

JUNTOS POR UN MAÑANA MEJOR

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2022



ÍNDICE



Introducción

Una conversación con Yves Delmas	3
Juntos somos Geopost	4
Lograr nuestra visión compartida para 2030	5

Construyendo juntos el mañana

Nuestro enfoque hacia la sostenibilidad: juntos conseguimos más	7
Medir nuestro impacto	8
Hacer posible la sostenibilidad al unísono con nuestros grupos de interés	9

Nuestro compromiso con el medioambiente

Reducir nuestro impacto ambiental	11
SEUR, nuestro planeta	13
Actuar en pro de la descarbonización	14
Cero emisiones netas en 2040	15
Cómo alcanzar nuestros objetivos	16
Reducir las emisiones mediante iniciativas de descarbonización	18
Liderar el cambio en el sector con vehículos cero emisiones	19
Actuar unidos por el cambio	20
Priorizar la circularidad	21

Nuestros servicios a la sociedad

Repercutir positivamente en la sociedad	23
Impulsados por nuestros empleados	24
Desarrollo de nuestro personal	25
Crear un entorno seguro e integrador	26
Impulsar el cambio “mano a mano” con nuestros socios de transporte	27
Unir más a nuestras comunidades	28

Nuestra ética y gobernanza

Nuestra ética y gobernanza	31
Tablas de datos	34
Tabla GRI	42

UNA CONVERSACIÓN CON YVES DELMAS



¿Cómo resumiría el año 2022?

Ha sido un año difícil para todos los agentes económicos, pero hemos logrado varios avances positivos. Nos propusimos una ambiciosa trayectoria de cero emisiones netas sustentada sobre una base científica para 2040. También organizamos nuestra primera Semana de la Inclusión en 28 unidades de negocio, celebramos nuestro primer Desafío a la Excelencia en la Entrega y publicamos nuestro Código de Conducta mejorado y nuestra política de contratación sostenible.

¿Cómo afectaron a Geopost algunos de los retos del año pasado?

Aunque el año empezó con optimismo, con la pandemia del Covid-19 en retroceso y dos años de crecimiento dinámico a nuestras espaldas, la guerra en Ucrania, la espiral de la crisis energética y la inflación galopante provocaron conjuntamente una ligera reducción de nuestros volúmenes de paquetería (- 1,3 % frente a 2021). En mayo de 2022, Geopost anunció su retirada de Rusia, tras haber suspendido todos los envíos de entrada y salida en febrero.

Sin embargo, las ventas en toda la empresa siguieron creciendo (+ 6 % frente a 2021, que ya fue

un año récord), lo que refleja la capacidad de adaptación de nuestros equipos.

Estoy orgulloso de que, a pesar de estas condiciones, hayamos acelerado nuestro proceso de transición energética, estableciendo objetivos ambiciosos y basados en la ciencia para llegar al objetivo de cero emisiones netas. Me gustaría dar las gracias directamente a todos nuestros empleados por todo el trabajo que hacen para ayudarnos a cumplir nuestra hoja de ruta de sostenibilidad.

¿Cómo ha apoyado Geopost a las comunidades afectadas por crisis?

Para nosotros, es todo un honor formar parte de las comunidades en las que vivimos y trabajamos. Al firmar un acuerdo de colaboración con la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA), ayudamos a proporcionar seguridad alimentaria a los más necesitados y a reducir el desperdicio de alimentos. Nuestra donación económica se destinó a bancos de alimentos de Ucrania, Polonia y Rumanía, que asisten a la población local y a los refugiados.

Donamos un millón de euros a la Cruz Roja Internacional, y nuestras fundaciones en España, Alemania y Polonia apoyaron las labores de socorro, al igual que hicieron los empleados de todas

nuestras unidades de negocio.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en Geopost?

Trabajamos juntos para crear un mañana mejor, la sostenibilidad está en el centro de todo lo que hacemos y es nuestra prioridad estratégica. También es nuestra oportunidad para desempeñar un papel fundamental para nuestros clientes. Gracias a asociaciones sólidas, podemos ayudarles a desarrollar modelos de negocio cada vez más virtuosos que repercutan positivamente en toda la cadena de valor. Nuestro objetivo es convertirnos en una referencia internacional en entregas sostenibles, y en un motor de primer orden del comercio electrónico. Creemos firmemente que “una empresa mejor es mejor para la empresa”, y sabemos que la sostenibilidad es esencial para asegurar nuestra capacidad de funcionamiento a largo plazo. Por eso trabajamos duro, para integrar la sostenibilidad en todas nuestras operaciones. Hoy reafirmamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

¿Cuál es la visión de la sostenibilidad a largo plazo de Geopost?

Tenemos que marcar la pauta acerca de las mejores prácticas que se han de desarrollar en

nuestro sector. Y nuestra posición como líderes del mercado implica que tenemos el deber de dar ejemplo. Así es como podemos aportar el cambio de la manera más eficaz posible, fomentando la colaboración e impulsando soluciones innovadoras hacia un objetivo compartido. Los esfuerzos de nuestros equipos y las innumerables relaciones y colaboraciones con nuestros socios nos llevarán hasta allí.

Nuestra visión abarca los dos pilares fundamentales de nuestra estrategia de sostenibilidad: el medioambiental y el social. Queremos ser pioneros en la descarbonización, abogar por la calidad del aire en las ciudades, hacer posible la economía circular, atraer y cultivar el mejor talento y ofrecer un lugar de trabajo seguro y acogedor para todos.

“Trabajar juntos para construir un mañana mejor, la sostenibilidad está en el centro de todo lo que hacemos...”

– Yves Delmas

Fomentamos mejores empresas trabajando juntos para hacer progresar el comercio - hoy y mañana.

Como parte de La Poste Groupe, somos líderes del mercado en soluciones de paquetería y comercio electrónico, y ofrecemos una amplia gama de innovadores servicios de entrega a clientes de todo el mundo. Además, profundizamos en nuestro conocimiento acerca de las expectativas de los consumidores y sus hábitos cambiantes a través de nuestra inteligencia competitiva y nuestra experiencia en investigación de mercados. Como parte de nuestro compromiso con el progreso, estamos acelerando y ampliando el

cambio transformador, unidos por la creencia de que una empresa mejor es mejor para la empresa.

Gracias a nuestro liderazgo en el mercado, estamos impulsando el desarrollo de servicios *Out of Home* y *2C*, al tiempo que ampliamos las soluciones para empresas alimentarias y sanitarias. Abarcamos nuevos territorios en el sector del comercio electrónico y nos esforzamos por hacer que el comercio sea más cómodo, rentable y sostenible para nuestros clientes y comunidades.

JUNTOS SOMOS GEOPOST



15.6BN€

Ingresos



2.1BN

Paquetes entregados en todo el mundo



56,739

Empleados



83,000

Puntos de recogida en todo el mundo



49 PAISES

Impacto operativo¹

LOGRAR NUESTRA VISIÓN COMPARTIDA PARA 2030

Nuestra visión para 2030 es convertirnos en la referencia internacional en entregas sostenibles y en uno de los principales promotores para la aceleración del comercio electrónico.



El sector del reparto, y el transporte en general, son responsables de una parte importante de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero. También es un contaminante muy visible, que afecta directa y desproporcionadamente a los entornos donde vive la mayoría de la gente.

En Geopost somos conscientes de ello, y asumimos nuestras responsabilidades. Nos hemos comprometido a trabajar de forma diferente, y ahora priorizamos activamente la sostenibilidad en todo lo que hacemos.

