculer les émissions de GES, ainsi que sur les principaux indicateurs qui nous permettent de mesurer nos performances environnementales.

Les véhicules de transport sont pour nous les plus gros émetteurs. Les émissions dont ils sont responsables (qu'ils appartiennent au groupe, ou bien qu'ils soient loués ou utilisés dans le cadre de contrats de sous-traitance) servent de base aux calculs de compensation.

Un auditeur externe, reconnu et indépendant vérifie et garantit la conformité du protocole avec les normes en matière de collecte de données et de calculs, et donc l'exactitude des quantités d'émissions de CO₂ obtenues.

2. Réduire



Objectif atteint avec une réduction de 10,1 % des émissions de CO₂e par colis en 2016

Tous les jours, dans nos opérations quotidiennes, nous réduisons nos émissions. Nous augmentons le facteur de charge de nos véhicules de transport ou optimisons les itinéraires afin de gagner en efficacité, en temps et permettre une réduction des coûts et des émissions. Nous agissons également sur d'autres éléments à fort impact tels que les véhicules, les carburants ou le comportement des conducteurs : déploiement de véhicules à carburant alternatif et optimisation des charges, notamment via l'utilisation de camions à double étage ou de véhicules plus longs et plus lourds.

En tant qu'entreprise responsable, nous nous attachons à réduire notre empreinte carbone. Nous nous étions fixés de réduire de 10 % les émissions de CO₂e par colis d'ici 2020 par rapport au niveau de 2013, et avons atteint l'objectif en 2016, bien avant la date limite prévue. Nous sommes parvenus à réduire l'intensité carbone par colis jusqu'à en moyenne 0,747 kg de CO₂e par colis, ce qui représente une réduction de 10,1 %. Nous avons ainsi augmenté le volume de colis transportés, optimisé nos opérations quotidiennes et mis en place des initiatives de réduction carbone, ce qui nous a permis de faire un meilleur usage de nos ressources et d'améliorer notre efficacité. Maintenant que l'objectif a été atteint, nous déterminerons en 2017 de nouveaux objectifs de réduction carbone sur le moyen et long terme.



Véhicules à carburant alternatif



Fin 2016, la flotte de DPDgroup comprenait environ 250 véhicules à carburant alternatifs, c'est-à-dire des véhicules fonctionnant au Gaz Naturel Liquéfié (GNL), au bioGNV ou à l'électricité, ou à assistance électrique. Notre flotte de véhicules alternatifs a parcouru plus de 6,2 millions de kilomètres en 2016.

Les trains routiers, pour réduire les émissions grâce à l'optimisation des charges et des itinéraires

Les trains routiers, ou VLL Véhicules plus Longs et plus Lourds ou « Méga Poids Lourds », permettent à un seul véhicule de transporter plus de charge et ainsi de réduire la distance totale parcourue.

En 2016, DPD Pays-Bas disposait de 21 véhicules de ce type en circulation. « 2016 a été une année très spéciale pour nous, car c'est sur cette période que le concept de VLL a vraiment décollé. Les camions, d'une capacité de charge de 162 m³, soit le volume maximal autorisé, nous ont permis de contrôler intégralement notre branding et notre stratégie opérationnelle sur les livraisons de volumes importants. »

Jako Bos,
Directeur réseau pour DPD Pays-Bas

DPD Pays-Bas a pu constater les bénéfices concrets de l'utilisation des VLL, en particulier la réduction des émissions. En 2016, par l'utilisation de LVV/VL au lieu des poids lourds traditionnels et des camions roulant au Gaz Naturel Liquéfié (GNL) plutôt qu'au diesel, DPD Pays-Bas a évité l'émission de 560 TéquCO₂.





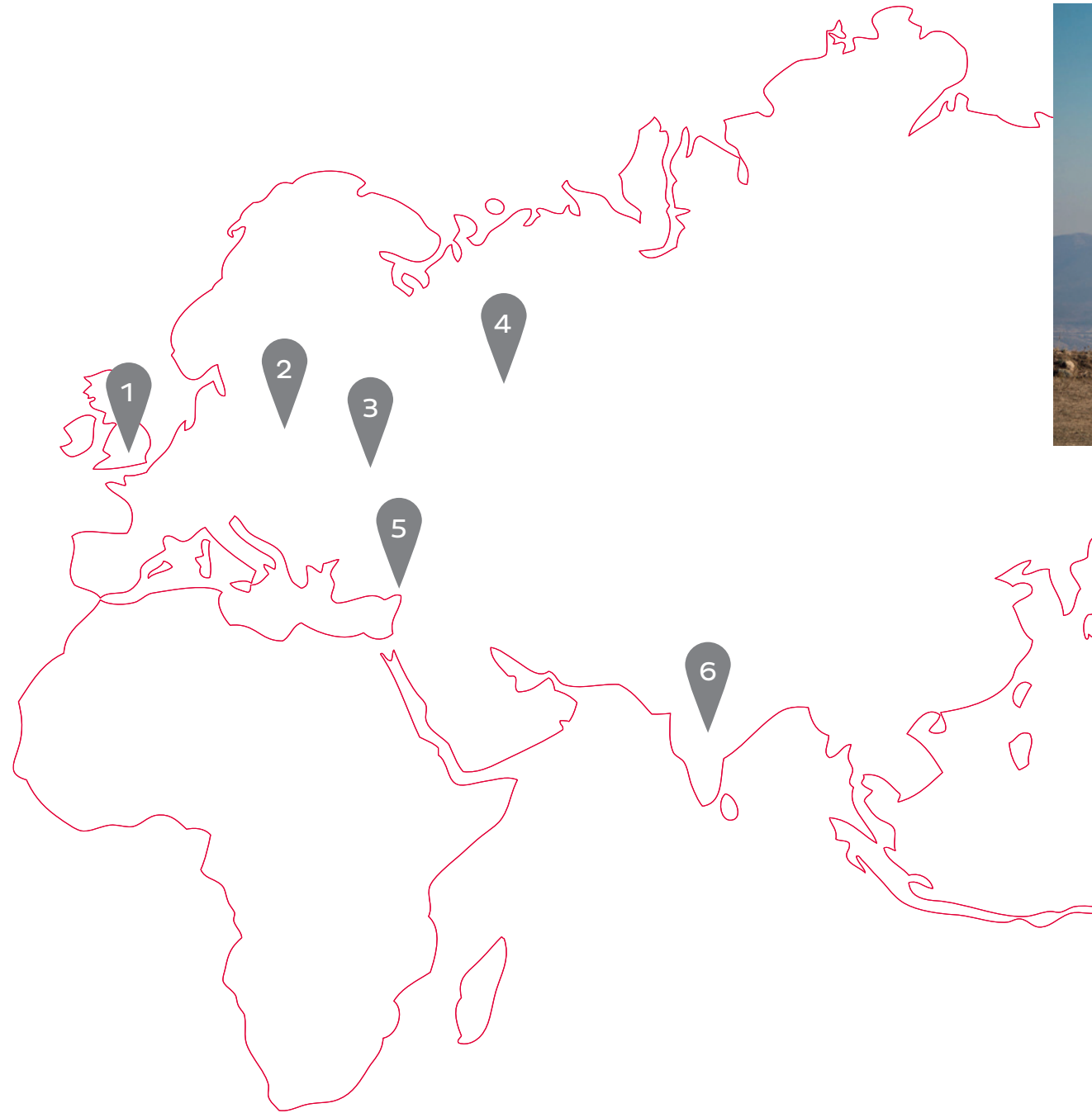
3. Compenser

Depuis 2012, nous sommes le leader de la livraison neutre en carbone en compensant de manière volontaire 100% des émissions liées au transport.