Ya contamos con un largo historial a la hora de situar la toma de decisiones sostenibles en el centro de nuestras operaciones. Nos enorgullece haber firmado el Pacto Mundial de Naciones Unidas para

aplicar los principios universales de sostenibilidad en 2016 y, en la actualidad, estamos adoptando medidas positivas para garantizar el cumplimiento de nuestra visión y convertirnos un referente en el sector en materia de sostenibilidad.

A través de nuestra estrategia DrivingChange™, definida por primera vez en 2016, nos fijamos el propósito de marcar la diferencia para hoy y mañana, al tiempo que fomentamos un crecimiento competitivo y responsable. Como parte de nuestra estrategia, hemos establecido nuestra dirección en tres áreas clave que guían nuestras acciones en cada iniciativa: nuestra gente, nuestro planeta y nuestras comunidades.

DrivingChange™

COMPROMISO

GENTE

Empleador y socio preferente

PLANETA

Descarbonización
Calidad del aire
Economía circular

COMUNIDADES

Comunidades más cercanas

GESTIÓN DEL RENDIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD

CONSTRUYENDO JUNTOS EL MAÑANA



Nuestro enfoque hacia la sostenibilidad: juntos conseguimos más

En Geopost entendemos que trabajar como un equipo global es vital para desbloquear la transformación. Nos une nuestra visión compartida de llegar a una mejor forma de hacer negocios. Hoy ya estamos tomando medidas decisivas para hacer realidad este futuro.

Hasta la fecha, hemos entregado 14.700 millones de paquetes neutros en carbono, y estamos orgullosos de ser la primera empresa mundial de paquetería cuyos objetivos de reducción de emisiones de GEI a corto y largo plazo han sido aprobados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

Esta aprobación histórica respalda científicamente el plan de Geopost de alcanzar la neutralidad neta en 2040 y sitúa a la empresa en una clara trayectoria para convertirse en la referencia internacional en entregas sostenibles.

Aún queda mucho camino por recorrer y nuestra red de expertos locales ya ha empezado a impulsar el cambio necesario.

Nuestros objetivos de sostenibilidad y nuestro ambicioso propósito nos impulsan a actuar juntos por un mañana mejor.

Actuar sobre los ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU establecen una agenda global para crear un mañana en el que las personas y el planeta puedan prosperar. Nuestra estrategia DrivingChange™ apoya los cuatro ODS que consideramos más relevantes para nuestra empresa y que ofrecen el máximo impacto:



ODS 8:
Trabajo digno y crecimiento económico



ODS 11:
Ciudades y comunidades sostenibles



ODS 13:
Acción por el clima

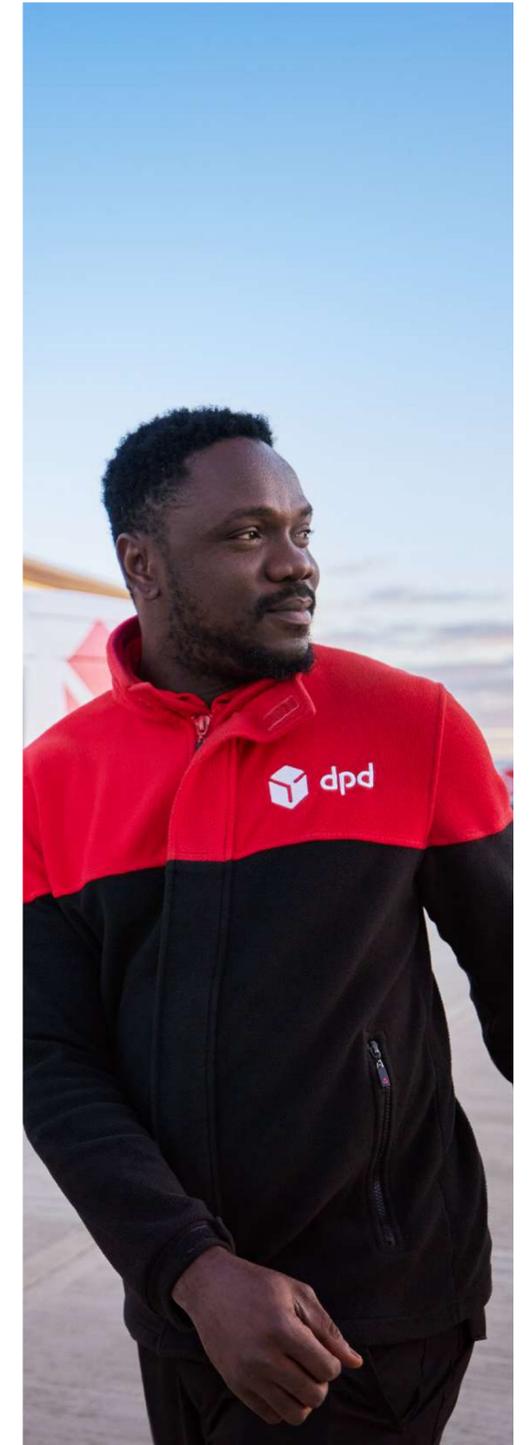


ODS 17:
Asociaciones para alcanzar los objetivos

Los problemas más importantes

En 2022, participamos con nuestra empresa matriz, La Poste Groupe, en la realización de una nueva evaluación de la materialidad².

Adoptamos una metodología de doble materialidad para analizar tanto los impactos negativos como los positivos, junto con los riesgos y oportunidades. A continuación, nos pusimos en contacto con 5.300 partes interesadas, tanto internas como externas, para identificar sus áreas prioritarias y ponerlas en relación con su impacto financiero en el grupo. De la evaluación se extrajeron tres prioridades clave: **clima y transición hacia una economía con bajas emisiones de carbono, satisfacción del cliente y calidad del servicio, y salud, seguridad y bienestar.**



² Una evaluación de la materialidad es un método para identificar y priorizar las cuestiones más importantes para una organización y sus grupos de interés. Sirve de base para analizar los riesgos y las oportunidades y ayuda a dar forma a la estrategia de sostenibilidad de una empresa.

MEDIR EL IMPACTO QUE ESTAMOS HACIENDO

Para asegurarnos de que nuestra actuación en materia de sostenibilidad es creíble y sólida, debemos ser transparentes y responsables ante todas las partes interesadas. Contratamos a KPMG para que verifique de forma independiente nuestros KPI (indicadores clave de rendimiento) medioambientales, y trabajamos con otras terceras partes y estándares para garantizar que cumplimos las más altas expectativas en materia de informes de sostenibilidad.



Global Reporting Initiative (GRI)

Aunque no estamos obligados a informar de acuerdo con los estándares GRI, optamos por seguir estas directrices de información como muestra de nuestra responsabilidad y transparencia.

Para más detalles, consulte [nuestra sección de Ética y Gobernanza](#).