Notre engagement inscrit chacune des livraisons que nous effectuons dans une démarche de neutralité carbone, pour tous nos clients, sans coût supplémentaire à leur charge.

Notre programme de compensation repose sur six projets dédiés à la production d'une énergie plus propre et renouvelable. Ces projets de compensation sont pour la plupart mis en œuvre à proximité de nos sites d'activité en Europe, en Turquie et en Inde.

En partenariat avec EcoAct, un cabinet de conseil dans les stratégies de neutralité carbone internationalement reconnu, nous avons mis en place un programme de compensation conforme aux normes internationales les plus rigoureuses et source de progrès sociaux et économiques. Ces normes incluent une vérification par un tiers qui garantit l'exactitude des calculs des émissions de carbone.



1

Royaume-Uni
Capture de méthane
VCS



2

Allemagne
Capture de méthane
VCS



3

République Tchèque
Energie à partir de déchets



4

Pologne
Matériaux de construction à partir de déchets



5

Turquie
Balikesir - Énergie éolienne
Gold Standard
Climate Security & Sustainable Development



6

Inde
Indi - Énergie éolienne
VCS

Non seulement les projets mentionnés ci-dessus compensent-ils 100 % de nos émissions de GES liées à la distribution de colis, mais ils sont également sources de progrès sociaux et économiques. Le portefeuille de projets que nous soutenons a eu les impacts suivants :

714 GWh
d'énergie produits par an, couvrant la consommation d'environ 250 000 foyers

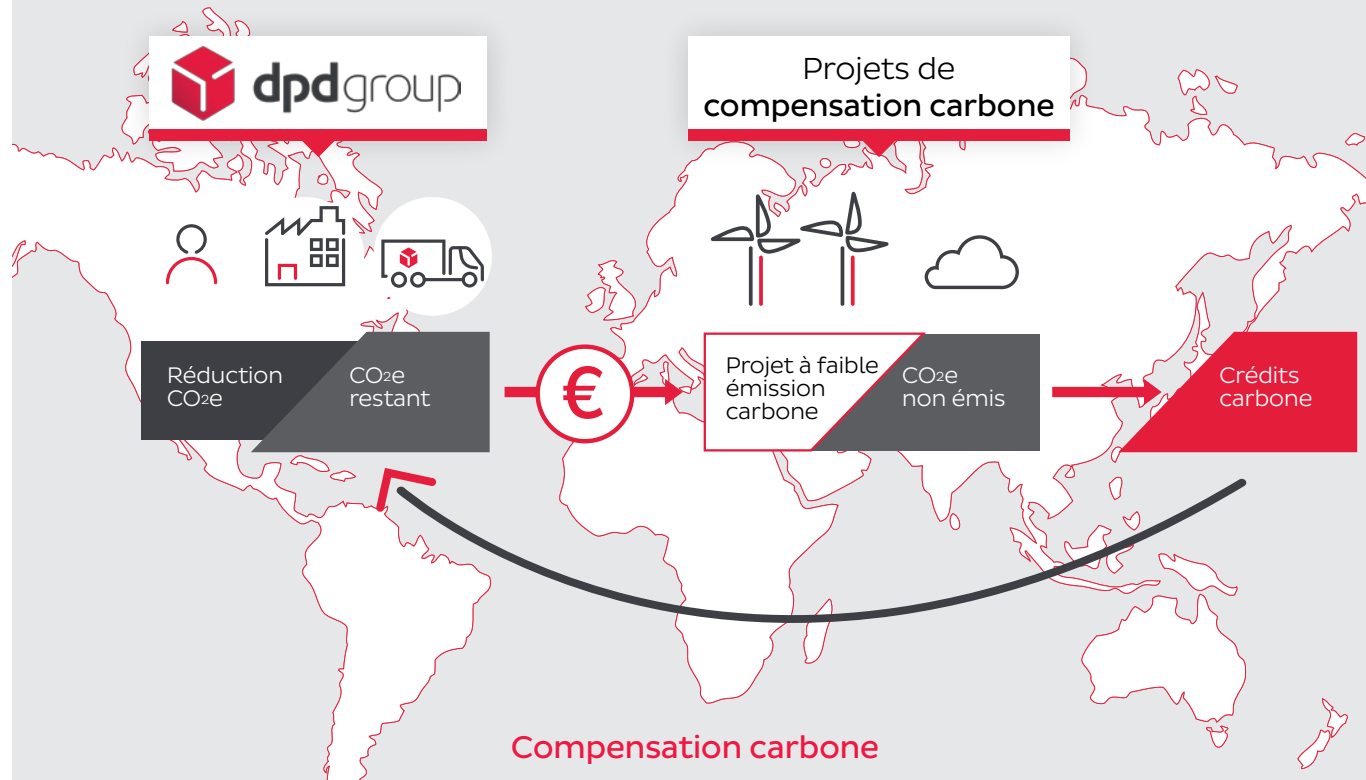
80 000
tonnes de cendres réutilisées par an pour la production de composés hydrauliques pour la construction d'autoroutes

189
nouveaux emplois créés

205 000 m³
de déchets organiques recyclés chaque année, et utilisés pour produire de l'énergie

Le processus de compensation

Le processus de compensation se déroule comme suit : nous commençons par mesurer nos émissions de GES et mettre en place des actions visant à les réduire lorsque c'est possible. Les émissions restantes sont ensuite compensées via le financement de projets bas carbone. Nous compensons même les émissions indirectes issues du transport que nous sous-traitons.



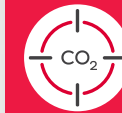
Chiffres clés 2016

Leader du marché carbone volontaire



Numéro 1
du secteur au niveau mondial sur le marché volontaire du CEP (« Courrier, Express, Parcel » - Courrier, Express, Colis).

Réduction CO₂e par colis



-10,1 %
des émissions CO₂e par colis d'ici fin 2016.

Nombre de colis neutre en carbone



1.066 milliard
de colis neutres en carbone livrés en 2016.

Compensation de 100 % des émissions transport



813 996 t CO₂e
En 2016, DPDgroup a compensé au total 813 996 tCO₂e (émissions transport 2015), par l'intermédiaire de 6 projets de compensation.

Ambitions pour 2017

Poursuivre la réduction de l'empreinte carbone par colis, fixer de nouveaux objectifs de réduction à moyen et long terme en 2017.

Continuer à neutraliser les émissions de carbone liées au transport restantes et ajouter un projet de compensation à notre portefeuille.

Autres aspects environnementaux

Nous nous engageons à réduire notre empreinte carbone pour les communautés au service desquelles nous sommes utiles.

Initiatives

Dans la mise en œuvre de ses services, DPDgroup est bien conscient de la corrélation entre logistique de transport et environnement. Visant l'amélioration continue de notre performance environnementale, nous avons des initiatives liées à la consommation d'énergie, d'eau, de consommables et à la gestion des déchets.

Il est de notre responsabilité de gérer ces impacts. Il est ainsi essentiel que nos clients et destinataires finaux aient conscience que nous avons mis en place des actions pour suivre ces impacts et les minimiser.



Energie

Dans nos agences et hubs, les systèmes de tri de colis fonctionnent à l'électricité : c'est un aspect important à prendre en compte par notre entreprise. Nous sommes parvenus à réduire la consommation sur tout le réseau d'agences, grâce à des initiatives telles que la mise en place de systèmes d'éclairage LED ou de smart grids, qui améliorent l'efficacité énergétique. Plusieurs filiales ont signé des contrats avec des prestataires d'énergies renouvelables, tels que Enercoop. L'énergie provient dans ces cas à 100 % de sources renouvelables. À l'automne 2016, un panneau solaire de 1 MWp a été installé sur le toit du site de distribution d'Olbury, le siège social de DPD Royaume-Uni.

Papier

Nous suivons la consommation de papier des bureaux, des étiquettes de colis et du matériel de communication externe. En 2016, le Groupe a utilisé plus de 2,7 millions de kg de papier responsable. Lorsque c'est possible, nous nous approvisionnons en papier provenant de forêts gérées durablement.

Déchets



Les filiales de DPDgroup jouent un rôle actif dans la gestion de leurs déchets dans les espaces logistiques et les bureaux. Le papier, le carton, le plastique et les palettes sont tous renvoyés vers des plateformes de recyclage. Les matériaux dangereux, ainsi que les équipements électriques et électroniques, sont enlevés conformément à la réglementation et de manière responsable. En 2016, plus de 11 000 tonnes de déchets ont été recyclées ou renvoyées vers d'autres modes de traitement.

Eau

Bien que la consommation en eau ne soit pas un enjeu significatif pour DPDgroup, les filiales suivent leur consommation en eau en m³ ; toute augmentation significative peut signifier une fuite. En moyenne, 73 litres par m² ont été utilisés en 2016, soit 4 % de moins qu'en 2015.

Système de Management Environnemental

Au titre de notre engagement en faveur de l'environnement, nos filiales ont mis en place un Système de Management Environnemental, qui leur permet de mesurer et de suivre leurs impacts environnementaux dans tous les volets de leur activité. 289 des 445 agences des filiales de DPDgroup sont certifiées ISO 14001, soit une proportion de 65 %.

Autres aspects environnementaux

Chiffres clés 2016



Ambitions pour 2017

DPDgroup conservera ses systèmes de gestion environnementale et les certifications ISO 14001 liées.

Nous nous efforcerons de limiter les impacts négatifs de notre activité et concentrerons nos efforts sur des campagnes de sensibilisation aux problématiques environnementales auprès de nos collaborateurs et sous-traitants.



Livraisons urbaines responsables

« Améliorer la vie urbaine au quotidien : plus de solutions de livraison, plus respectueuses de l'environnement »

Le défi du mode de vie urbain et de l'augmentation de la demande de livraison

Plus de 74 % des Européens vivent en ville et nous livrons chaque jour de plus en plus de colis à des citoyens. Il est essentiel que nous mesurions l'impact de nos activités sur les communautés urbaines et que nous proposons des solutions durables pour améliorer la qualité de vie de tous.

En ville, la pollution de l'air est le facteur de risque environnemental le plus élevé pour la santé, à l'origine de 600 000 décès par an (Organisation Mondiale de la Santé). Elle est responsable de nombreuses maladies et a par ailleurs des conséquences négatives sur les écosystèmes. Les citoyens européens, malgré des progrès, respirent un air qui bien souvent n'est pas aux normes dans ce domaine. Or, le transport en milieu urbain contribue en grande partie à la pollution de l'air.



* source Ecommerce Europe
** source Agence environnementale européenne

Initiatives

L'une des quatre priorités de DrivingChange™ : « Les livraisons urbaines responsables » représente l'engagement de DPDgroup d'améliorer la vie quotidienne des citoyens en leur proposant un plus grand choix de solutions de livraison tout en réduisant son impact environnemental.

Réduire l'impact de notre flotte de livraison

Nous renouvelons fréquemment les véhicules de notre flotte, afin de réduire la pollution liée à notre activité et notre impact environnemental.

En 2016, nous avons estimé à 1,5 tonne de particules fines et 223 tonnes d'oxydes d'azote, les quantités d'émissions dues à nos véhicules de collecte et de livraison de colis.

Améliorer la vie quotidienne des citoyens en proposant plus de choix de livraison

Via nos services innovants de livraison Predict et Pickup, nous permettons à nos clients de choisir le lieu, la date et le créneau horaire de livraison de leur colis.

Pickup



Pickup, une solution flexible et pratique. Nos clients peuvent envoyer et recevoir des colis au point relais Pickup le plus pratique pour eux, que ce soit dans une rue commerçante à proximité de leur lieu de travail ou près de leur domicile.

Predict



Predict informe les destinataires de l'heure exacte d'arrivée du livreur par sms ou par e-mail. Cela permet de réduire les émissions carbone en augmentant les livraisons réussies à la première tentative.



Renouveler la flotte de véhicules et passer au carburant alternatif pour réduire la pollution

Afin d'améliorer la logistique urbaine, nous mettons en place des partenariats bénéfiques pour tous avec des partenaires/professionnels de la livraison (remises sur les nouveaux véhicules) et les pouvoirs publics (par exemple, pour garantir la conservation de notre licence d'exploitation tout en respectant un nombre toujours plus important de réglementations de trafic liées à l'environnement).

Par ailleurs, nous regardons en permanence vers l'avenir, en testant des solutions innovantes, en intégrant de nouvelles méthodes (mobilité douce, transport non-motorisé) et des technologies alternatives (véhicules hybrides, électriques et au gaz naturel) à notre démarche, afin de rendre la réception et l'envoi de colis plus simple que jamais.

Plus de partenariats innovants pour une logistique urbaine responsable

Notre engagement pour des Livraisons urbaines responsables ne se traduit pas seulement par un remplacement de la flotte standard par des véhicules à faibles émissions. Il s'agit également de nous positionner pour proposer des solutions de livraison responsables et propres dans les villes.

Chronopost, Toulouse

À Toulouse, Chronopost, en tant qu'acteur responsable du marché, a renforcé son rôle grâce à un partenariat établi en mai 2016 avec Alternmobil, spécialiste de la livraison du dernier kilomètre et de la mobilité électrique opérant dans la ville depuis 2008. Ce partenariat porte sur l'utilisation de véhicules et de bicyclettes électriques.



SEUR Barcelone

Nous développons des livraisons urbaines respectueuses de l'environnement via l'utilisation de véhicules et carburants alternatifs pour la livraison du dernier kilomètre.

À Barcelone, SEUR (filiale espagnole DPDgroup) possède une flotte de 20 véhicules électriques Nissan Leaf, qui complète la flotte de bicyclettes et tricycles électriques déjà en circulation. Cette flotte alternative a permis à SEUR de réaliser 500 000 livraisons zéro émissions en 2015.

« La mobilité durable est un enjeu crucial pour notre ville et nous travaillons à ce que les marchandises soient livrées de la manière la moins polluante possible, en conformité avec les objectifs fixés dans le plan 2013-2018. La distribution de marchandises en milieu urbain s'appuiera toujours sur des véhicules individuels, donc les flottes électriques sont indispensables pour atteindre nos objectifs. »

Mercedes Vidal, Conseillère mobilité au Conseil municipal de Barcelone.