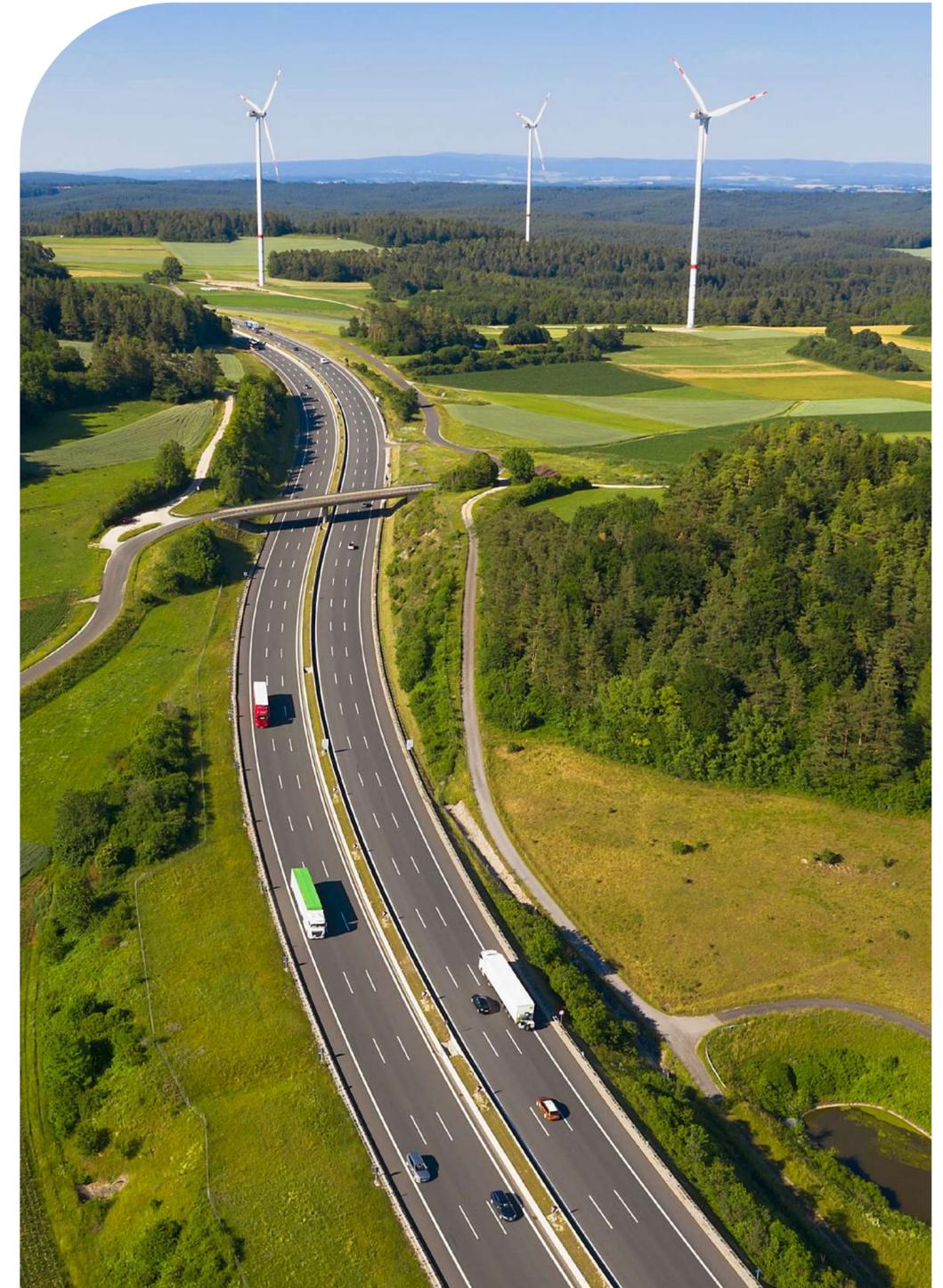
Carbon Disclosure Project (CDP)

Por segundo año consecutivo, el CDP ha clasificado a La Poste Groupe en su lista A de empresas líderes en transparencia y acción medioambiental, confirmando el compromiso del grupo con la transición energética y la actuación frente a la crisis climática.

ecovadis

EcoVadis

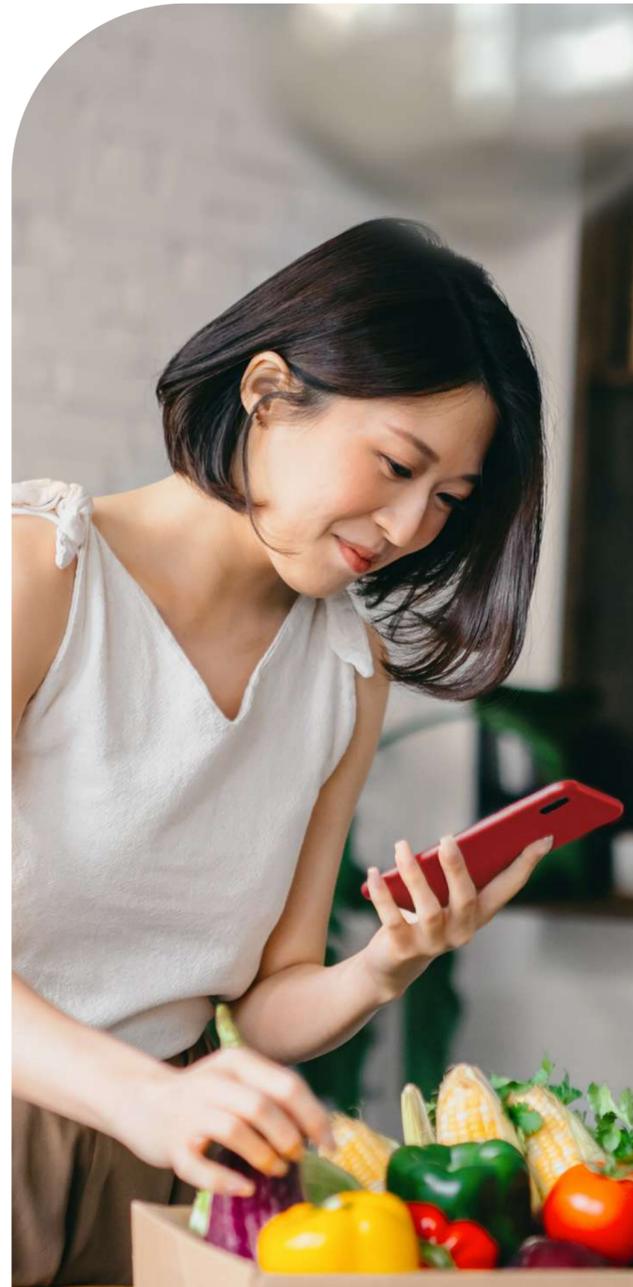
EcoVadis revisa los sistemas de gestión de sostenibilidad de las empresas en las áreas de medioambiente, trabajo y derechos humanos, ética y contratación sostenible. Desde 2014, pedimos a EcoVadis que evalúe anualmente nuestra empresa y, desde 2017, hemos obtenido la calificación Gold todos los años. En 2023, obtuvimos una puntuación de 72/100, lo que nos sitúa en el 4% de entre los mejores de nuestro sector.



HACER POSIBLE LA SOSTENIBILIDAD JUNTO A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

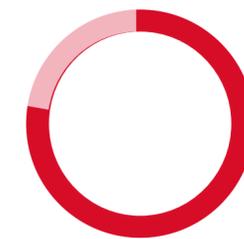
El medioambiente, la ética, la logística y el comercio están reconfigurando nuestra industria y la forma en que se espera que hagamos negocios. Dado que consumidores y clientes, empleados, comunidades y proveedores esperan respuestas de nosotros, es nuestra responsabilidad actuar. Los consumidores representan una parte esencial a la hora de facilitar la sostenibilidad, nos desafían y colaboran con nosotros para garantizar que nos centremos en lo que más importa. Por eso nos hemos fijado como prioridad escucharlos, saber exactamente qué les preocupa y cuáles son sus expectativas en materia de sostenibilidad empresarial. Al disponer de esta información, estamos mejor preparados para atender a nuestros clientes.