Une première en France : un Hôtel de logistique urbaine

La Poste et DPDgroup, pour qui la logistique urbaine est une priorité stratégique, ont mis en œuvre plusieurs projets afin de relever ces défis. L'année dernière, les livraisons dans le centre-ville de Bordeaux ont été assurées au moyen de véhicules alternatifs, fonctionnant à l'électricité ou au gaz naturel. Plus de 500 d'entre eux sont en circulation dans la ville. 14 consignes en self-service appartenant au réseau Pickup de DPDgroup, accessibles 24h/24, 7j/7, ont été installées dans les endroits les plus fréquentés.

« A Bordeaux, le projet d'Hôtel Logistique Urbaine est une réponse forte à la problématique du dernier kilomètre. C'est la première fois qu'un HLU de cette importance sera construit tout près du centre-ville. Nous espérons qu'il donnera aux autres opérateurs l'idée de se rassembler pour créer des hubs logistiques aux quatre coins de la ville. »

Michel DUCHÈNE,
Vice-président de Bordeaux métropole en charge des grands projets d'aménagement urbains.

Les espaces de logistique urbaine, France

Chronopost France est en train de développer des espaces de logistique partagées à proximité de plusieurs villes françaises. Cela permettra à plusieurs opérateurs d'utiliser le même espace logistique à différents moments de la journée. Les biens seront transportés sur le principe de la « livraison du dernier kilomètre », au moyen de véhicules propres.

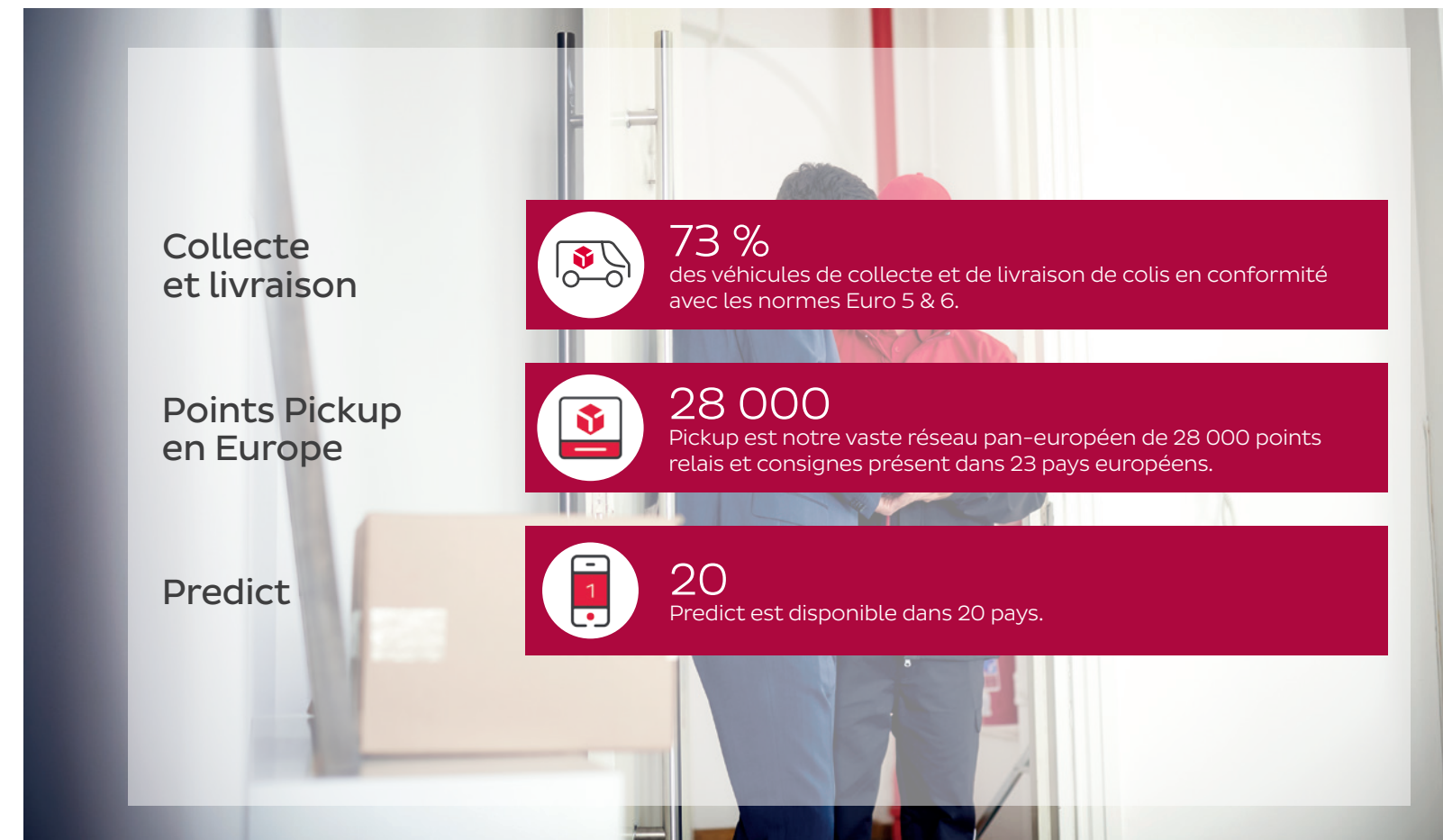
Le marché de la livraison express de produits frais et d'épicerie devrait se développer de manière significative dans les années à venir. DPDgroup est très investi dans le développement de ce marché, en particulier en termes d'« espaces logistiques de produits alimentaires », fournies par des grossistes alimentaires et incluant la distribution aux clients.



Livraison à vélo

En avril dernier, DPD Slovénie a fait l'acquisition d'un nouveau véhicule, le vélo DPD, pour livrer des colis à des destinataires résidant principalement au centre-ville de Ljubljana. Les vélos cargo ne permettent pas seulement, au niveau local, une livraison de colis neutre en émissions ; ils sont également plus pratiques et efficaces dans la circulation urbaine.

Chiffres clés 2016



Ambitions pour 2017

Le renouvellement de notre flotte se poursuivra, avec l'addition de véhicules conformes avec au minimum la norme Euro 5.

L'expansion de notre réseau Pickup dans les pays européens.

La poursuite de l'amélioration du taux de succès à la première tentative de livraison grâce à notre service Predict.



Entreprise et société civile

« Ensemble, soutenir et accompagner la société civile par des actions de proximité »

En tant qu'expert de la livraison, DPDgroup est au quotidien en lien direct avec les communautés locales. Nos collaborateurs engagés font don de leur temps, compétences et ressources pour soutenir les communautés et grandir ensemble. Notre ambition est d'apporter une contribution positive à l'ensemble des communautés dont nous sommes les plus proches.

Initiatives

Notre philosophie : impliquer la communauté DPDgroup

Chaque collaborateur peut s'impliquer dans des initiatives pertinentes pour sa filiale, à travers deux engagements principaux :



Transport solidaire : l'expertise de DPDgroup en matière de logistique et de livraison au service des communautés où nous sommes implantés.



Engagement des collaborateurs : nos compétences et notre motivation en soutien des communautés.

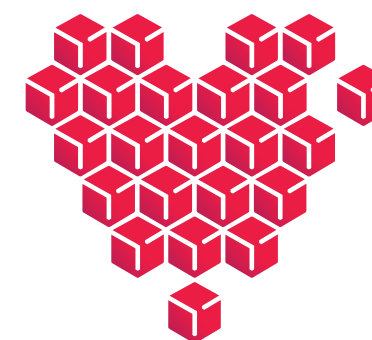
Un large champ d'actions :

Transport solidaire

Engagement des collaborateurs

19
filiales engagées dans 90 initiatives

530 000 km
parcourus pour livrer 2 500 tonnes
de colis aux communautés



260 000 heures
investies par 18 000 collaborateurs
engagés auprès de 300 associations



Une initiative Entreprise et société civile par DPDgroup

Transport solidaire

La Fondation SEUR : « Plan d'aide aux réfugiés » (1)

La Fondation SEUR a mis son savoir-faire en logistique au service de trois organisations espagnoles d'aide aux réfugiés, en distribuant plus de 200 tonnes d'aide humanitaire à plus de 200 000 réfugiés.

Par le biais de son partenariat avec l'Asociación de Apoyo al Pueblo Sirio (Association de soutien au peuple syrien), SEUR met son expertise logistique au service d'ONG à titre gracieux, pour le transport de grandes quantités d'aide humanitaire (nourriture, vêtements, chaussures, etc.) récoltée et distribuée aux réfugiés. La grande majorité des bénéficiaires sont en Grèce ou en Syrie.

« Les avantages de ce partenariat pour AAPS sont manifestes : une forte augmentation du volume de colis transportés, rendue possible uniquement grâce à l'engagement des collaborateurs SEUR sur le terrain. Le partenariat a connu un tel succès qu'il se poursuivra en 2017. »

Tarek Al-droubi Franich, Vice-Président de AAPS.

DPD Estonie : « Les oignons de Peipsi » (2)

DPD Estonie a aidé la communauté locale de Peipsi à préserver son savoir-faire et patrimoine en transportant 8 tonnes d'oignons produits localement, gratuitement, pour promouvoir une agriculture respectueuse de l'environnement et stimuler le marché de l'emploi local.

Chronopost Portugal : « Soutien à la Fondation Make-a-Wish » (3)

À Noël dernier, Chronopost Portugal a assuré le transport d'articles envoyés par des entreprises en soutien à la Fondation Make-a-Wish, une organisation à but non lucratif qui réalise les vœux d'enfants atteints de maladies graves. Les vœux de 20 enfants ont pu être exaucés grâce à cette initiative.

DPD Pays-Bas : « Le programme Kid Power de l'Unicef » (4)

DPD Pays-Bas livre 376 colis gratuitement pour le programme Kid Power de l'Unicef. Ils contiennent les podomètres que 10 000 écoliers des Pays-Bas utilisent pour comptabiliser leurs déplacements et convertir leurs points en sachets alimentaires destinés aux enfants qui souffrent de malnutrition.

DPD Irlande : « Transport logistique pour la Fondation Jack & Jill »

DPD Irlande soutient la Fondation Jack & Jill dans ses actions de collecte de fonds en mettant à disposition ses capacités de transport logistique et ses agences comme points de collecte. Ces actions consistent en une récolte de Lego d'occasion, afin de les vendre à des boutiques à but caritatif.

DPD Suisse : « Ventes d'oranges » (5)

Depuis 2012, DPD Suisse accompagne Terre des Hommes en livrant 2 tonnes d'oranges vendues à des particuliers et des entreprises afin de collecter des fonds. Cette association de soutien aux enfants permet à des centaines de milliers d'entre eux et à leur mère d'exercer leurs droits à une alimentation équilibrée et à l'hygiène durablement.

DPD République Tchèque : « Les lucioles » (6)

Depuis 2003, DPD République Tchèque soutient Luciole, l'action caritative nationale de collecte de fonds organisée par la Fondation de la radio tchèque. Des milliers de bénévoles distribuent plus de 7 tonnes d'antennes de luciole afin de récolter des fonds pour soutenir les personnes aveugles et mal-voyantes.

DPD Lettonie : « L'effet papillon »

DPD Lettonie accompagne l'intégration sociale d'orphelins après leur sortie des institutions d'accueil en collectant et livrant gratuitement des colis de dons, qui répondent principalement à leurs besoins matériels les plus urgents.

Engagement des collaborateurs

Partenariat entre Chronopost France et l'Association Laurette Fugain (7)

En France, Chronopost soutient l'Association Laurette Fugain pour une période de trois ans. Chronopost soutient le nouveau projet de l'association à l'hôpital Trousseau de Paris, qui aide les patients atteints de leucémie à pratiquer plus d'activités physiques, pour améliorer leur bien-être physique et moral. Cette initiative s'inscrit dans le programme « Chrono United Tour » de Chronopost, qui encourage les collaborateurs à se mobiliser pour récolter des dons en faveur d'une organisation caritative. Sur les dernières années, des collaborateurs ont participé à 5 courses partout en France.

« Pouvoir contribuer à l'amélioration de la vie des jeunes patients est ce qui a profondément touché les collaborateurs de Chronopost. »

Delphine HOFFMANN, Responsable développement et partenariats pour l'Association Laurette Fugain.

DPD Slovénie : « Une sortie surprise inoubliable »

En coopération avec l'association des Amis de la jeunesse de Maribor, DPD Slovénie a organisé une sortie surprise pour environ 40 enfants issues de familles défavorisées de Maribor et de ses environs. Les enfants ont visité le dépôt de Ljubljana, sont allés à la piscine et ont fait une sortie en bateau avant de recevoir la visite du Père Noël qui leur a offert des cadeaux.



DPD Royaume-Uni : « Save the Children » (8)

Le vendredi 16 décembre, 500 collaborateurs sur l'ensemble des agences de la filiale britannique ont participé à une action de collecte de fonds pour l'organisation caritative « Save the Children » en portant une tenue spéciale de Noël.

DPD BeLux : « Des chiens pour les aveugles » (9)

DPD BeLux fait une collecte de bouchons de bouteilles afin de les donner à une organisation qui les revend pour financer le dressage de chiens guides d'aveugles. 420 collaborateurs ont participé à la collecte.

DPD Croatie : « Nettoyage et maintenance bénévoles du sentier de Premužić » (10)

Le 16 avril 2016, 120 bénévoles parmi les collaborateurs de DPD Croatie, en partenariat avec l'institution publique à la tête du parc naturel de Velebit, ont organisé le nettoyage et la maintenance du sentier de Premužić.

DPD Pologne : « Voir la mer » (11)

DPD Pologne sponsorise un voyage en mer, avec pour objectif d'organiser une croisière de quelques jours pour des personnes souffrant de troubles de la vue. Avec l'aide d'un équipage valide, les participants malvoyants ont effectué toutes les manœuvres à bord, y compris la navigation.

DPD Hongrie : « La Fondation Main dans la Main » (12)

Depuis 3 ans, DPD Hongrie travaille avec la Fondation Main dans la Main pour ouvrir l'accès à l'emploi aux personnes handicapées. 6 collaborateurs handicapés ont ainsi été formés à la réinsertion au travail, alors que les autres collaborateurs ont appris à travailler avec eux.

DPD Slovaquie : « Une heure pour les enfants » (13)

« Une heure pour les enfants » est une action de collecte de fonds menée sur toute une année, organisée par la Fondation pour les enfants de Slovaquie. DPD Slovaquie a assuré la gestion logistique de cette initiative sur l'ensemble de l'année, en livrant 3 tonnes de matériel.