PRINCIPALES CONCLUSIONES DE NUESTRA INVESTIGACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD



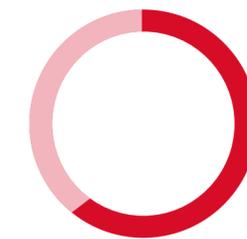
Los consumidores quieren que las empresas tengan un impacto positivo y duradero en el mundo que nos rodea

[Nuevo comercio, 2021](#)



El **77%** de las empresas han mejorado sus estrategias de sostenibilidad a lo largo de los últimos tres años.

[Informe sobre sostenibilidad, 2022](#)



El **60%** de los compradores electrónicos consideran importantes las opciones de entrega sostenibles cuando compran en línea.

[Barómetro de compradores electrónicos, 2022](#)



NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE



REDUCIR NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL

El consenso científico es claro: cada año que pasa, es cada vez más improbable que limitemos el calentamiento global a 1,5°C, en línea con el Acuerdo de París, y evitemos los peores efectos de la crisis climática. Debemos actuar urgentemente.



El transporte de mercancías es uno de los principales responsables de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que provocan el calentamiento global. Representa el 7 % de todas las emisiones de GEI a nivel mundial y el 30 % de todas las emisiones del transporte ([Foro Internacional del Transporte](#)).

A pesar de ello, el transporte sigue siendo uno de los sectores más difíciles de descarbonizar, ya que los costes de reducción de la cadena de suministro son mucho más elevados que los

otros sectores como la moda o la electrónica.

El sector de la mensajería, el correo urgente y la paquetería (CEP), en particular, es uno de los más visiblemente contaminantes y que presentan un mayor impacto, ya que contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero y a la contaminación atmosférica en entornos urbanos densamente poblados. Un [informe del FEM](#) de 2022 afirma que, sin intervención, las emisiones del reparto urbano de última milla van camino de

aumentar más de un 30 % de aquí a 2030 en las 100 principales ciudades del mundo.

Tanto los transportistas como los consumidores y las partes interesadas exigen una mayor sostenibilidad. En Geopost nos esforzamos por responder a esta demanda fijando tres grandes objetivos medioambientales en el marco de nuestra visión para 2030:

Descarbonización: ser pioneros en cero emisiones netas en nuestra industria, diseñando y aplicando

un programa de descarbonización que sea líder en el sector.

Calidad del aire: apostar por un aire más limpio en las ciudades en las que operamos, marcando el rumbo de las soluciones de calidad del aire del mañana.

Economía circular: permitir la circularidad para nuestra cadena de valor más amplia, dentro de nuestras propias operaciones y para nuestros clientes y consumidores finales.

NUESTRO RECORRIDO MEDIOAMBIENTAL

Comprometerse a que las entregas sean neutras en carbono sin coste adicional para los clientes.

2012

Puesta en marcha de DrivingChange™, con el objetivo de reducir las emisiones de CO₂ en un 30 % para 2025, en comparación con 2013.

Puesta en marcha del Programa de Vigilancia de la Calidad del Aire, dirigido a 20 ciudades.

2016

2019

Anunciar soluciones de reparto totalmente bajas en emisiones para 225 ciudades europeas de aquí a 2025.

Publicar la estrategia Together & Beyond con el objetivo de convertirse en la referencia internacional en materia de suministro sostenible.

2020

2021

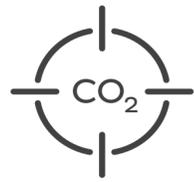
Ampliar el objetivo de entregas con bajas emisiones a 350 ciudades europeas de aquí a 2025.

2022

2023

Convertirse en la primera empresa mundial de paquetería en obtener la aprobación del SBTi para objetivos climáticos a corto y largo plazo, en particular con el objetivo de alcanzar el objetivo "cero emisiones netas" en 2040.

SEGUIMIENTO DE NUESTROS PROGRESOS



6,5%↓

Reducción del 6,5 % de las emisiones de GEI entre 2021 y 2022
1,855,226 tCO₂e



97↑

97 ciudades plenamente habilitadas con transporte de bajas emisiones (+55 frente a 2021)



11,1%↑

11,1 % vehículos de recogida y reparto de bajas emisiones (+4,5 % frente a 2021)



2,4%↑

Vehículos de arrastre (+2,2 % frente a 2021)



28↑

28 ciudades cubiertas por nuestro Programa de Vigilancia de la Calidad del Aire (+14 frente a 2021)



56,73%↑

El 56,73% de la energía consumida en nuestros centros logísticos procede de fuentes renovables³, lo que supone un aumento del 4% con respecto a 2021.

NUESTROS HITOS EN 2022

ENE

Nos unimos Smart Freight Centre

JUL

Presentamos nuestros objetivos a SBTi

SEPT

Miembro fundador de la iniciativa EV100+ del Climate Group

DIC

Superado el objetivo de 20 ciudades del Programa de Vigilancia de la Calidad del Aire – 28 ciudades en Europa

SEUR, nuestro planeta

Km realizados
con flota eco



32.802.622
km

Emisiones
de CO₂
compensadas
por paquete

0,76
kg CO₂eq

Tn Emisiones
compensadas



96.415
t CO₂eq

Tn CO₂
evitadas por
la flota eco

6400,8

Red Pickup



+ de 4.500

% Flota eco



18%

Nº Paquetes
entregados
con flota eco



22.785.636

Lockers



+500



Energía consumida
de origen renovable

99,8%

Nº de puntos
de carga
de vehículos
eléctricos
instalados

214

Nº de vehículos
eléctricos
incluyendo
a GEOPOST
y NOW

302



Para sensibilizar a los conductores sobre la conducción ecológica y ayudarles en la elección de su vehículo sostenible, hemos creado vídeos cortos que debían visualizar en su PDA antes de iniciar su recorrido.

Asimismo, hemos formado a nuestros trabajadores y trabajadoras sobre las mejores prácticas medioambientales en almacenes, en tiendas y en oficinas, relacionadas con el agua, la energía, los desplazamientos, los residuos, el consumo responsable y las emergencias medioambientales, entre otros temas.

ACTUAR EN PRO DE LA DESCARBONIZACIÓN

Como empresa global construida en torno a una importante red de transporte por carretera, el impacto de las emisiones de gases de efecto invernadero en la crisis climática es muy importante para nuestro negocio y para el mundo en el que operamos. Para contribuir a preservar el futuro de ambos, debemos actuar con contundencia para reducir nuestras emisiones.

En Geopost aspiramos a convertirnos en la referencia internacional en lo que a entregas sostenibles se refiere, por lo que damos prioridad a la descarbonización. Porque una empresa mejor es mejor para el medioambiente, los empleados, las comunidades, los clientes y las ciudades.



Sentar las bases para el objetivo “cero emisiones netas”

Desde hace tiempo, somos muy conscientes de nuestro deber de contribuir en políticas climáticas. No obstante, aunque siempre nos hemos sentido impulsados a tomar medidas decisivas, muchas de las tecnologías necesarias para que podamos marcar una diferencia significativa a gran escala sólo están disponibles desde hace relativamente poco. Esto se hace especialmente notable en la logística de primera y última milla. Por ello, desde 2012, hemos centrado nuestros esfuerzos en mejorar continuamente nuestras operaciones para reducir las emisiones y compensar las emisiones de nuestro transporte e instalaciones.

Pero el mundo y nuestro negocio han cambiado. Entendemos que debemos seguir reduciendo drásticamente nuestras emisiones, compensando únicamente las emisiones residuales que no superen el 10% mediante proyectos de captura de carbono de alta calidad.

Por eso nos hemos fijado objetivos ambiciosos sustentados sobre una base científica que nos obliguen a rendir cuentas, con el fin de reducir nuestras emisiones de GEI en todos los ámbitos en al menos un 90% para 2040.

Controlar nuestras emisiones de carbono

Gestionar la trayectoria de nuestras emisiones de CO₂ año tras año es fundamental para cumplir nuestros objetivos climáticos. Adoptamos un enfoque de previsión presupuestaria para consolidar los planes de reducción de CO₂ de las unidades de negocio y las inversiones previstas para el año próximo, asegurándonos de que las trayectorias se ajustan a nuestra hoja de ruta para alcanzar las cero emisiones netas en 2040. Nuestro presupuesto de carbono brinda una mayor visibilidad y una mayor aceptación de las inversiones en sostenibilidad, y nos da la oportunidad de analizar las reducciones de GEI en relación con las inversiones.



SEUR trabaja para minimizar el impacto medioambiental de sus consumos de cartón, plástico y papel. En 2022, el 98% de nuestros consumos de papel y cartón lo eran de referencias 100% recicladas o con certificación sostenible FSC/PEFC. Respecto a los sobres de envío de plástico, tienen el sello Blue Angel. Además, en 2022 se redujó su gramaje en 7,5 g/cm³.

CERO EMISIONES NETAS EN 2040

Si queremos trabajar juntos por un mañana mejor, debemos ser transparentes y responsables. Por eso, hemos establecido objetivos de reducción de emisiones a corto y largo plazo basados en datos científicos. Estos objetivos han sido aprobados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), un organismo independiente que verifica que los objetivos de emisiones de las empresas se ajustan a los últimos avances de la ciencia climática.

Estamos muy orgullosos de que Geopost sea la primera empresa mundial de paquetería cuyos objetivos científicos a corto y largo plazo hayan sido aprobados por la SBTi. Sin embargo, la fijación de objetivos es sólo el comienzo de un largo viaje de descarbonización que tenemos por delante, a lo largo del cual abordaremos cada nuevo reto junto con nuestros grupos de interés.

Nuestra intención es lograr cero emisiones netas en 2040 -diez años antes de lo establecido por el Acuerdo de París- y nuestro plan contribuye al escenario más ambicioso del acuerdo para limitar el aumento del calentamiento global a 1,5° C por encima de los niveles preindustriales.

SEUR celebra el reconocimiento del plan de descarbonización de Geopost por parte de la iniciativa SBTi. La iniciativa SBTi avala el itinerario de descarbonización de Geopost en su objetivo de alcanzar las cero emisiones netas para 2040, un propósito que también comparte SEUR en España. Se trata de un reconocimiento histórico, ya que es el primero de la prestigiosa organización especializada en certificaciones medioambientales a un grupo del sector del transporte.

Nuestro objetivo cero emisiones netas

Nos comprometemos a alcanzar cero emisiones netas de GEI en toda la cadena de valor para 2040 a partir de 2020⁴. A corto plazo⁵: nos comprometemos a

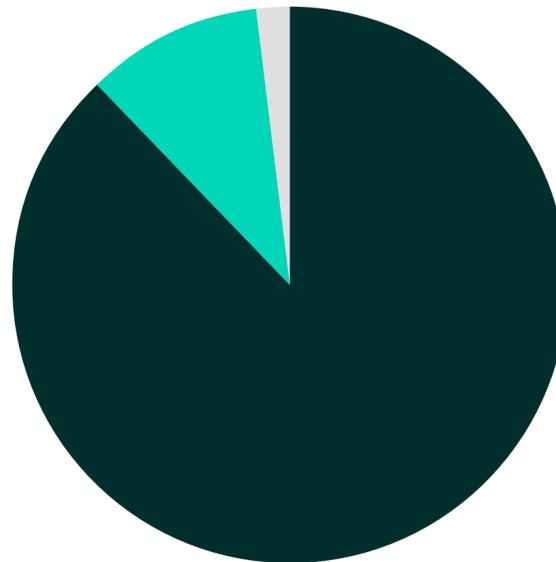
reducir las emisiones absolutas de GEI de Alcance 1⁶ y 2⁷ y las emisiones absolutas de GEI de Alcance 3⁸ procedentes de actividades relacionadas con

los combustibles y la energía, el transporte y la distribución y los activos arrendados en un 43 % para 2030 a partir de 2020. A largo plazo: nos comprometemos

a reducir las emisiones absolutas de GEI de Alcance 1, 2 y 3 en un 90 % para 2040 a partir de 2020. El 10 % restante de emisiones residuales se compensará.

DESGLOSE DE EMISIONES POR ALCANCE

- Alcance 1 (10,5 %) 195 089 tCO₂e
- Alcance 2 (1,6 %) 29 426 tCO₂e
- Alcance 3 (87,9 %) 1 630 711 tCO₂e



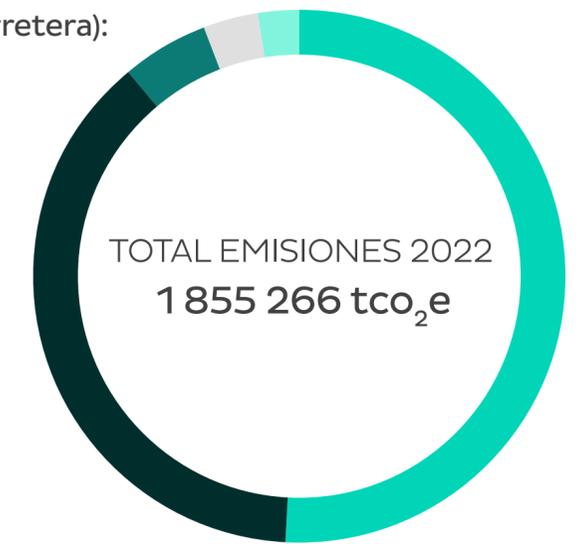
⁴Unidades de negocio cubiertas por el objetivo “cero neto”: DPD Eslovenia, DPD Croacia, DPD Suiza, DPD Reino Unido, DPD Hungría, DPD Eslovaquia, DPD Portugal, BRT, DPD Francia, DPD Lituania, DPD Estonia, DPD Irlanda, DPD Letonia, DPD Bélgica, DPD Alemania, DPD Países Bajos, DPD República Checa, Chronopost, SEUR, DPD Polonia.

⁵Nuestro objetivo a corto plazo excluye las siguientes fuentes de emisiones de Alcance 3: bienes y servicios adquiridos, bienes de capital, residuos, viajes de negocios, desplazamientos de los empleados, tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos e inversiones que representen menos del 20% de las emisiones demisiones de Alcance 3. Nuestro objetivo a largo plazo incluye todas las fuentes de emisiones de Alcance 3.