DPD Allemagne : « La Fondation DPD Allemagne » (14)

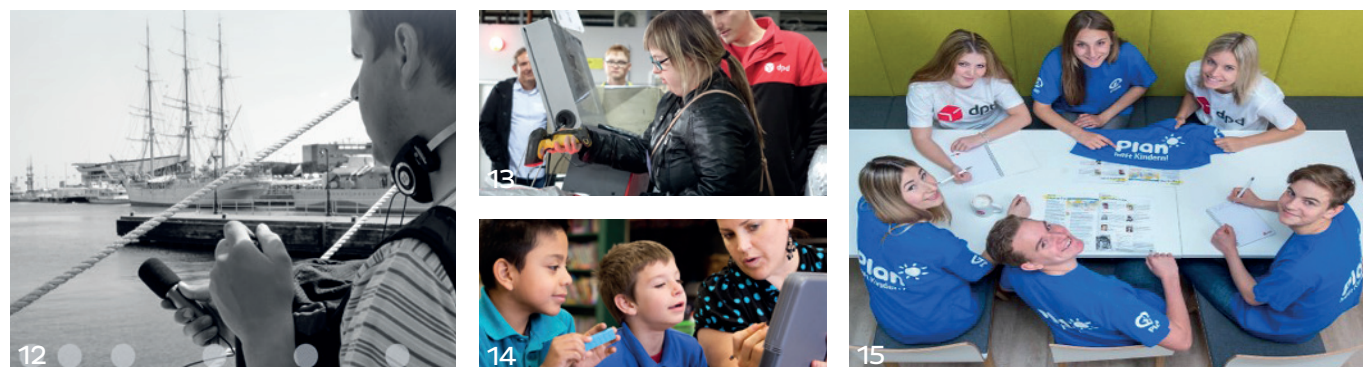
Aux côtés de l'association caritative Plan International, qui agit en faveur des enfants, la Fondation DPD Allemagne parraine des enfants en Afrique, en Asie et en Amérique latine. Plus d'une centaine de collaborateurs et de jeunes stagiaires de DPD Allemagne sont personnellement engagés dans des programmes de parrainages d'enfants.

Chiffres clés 2016



Ambitions pour 2017

Maintenir la diversité des associations soutenues et le fort niveau d'engagement des collaborateurs.





« Accompagner les entreprises locales dans leur développement en partageant notre expertise et notre esprit entrepreneurial »

Entreprendre et innover font partie de notre ADN.

Le développement de notre entreprise repose en grande partie sur l'acquisition d'entreprises locales spécialistes de la livraison de colis, animées par un remarquable esprit d'entreprise et dirigées essentiellement par des entrepreneurs et des responsables très engagés.

Notre organisation décentralisée, qui préserve l'autonomie et l'identité de ses filiales et encourage les procédés de co-construction, facilite l'action et l'agilité, au service de l'innovation.

Avec l'essor des achats en ligne et de la livraison à la demande, l'activité de livraison traditionnelle prend une nouvelle forme.

Par conséquent, nous soutenons l'entrepreneuriat innovant dans les activités de notre entreprise et au-delà. Cette attitude a des conséquences positives sur notre activité car nous développons une approche dans laquelle tout le monde est gagnant. Par ailleurs, elle nous donne l'occasion de construire des relations solides avec des entrepreneurs innovants dans le but d'améliorer notre notoriété de marque, d'attirer de nouveaux clients et de renforcer nos partenariats commerciaux existants.

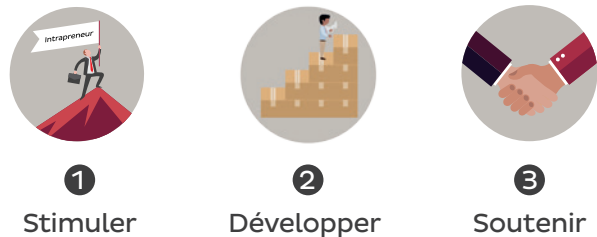
Initiatives

Nous stimulons la créativité et l'innovation en interne en offrant à nos collaborateurs la possibilité de proposer des idées innovantes qui améliorent nos processus internes et ajoutent de la valeur client.

Nous soutenons les entrepreneurs sociaux pragmatiques dont les idées pour relever les défis sociaux sortent des sentiers battus, via un partenariat avec Ashoka (le plus grand réseau mondial d'entrepreneurs sociaux) qui a débuté en 2011.

Nous travaillons également en collaboration avec toutes les catégories de clients (des grands comptes aux petits entrepreneurs) : nous acheminons leurs colis, nous nous développons ensemble et nous co-créons des solutions innovantes.





Stimuler la création de projets novateurs en interne

Nous stimulons la créativité et l'innovation au sein de l'entreprise en offrant à nos collaborateurs la possibilité de proposer des idées innovantes qui améliorent nos processus internes et ajoutent de la valeur client.

En permettant à nos collaborateurs de développer des idées nouvelles, nous les encourageons à mettre en avant et à concrétiser des projets innovants.

« Mr Pasha », DPD France

En France, trois collaborateurs de DPD France ont mis sur pied un projet imaginatif, « Mister Pasha », visant à attirer de nouveaux clients grâce à un service de conciergerie pour les colis assorti de solutions de livraison du dernier kilomètre chaque jour de la semaine. Leur initiative a été soutenue avec beaucoup d'enthousiasme par l'entreprise, et ce à tout moment, à toutes les étapes et pour chaque besoin indiqué dans le cahier des charges initial. <http://misterpasha.com/>

« Grand Prix DPD », DPD Poland

Par le biais de challenges proposés en interne, nous encourageons les collaborateurs à mettre en avant et à concrétiser des projets innovants. Le « Grand Prix DPD » est le concours interne des meilleures idées organisé par DPD Pologne. Son objectif est d'encourager les collaborateurs à concevoir et à soumettre des idées innovantes qui améliorent nos processus ou représentent une valeur ajoutée pour le client.



500 heures investies, 11 projets gagnants

Favoriser le développement de l'entrepreneuriat social

Nous soutenons les entrepreneurs sociaux pragmatiques dont les idées pour relever les défis sociaux sortent des sentiers battus, via un partenariat avec Ashoka, le plus grand réseau mondial d'entrepreneurs sociaux. Depuis 2011, nous sommes fortement engagés dans ce partenariat fructueux.

En 2016, nous avons apporté une contribution financière à Singa, une organisation dont le but est de changer les mentalités sur la places des réfugiés dans la société - ceux-ci font l'objet d'un préjugé négatif qui les dépeint comme des « fardeaux » - et de les aider à surmonter les obstacles de l'intégration en l'absence de ressources financières, de réseaux ou de reconnaissance académique. <https://www.singafrance.com/>



« L'action de Singa poursuit deux objectifs : le premier est d'accompagner les réfugiés et l'autre de changer la façon dont la société les perçoit. »

Nathanaël Molle, co-fondateur de Singa.

La Commission européenne a reconnu les actions liées à la co-création d'Ashoka et de ses partenaires en tant que pratique innovante pour le développement d'une économie durable et inclusive.

Soutenir l'entrepreneuriat externe

Nous soutenons l'entrepreneuriat innovant, et cela a des conséquences positives sur notre activité car nous développons une approche dans laquelle tout le monde est gagnant.

Nous partageons notre expertise et notre esprit d'entrepreneuriat dans le but d'aider les entreprises locales à prospérer. Pour cela, nous faisons naître des idées innovantes et développons des relations plus étroites avec nos partenaires commerciaux, en proposant des formations, des récompenses/prix sous forme de bourse, ou encore des tarifs spéciaux pour les petits entrepreneurs.