⁶Emisiones de operaciones que son propiedad o están controladas por la empresa declarante. Emisiones de vehículos propios / alquilados (PUD, LNH,

DESGLOSE DE EMISIONES POR FUENTE

- Primera y última milla (carretera): (38 %) 704 906 tCO₂e
- Arrastre: (51 %) 947 347 tCO₂e
- Transporte aéreo: (5,3 %) 97 903 tCO₂e
- Instalaciones (incluida la cadena de frío): (3,4 %) 63 192 tCO₂e
- Otros (coches de empresa y transporte in situ): (2,3 %) 41 878 tCO₂e



coches de empresa, carretillas elevadoras o desviadores de remolques) y el consumo de energía in situ (gas natural, gasóleo de calefacción doméstico, GLP).

⁷Emisiones procedentes de la generación de electricidad comprada o adquirida, vapor, calefacción o refrigeración consumidos por la empresa declarante (emisiones procedentes del consumo de electricidad)

⁸Otras emisiones indirectas de GEI relacionadas con las actividades, productos y servicios de Geopost a lo largo de su cadena de valor.

NOTA: Tenga en cuenta que los datos incluidos aquí son específicos de los límites de nuestro compromiso SBTi, que abarca sólo 20 unidades de negocio, con categorías de Alcance 3 reducidas. Consulte las tablas de las páginas 38 y 39 para obtener un desglose completo por categorías.

CÓMO ALCANZAR NUESTROS OBJETIVOS

Nuestros esfuerzos para alcanzar el objetivo “cero emisiones netas” se centrarán en cuatro áreas clave



#1 ENTREGA DE PRIMERA Y ÚLTIMA MILLA

Entre otras acciones, electrificar nuestra flota de reparto de primera y última milla aumentando la cuota de soluciones de transporte alternativas (incluidas furgonetas eléctricas, bicicletas de carga y reparto a pie) hasta en un 85 % para el año 2030 (100 % para 2035).

Situación: 4T 2022, 9,3%
Fecha objetivo: 2035



#2 ARRASTRE

Diversificación de nuestra flota para incluir tecnologías de propulsión alternativas, como la eléctrica, el hidrógeno, el biogás y los biocombustibles, así como trasladar más paquetes al ferrocarril para aumentar la cuota de soluciones alternativas de transporte de arrastre hasta en un 50 % para 2030 (100 % para 2040).

Situación: 4T 2022, 2,4%
Fecha objetivo: 2040



#3 INSTALACIONES

Cambiar a energías renovables para alimentar las instalaciones de la empresa e impulsar una mayor eficiencia energética, con el objetivo de utilizar el 70 % de la energía procedente de fuentes renovables en 2030 (el 100 % en 2040).

Situación: 4T 2022, 56,73%
Fecha objetivo: 2040



#4 VEHÍCULOS DE EMPRESA Y FLOTA IN SITU

Electrificar la flota de vehículos de empresa y de transporte de mercancías in situ aumentando la cuota de vehículos alternativos hasta en un 90% para 2030 (100 % para 2040).

Situación: 4T 2022 26,8%
Fecha objetivo: 2040



Medir nuestros resultados

Nuestra herramienta interna de elaboración de informes, RESPIRE, recopila datos exhaustivos sobre el consumo de energía de nuestros vehículos, depósitos y centros de 20 filiales europeas¹⁰. También contamos con un plan para mejorar continuamente la calidad de los datos e integrar nuevas filiales en nuestro proceso de elaboración de informes.

La información que recopilamos se ajusta a estrictas normas internacionales, como la ISO 14064 mundial, la EN 16258 europea y la BEGES francesa, y nos permite conocer nuestra base de referencia y supervisar continuamente nuestros progresos. KPMG verifica anualmente nuestros indicadores medioambientales de forma independiente.

Se integraron en un Sistema de Gestión Ambiental los cuatro certificados ISO 14001 de la red SEUR

¹⁰ 2022: BRT, Chronopost, DPD Portugal, DPD Belux, DPD Croacia, DPD República Checa, DPD Estonia, DPD Francia, DPD Alemania, DPD Hungría, DPD Irlanda, DPD Letonia, DPD Lituania, DPD Países Bajos, DPD Polonia, DPD Eslovaquia, DPD Eslovenia, DPD Suiza, DPD Reino Unido, SEUR. Se integrarán en 2023: Biocair, CitySprint, DPD Rumanía, Speedy Bulgaria, Jadlog, Stuart.

REDUCIR LAS EMISIONES MEDIANTE INICIATIVAS DE DESCARBONIZACIÓN

Adoptamos un enfoque de “medir, reducir, compensar” para la descarbonización:

- **Medir** las emisiones y colaborar para mejorar la recogida y notificación de datos sobre emisiones en el sector del transporte de mercancías
- **Reducir** las emisiones para permitirnos una descarbonización más rápida, cambiando los combustibles fósiles por fuentes de energía y modos de transporte alternativos y aumentando la eficiencia mediante prácticas de trabajo más inteligentes.
- **Compensar** las emisiones residuales, no más de un 10 %, mediante proyectos de compensación de carbono de alta calidad.

Guiar la descarbonización de la logística



Hemos colaborado con más de 30 organizaciones para ofrecer orientación sobre el cálculo y la notificación de las emisiones logísticas “end-to-end” (de extremo a extremo). El documento [End-to-End GHG Reporting of Logistics Operations Guidance](#), elaborado por un grupo de trabajo codirigido por el Smart Freight Centre y el Consejo Empresarial Mundial de Desarrollo Sostenible, ofrece pasos de cálculo claros y facilita el intercambio de buenas prácticas entre cargadores y transportistas.

Brindar a los clientes herramientas para notificar sus emisiones

Como su socio en sostenibilidad, queremos ayudar a nuestros clientes a conocer mejor las emisiones generadas por sus cadenas de suministro. Por eso, hemos desarrollado nuestra

calculadora de carbono. Esta herramienta, acreditada por el Smart Freight Centre, permite realizar análisis e informes precisos y en tiempo real basados en los datos específicos de los envíos de los clientes.

Nuestra calculadora de carbono empezará a aplicarse a los transportistas de nuestras 20 mayores unidades de negocio europeas a partir de 2023.

Entregas pioneras con bajas emisiones

Además de nuestro compromiso de alcanzar un balance “cero emisiones netas”, estamos decididos a encabezar las entregas de vehículos de bajas emisiones en 350 ciudades europeas de aquí a 2025. Con este ambicioso objetivo, llegaremos a 110 millones de europeos, cambiaremos a 15.000 vehículos de propulsión alternativa, estableceremos 250 depósitos urbanos, instalaremos 6.700 puntos de recarga eléctrica y reduciremos las emisiones de gases de efecto invernadero en un 83 % y las contaminantes en un 95 %.

A finales de 2022, habíamos habilitado 97 ciudades con entregas totalmente bajas en emisiones¹¹, con otras 251 ciudades en transición.

Ya habíamos desplegado 8.458 vehículos alternativos, creado 154 depósitos urbanos, instalado 3.776 puntos de recarga eléctrica y ayudado a nuestros subcontratistas a cambiar a vehículos eléctricos con infraestructura de recarga y tarifas negociadas.

“Nuestra calculadora de carbono es una herramienta pionera, construida en base a las normas internacionales de contabilidad del carbono, diseñada para ayudar a las empresas a satisfacer la necesidad de informar con precisión sobre las emisiones de CO2 y ayudarles a tomar decisiones más sostenibles a largo plazo”

Jean-Claude Sonet,
Vicepresidente Ejecutivo de Marketing, Comunicación y Sostenibilidad

Mejorar la eficiencia de las instalaciones

A través de un nuevo Programa de Construcción Sostenible, nos aseguramos de minimizar la huella de carbono de nuestro patrimonio. El programa consta de tres pilares:

1. **Impulsar iniciativas de eficiencia energética en toda nuestra red, por ejemplo, con aislamiento e iluminación LED.**
2. **Prohibir progresivamente el uso de combustibles fósiles en nuestros edificios, por ejemplo, mediante la instalación de bombas de calor.**
3. **Aumentar nuestra producción y suministro de energía renovable in situ, por ejemplo, mediante la instalación de paneles solares.**

Nuestros hubs urbanos son especialmente importantes a la hora de alcanzar una mayor eficiencia. Al situarnos más cerca del consumidor final, podemos aprovechar mejor los vehículos eléctricos, las bicicletas de carga y las rutas a pie.

Además de nuestro Programa de Edificios Sostenibles, también hemos establecido objetivos con base científica que nos obligan a utilizar fuentes renovables para el 70 % de nuestra energía en 2030, y para el 100 % en 2040.



Los proyectos de obra de nuevas naves cumplen con altos estándares de sostenibilidad establecidos por el Grupo GEOPOST. A su vez, cumplen con la Taxonomía Europea y los niveles más altos de cumplimiento de los certificados BREEAM o LEED. Además, en las naves existentes, nos aseguramos de su equipamiento con iluminación led.

Invertir en proyectos de reducción del carbono con nuestro Fondo de Carbono

Entendemos que todas nuestras unidades de negocio tienen que trabajar juntas si queremos alcanzar el objetivo “cero emisiones netas” en 2040. En 2018, creamos un Fondo de Carbono para ayudarles a invertir en proyectos vitales de reducción de carbono en toda su cadena de valor.

Los proyectos subvencionables deben dar prioridad a la reducción de las emisiones de carbono en nuestros vehículos y edificios, potenciar las medidas existentes en nuestras operaciones propias o subcontratadas e incluir una descripción de los beneficios esperados.

Tras someter sus propuestas a la evaluación de un comité central de revisión, 20 unidades de negocio recibieron financiación para 24 proyectos en 2022, que evitarán 600 toneladas de emisiones de CO2 en Italia; por ejemplo, BRT invirtió en paneles solares en su depósito de Stezzano, lo que supondrá una reducción de carbono de hasta 64 toneladas al año.

También proporcionarán la energía adicional necesaria para desplegar más vehículos eléctricos, lo que desbloqueará nuevas reducciones de emisiones para la unidad.

El reto de la descarbonización del arrastre

La descarbonización de nuestra flota de vehículos de arrastre representa uno de nuestros mayores retos. A pesar de ser modernos y estar en buen estado, estos casi 15.000 vehículos representan más de la mitad de nuestras emisiones de GEI, y la disponibilidad de tecnologías alternativas con las que abastecerlos o sustituirlos es limitada.

Ya operamos con remolques de gran capacidad que aumentan el espacio de almacenamiento en un 50 % en el Reino Unido, Países Bajos, Irlanda y España, pero su uso está limitado en algunos países. La mayor parte de nuestros esfuerzos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero tendrán que centrarse en las tecnologías de vehículos alternativos disponibles, a medida que optimicemos la

utilización de nuestros vehículos y redes, y cambiemos a otros modos de transporte.

En la actualidad, 368 vehículos funcionan con electricidad o biocombustible, y esperamos que el biogás forme parte de nuestra combinación energética a largo plazo. En una importante contribución a los primeros años de nuestra trayectoria de reducción de carbono, DPD Reino Unido y DPD Irlanda están cambiando la totalidad de sus operaciones de arrastre al combustible de aceite vegetal tratado con hidrógeno (HVO), una alternativa sintética fabricada a partir de eléctrico.

Sin embargo, el panorama normativo está cambiando a gran velocidad. Junto con la creciente presión de clientes y empresas, esperamos que se promulguen políticas que aceleren el despliegue de vehículos alternativos, como el Green Deal europeo.

Sin embargo, sabemos que la situación es urgente. Así que estamos trabajando en colaboración con nuestras partes interesadas para buscar activamente elementos de las soluciones actuales, en función de la disponibilidad local de combustible, las limitaciones operativas y las subvenciones gubernamentales.

LIDERAR EL CAMBIO EN EL SECTOR CON VEHÍCULOS CERO EMISIONES



¿Qué es EV100+?

CLIMATE GROUP
EV100+

Se trata de una iniciativa mundial dirigida por Climate Group, una ONG que impulsa la acción por el clima, y cuyo lanzamiento se produjo en septiembre de 2022. **EV100+** pretende señalar a los responsables políticos y a los fabricantes de vehículos la fuerte demanda de vehículos de gran tamaño y con cero emisiones.

Geopost es miembro fundador de EV100+, junto con IKEA, Maersk, Unilever y JSW Steel. Todos los miembros se comprometen a adquirir únicamente vehículos con cero emisiones para 2030 y a garantizar que todos sus vehículos medianos y pesados tengan cero emisiones en el tubo de escape para 2040.

¿Por qué es importante?

Los vehículos medianos y pesados representaron el 6 % del parque mundial de vehículos y el 5 % de las emisiones mundiales de CO₂ en 2019¹². En un escenario sin cambios, este sector llegará a representar más del 11 % de las emisiones mundiales de CO₂ de aquí a 2050¹³. Un

abanico mucho más amplio de soluciones alternativas para impulsar un cambio significativo.

¿Por qué interviene ahora Geopost?

Al ocuparnos de los vehículos más pesados y contaminantes de nuestra flota, reforzamos nuestro compromiso con la descarbonización. Junto con otros cargadores y transportistas líderes en el sector, podemos enviar un poderoso mensaje al mercado sobre la existencia de una demanda real que aboga por el cambio.

¿Cómo logran el cambio nuestras colaboraciones?

En Suiza, trabajamos con Designwerk para introducir vehículos totalmente eléctricos. Aunque son bastante más caros, logramos la paridad de costes gracias a la política suiza, en la que los vehículos eléctricos están exentos de peaje, y a los menores costes energéticos.

En colaboración con un transportista local, DPD República Checa ha empezado

a utilizar un camión Volvo de gran tonelaje totalmente eléctrico. Puede recorrer 300 km por carga y transportar hasta 2.000 paquetes, reduciendo las emisiones anuales de CO₂ hasta en cinco toneladas.

Mirando al futuro: prueba de vehículos eléctricos en DPD Países Bajos

DPD Países Bajos ha estado probando vehículos eléctricos rígidos urbanos en colaboración con fabricantes de vehículos, demostrando cómo puede funcionar esta tecnología en la red local. Más allá de EV100+, la descarbonización de la flota sigue siendo un reto importante. Sin embargo, gracias a la colaboración permanente con las principales partes interesadas, estamos multiplicando y diversificando las iniciativas en todas nuestras unidades de negocio para conseguir reducciones de carbono permanentes y estables.

ACTUAR UNIDOS POR EL CAMBIO



Acuerdo estratégico entre SEUR y Repsol

Repsol y SEUR han firmado un acuerdo estratégico para avanzar en la movilidad eléctrica en España. De esta forma, la compañía multienergética se convierte en socio estratégico de SEUR en el proceso de transición energética y descarbonización de su flota hacia una movilidad más sostenible.

En virtud de este acuerdo, Repsol instalará y operará más de 150 puntos de recarga en los 55 centros de trabajo que la compañía de transportes tiene distribuidos por todo el país.