Programme pour les start-ups, DPD Suisse

Avec son « Programme pour les start-ups », DPD Suisse a mis en place une offre spéciale pour aider les jeunes entreprises de la communauté à expédier leurs produits dès leur création. https://www.dpd.com/ch_en/home/services/national/startups/startup_offre_speciale

« Webparcel est une solution avantageuse et fiable pour les petites entreprises telles que la nôtre. Les livraisons ont le plus souvent lieu le lendemain, et la fonction de suivi nous permet à tout moment de savoir où se trouve le colis. » **Anurima Das, de Saint Légier - La Chiésaz dans le canton de Vaud, qui tient une épicerie indienne en ligne.**



20 collaborateurs engagés



80 organisations soutenues

Partenariat avec Enercoop, Chronopost France



Chronopost a confié à Enercoop, une coopérative qui produit de l'énergie 100 % renouvelable, la mission de fournir en électricité verte 5 espaces de logistique urbains. La relation de Chronopost avec Enercoop va bien plus loin qu'une simple relation de client - fournisseur : c'est un partenariat qui se construit depuis des années. Chacun profite de l'expérience de l'autre pour acquérir des compétences sur la manière d'intégrer les problématiques liées à la transition énergétique en entreprise.



Il est particulièrement important pour Chronopost de disposer d'énergie renouvelable dans ses espaces de logistique urbains, car c'est dans ces agences qu'est située la majorité de ses véhicules électriques. L'émission d'environ 96 tonnes de CO₂ a été évitée chaque année. En 2017, Chronopost France ira encore plus loin qu'un simple achat d'électricité et travaillera sur un projet de production sur site d'énergie renouvelable au moyen de panneaux solaire.
<http://www.enercoop.fr/>

« Notre relation avec Chronopost va bien plus loin qu'une simple relation client - fournisseur : ensemble, nous travaillons à la transition énergétique et nous nous aidons mutuellement à construire une économie plus durable. »
Gregory Dissoubray,
Responsable du développement B to B.

Livraison par drones



Fin 2016, après deux ans de tests, DPDgroup a reçu le feu vert de la Direction générale de l'aviation civile pour exploiter une ligne de livraison commerciale

régulière par drones. Cette ligne permet de livrer des colis à une douzaine de start-ups technologiques réunies dans un incubateur d'entreprises. Cette première mondiale est le résultat d'une étroite collaboration entre DPDgroup et la PME Atechsys.
<https://www.youtube.com/watch?v=ljUfTH6YtsQ>



Innovation and Entreprise Club

Accompagner de nouvelles entreprises dans leur croissance : des partenariats avec l'Innovation and Entreprise Club (IE Club)

Depuis 2014, GeoPost travaille en partenariat avec IE Club afin de favoriser l'établissement de liens entre les start-ups et les grands comptes tout en promouvant leur expertise en France, en Europe et ailleurs (Amérique du Nord, Moyen-Orient).

Certains projets innovants de GeoPost sont challengés par des entrepreneurs expérimentés de IE Club, qui sont également les tuteurs de certains de nos dirigeants les plus hauts placés.

IE Club mène à bien une veille commerciale sur l'innovation dans le secteur des transports et de la logistique au profit de GeoPost à travers ses branches de Boston, Montréal et Tel Aviv.

Séminaires de e-commerce, DPD Lituanie

DPD Lituanie, en collaboration avec des partenaires, organise une série de séminaires sur l'expansion du e-commerce aux marchés étrangers afin d'aider les commerces en ligne à grandir et à augmenter le nombre de colis qu'ils envoient dans d'autres pays. DPD Lituanie partage sa connaissance du secteur de la livraison de colis à l'étranger mais aussi d'autres astuces concernant la logistique. 50 organisations ont été soutenues.

Trophées des e-entrepreneurs

Chronopost Portugal a organisé une remise de récompenses mettant en avant les meilleurs projets en ligne du Portugal, sous l'angle de l'innovation des idées. Plusieurs partenariats ont ainsi été fondés pour promouvoir ou soutenir des entreprises.
<http://www.chronopost.pt/en/node/262>



Trophées des e-entrepreneurs, Portugal

Chiffres clés 2016



Soutenir les entrepreneurs sociaux



3 entrepreneurs sociaux soutenus dans le cadre du partenariat avec Ashoka.

Stimuler l'innovation



170 idées innovantes soutenues par DPDgroup en interne comme en externe, soit un investissement de 1 828 000 € et de 1 950 heures.

Ambition pour 2017

Nous continuerons à créer de la valeur partagée et à développer la co-création avec des entrepreneurs sociaux.

Périmètre du rapport



Le périmètre inclut les filiales suivantes :

- Chronopost France
- Chronopost Portugal
- DPD Belgique/Luxembourg
- DPD Croatie
- DPD République Tchèque
- DPD Estonie
- DPD France
- DPD Allemagne
- DPD Hongrie
- DPD Irlande
- DPD Lettonie
- DPD Lituanie
- DPD Pays-Bas
- DPD Pologne
- DPD Slovaquie
- DPD Slovénie
- DPD Suisse
- DPD Royaume-Uni
- SEUR

Ce premier rapport RSE de DPDgroup couvre l'activité de nos principales filiales européennes. Afin de fournir une vision représentative des opérations et activités de DPDgroup, le périmètre de ce rapport correspond au périmètre du contrôle financier. Par conséquent, ce rapport RSE couvre l'activité des filiales dans lesquelles GeoPost, holding opérant sous la marque commerciale DPDgroup, détient 100 % des parts. DPDgroup inclura progressivement d'autres filiales à ce périmètre, en se fondant sur la règle de contrôle liée à la totalité de participation.

Les informations et données liées aux projets de compensation carbone incluent quant à eux des projets en Turquie et en Inde, où DPDgroup a acquis des crédits carbone provenant de partenaires externes.

DPDgroup opère sous les marques suivantes : Chronopost, SEUR, DPD.

DPDgroup, en tant que filiale du Groupe La Poste, contribue au Rapport annuel RSE du Groupe La Poste, qui est conforme aux exigences juridiques et aux normes de reporting les plus strictes.

Les informations contenues dans ce rapport ont été recueillies au moyen d'outils de reporting, d'informations documentées et d'entretiens avec des parties prenantes internes et externes. Vous trouverez de plus amples informations sur le périmètre du rapport, la fiabilité et les moyens de vérification des informations ainsi que sur les procédés et outils à la fin de ce rapport, en page 50.

Chiffres clés 2016

Chiffres clés 2016

Nos collaborateurs

Formations



63 %

En 2016, DPDgroup a formé 63 % de ses collaborateurs, ce qui représente au total 42 807 jours de formation.

E-learning



10

Depuis le lancement de la plateforme de e-learning LISE en 2016, DPDgroup a conçu 10 modules de formation numérique.

Qualité de la vie professionnelle

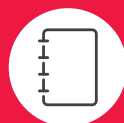


80 %

En 2016, les trois quarts environ des collaborateurs de DPDgroup, dans 17 pays, ont participé à une enquête du TNS Sofres portant sur la qualité de leur vie professionnelle : en moyenne, 80 % des collaborateurs se sont déclarés satisfaits de leur environnement de travail et 75 % se sont révélés optimistes quant à leur avenir.

Ethique

Code de conduite



19

est le nombre de filiales dotées d'un code de conduite.

Formations



100 %

des managers formés aux règles de la concurrence en France.

Engagement neutralité carbone

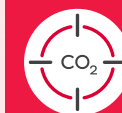
Leader du marché carbone volontaire



Numéro 1

du secteur au niveau mondial sur le marché volontaire du CEP (« Courrier, Express, Parcel » - Courrier, Express, Colis).

Réduction CO₂e par colis



-10,1 %

des émissions CO₂e par colis d'ici fin 2016.

Nombre de colis neutre en carbone



1 066 milliard

de colis neutres en carbone livrés en 2016.

Compensation de 100 % des émissions transport



813 996 t CO₂e

En 2016, DPDgroup a compensé au total 813 996 tCO₂e (émissions transport 2015), par l'intermédiaire de 6 projets de compensation.

Chiffres clés 2016

Autres aspects environnementaux

ISO 14001



65 %
des sites détenus sont certifiés ISO 14001.

Energie renouvelable



12 %
de l'électricité consommée provient de contrats d'énergie renouvelable.

Papier responsable



64 %
du papier utilisé par DPDgroup provient de sources responsables.

Déchets recyclés



Plus de 11 000 tonnes
de déchets ont été recyclés ou renvoyés vers d'autres centres de traitement (de récupération énergétique par exemple).

Livraisons urbaines responsables

Collecte et livraison



73 %
des véhicules de collecte et de livraison de colis en conformité avec les normes Euro 5 & 6.

Points Pickup en Europe



28 000
Pickup est notre vaste réseau pan-européen de 28 000 points relais et consignes présent dans 23 pays européens.

Predict



20
Predict est disponible dans 20 pays.

Chiffres clés 2016

Entreprise et société civile

Initiatives



90
initiatives soutenues par 19 filiales

Employés et bénéficiaires



260 000
heures investies par 18 000 collaborateurs engagés auprès de 300 associations.

Transport et livraison



530 000
kilomètres parcourus pour livrer 2 500 tonnes de colis aux communautés.

Entrepreneuriat innovant

Soutenir les entrepreneurs sociaux



3
entrepreneurs sociaux soutenus dans le cadre du partenariat avec Ashoka.

Stimuler l'innovation



170
idées innovantes soutenues par DPDgroup en interne comme en externe, soit un investissement de 1 828 000€ et de 1 950 heures.

Correspondance avec les principes du Global Compact

Ce document présente le rapport de communication sur les progrès de DPDgroup en 2016. Ce tableau de conversion fait référence aux sections qui présentent la mise en place des 10 principes du Global Compact.

Droits de l'homme

- 01 Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence
- 02 à veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme

Engagements de DPDgroup

- Droits de l'homme
- Vision Stratégique
 - Nos collaborateurs
 - Gouvernance - Réseau RSE

Normes du travail

- 03 Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective
- 04 L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire
- 05 L'abolition effective du travail des enfant
- 06 L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession

- Normes du travail
- Vision Stratégique
 - Nos collaborateurs
 - Gouvernance - Réseau RSE

Environnement

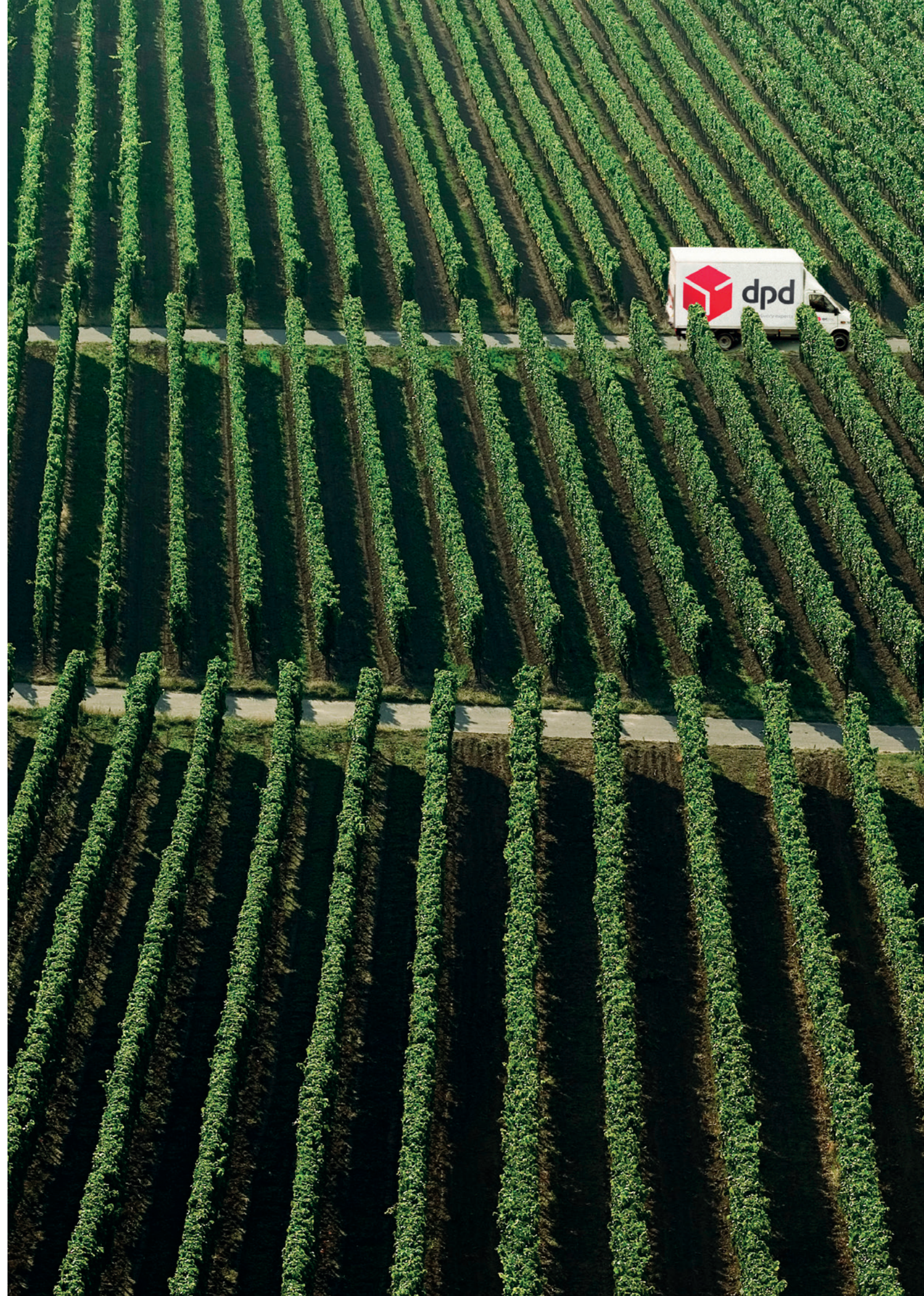
- 07 Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement
- 08 À entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement
- 09 À favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement

- Environnement
- Gouvernance - Réseau RSE
 - Engagement neutralité carbone
 - Autres aspects environnementaux
 - Livraisons urbaines responsables

Lutte contre la corruption

- 10 Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin

- Lutte contre la corruption
- Vision Stratégique
 - Ethique
 - Gouvernance - Réseau RSE





Parcel delivery network of *GeoPost*

26, rue Guynemer - 92130 Issy Les Moulineaux, France
drivingchange@dpdgroup.com | dpdgroup.com