SEUR apuesta por la sostenibilidad de la mano de Ford

SEUR incorpora una flota de 200 FORD E-Transit, la versión 100% eléctrica de la furgoneta de carga más vendida del mundo. Este acuerdo con FORD PRO refleja uno de los objetivos de nuestra compañía: convertirse en la empresa más sostenible de todo nuestro sector. Además, se ha creado una serie de tres vídeos, titulada como “Vamos Juntos”, que ensalza los valores que unen a ambas compañías: sostenibilidad, productividad e innovación.



Espacio Canalejas 360, un hub pionero de movilidad eléctrica

Durante 2022, SEUR inauguró el espacio Canalejas 360, un nuevo hub de movilidad eléctrica en el centro de Madrid, que alberga una electrolinería urbana. Desde ahí, se gestionan las expediciones diarias con vehículos green, como bicicletas eléctricas. Además, sirve como punto pickup para entregas y devoluciones.



SEUR Now da un paso más en su estrategia de sostenibilidad con los fondos del programa MOVES Flotas

La solución SEUR Now será la beneficiaria de los fondos del programa MOVES Flotas, un proyecto financiado por la Unión Europea – NextGeneration EU, como parte del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para trabajar en pro de la descarbonización del sector del transporte.

PRIORIZAR LA CIRCULARIDAD

Se conoce como “circularidad” al cambio económico necesario para abandonar el modelo lineal *take-make-waste* (extraer, producir, desperdiciar) y adoptar otro que reduzca el uso y dé nueva vida a los materiales viejos. Apoyando la transición hacia una economía circular, podemos reducir los residuos que generamos, mejorar la eficiencia de los recursos, apoyar a nuestros clientes y vivir respetando los límites de la naturaleza. En 2022 sentamos las bases de nuestro programa de circularidad, y su activación está prevista para 2023.

Retos de la circularidad

Avanzar hacia una economía circular es esencial, pero no es una tarea exenta de desafíos. Debemos animar a todos a ver la circularidad no sólo como más reciclaje. Primero hay que rechazar y repensar, luego reducir, reutilizar y reparar antes de recurrir al reciclaje.

Además, sigue siendo más barato enviar envases de un solo uso, lo que dificulta la adopción de la circularidad para los materiales de envasado. Las empresas se apoyan a menudo en la normativa para obligar a clientes y consumidores a participar en una economía circular. Por ejemplo, la directiva RAEE pronto exigirá la recogida del 65 % de los residuos electrónicos (frente al 45 %), y la Comisión Europea exige que el 10 % de los envases del comercio electrónico sean reutilizables para 2030.

Hasta el 80 % del impacto ambiental de un producto se determina durante las fases de diseño y producción. Eso significa que sólo podemos influir en el 10 % o el 20 % del impacto de su ciclo de vida a través del método de entrega y el envasado.



ECONOMÍA CIRCULAR EN SEUR

54 centros se han adherido a la política de reciclaje de SEUR y han seguido los procedimientos de buenas prácticas establecidos por la compañía con el objetivo de separar de forma adecuada el plástico, el cartón, los palets y los residuos peligrosos.

Además, SEUR colabora con la fundación Aprocor para dar una segunda vida al vestuario de trabajo. Durante 2022, se han realizado un total de 52 envíos y se han recuperado 2.111 unidades.

DPD FRANCIA PARTICIPA EN UN ENSAYO SOBRE ENVASES REUTILIZABLES

DPD Francia está trabajando con la puesta en marcha de Hipli para probar un nuevo y revolucionario embalaje reutilizable para sus clientes.

Hipli ofrece cinco tamaños y formatos diferentes de envases diseñados para ser plegados y devueltos por correo tras la entrega. En el diseño del envase se integra una etiqueta de prepago, y el envase plegado es lo

bastante pequeño como para garantizar que las emisiones del envío sean mínimas. La idea es eliminar los envases de entrega de un solo uso.

Las investigaciones demuestran que el innovador envase de Hipli puede tener un impacto ambiental un 80 % menor que una caja de cartón estándar. Con 100 usos, un solo envase puede evitar 25 kg de residuos.



NUESTROS SERVICIOS A LA SOCIEDAD



8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS



REPERCUTIR POSITIVAMENTE EN LA SOCIEDAD

Nuestra empresa forma parte del tejido social: un hilo que conecta a los consumidores, a otras empresas y a los barrios en los que operamos. Hacemos que las cosas sucedan llevando las mercancías a donde tienen que estar.

Permitimos a los compradores electrónicos hacer un seguimiento de las entregas y elegir cuándo y dónde deben llegar sus paquetes. Y, cada vez más, transportamos productos esenciales como alimentos y atención sanitaria para atender a las poblaciones locales.

En Geopost, todos creemos en lo crucial de desempeñar esta tarea al tiempo que generamos un impacto social positivo para nuestros empleados, socios y comunidades. Porque, a pesar de nuestras múltiples competencias, funciones y trayectorias, nuestros equipos están unidos por una visión compartida acerca de una forma mejor de hacer negocios.

NUESTRAS ACTIVIDADES SOCIALES MÁS DESTACADAS DE 2022

ENERO

Firmamos un acuerdo de colaboración con la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA)

OCTUBRE

Lanzamiento del barómetro del compromiso de los empleados, que llegó a 30.774 compañeros

UN TOTAL DE

580.734 HORAS DE FORMACIÓN

SEPTIEMBRE

Se celebró la primera Semana Mundial de la Inclusión

OCTUBRE

Dirigimos la celebración inaugural del Desafío a la Excelencia en la Entrega (Delivery Excellence Challenge)

“La actividad de Geopost está creciendo en línea con nuestra estrategia Together & Beyond, razón por la cual el número de empleados creció un 16 % entre 2020 y 2022. Nuestro crecimiento dentro de un entorno cambiante ha reforzado nuestro compromiso de invertir en involucrar a nuestra gente. Estamos prestando una atención continua a crear un mayor sentido de pertenencia para que todos sientan que forman parte de una organización a la que pueden ayudar a construir y dar forma. Nuestro valor fundamental es poder apoyar a nuestros empleados a lo largo de toda su vida dentro de Geopost. Los resultados de nuestro Barómetro anual del compromiso de los empleados de todo el grupo, lanzado en 2022, guían nuestras prioridades basadas en nuestro programa Employer of Choice”.

Marie-Hélène Michon, EVP, RRHH y Administración Corporativa

IMPULSADOS POR NUESTROS EMPLEADOS

Nuestra diversidad cultural y nuestros valores empresariales, creativos y de empoderamiento nos ayudan a crear un lugar de trabajo verdaderamente único en Geopost. Desde esta sólida plataforma, nuestro objetivo es atraer y cultivar los mejores talentos, permitir la igualdad de oportunidades profesionales para todos y proporcionar un lugar de trabajo seguro, acogedor y atento para cada empleado y socio.

Gracias a la increíble contribución de nuestra gente, nuestra empresa innova, crece y se compromete con un futuro sostenible. Creemos que un diálogo social constructivo es fundamental para nuestra empresa y para el desarrollo de nuestras políticas de RRHH a medida que van evolucionando.



Gobernanza de la sostenibilidad social

La gobernanza de la sostenibilidad social a nivel de grupo está dirigida por la Vicepresidencia Ejecutiva de RRHH y Administración Corporativa, y copatrocinada por la Vicepresidencia Ejecutiva de Marketing, Comunicación y Sostenibilidad, lo que subraya la importancia estratégica a largo plazo que alberga esta cuestión para nuestro negocio. Juntos, supervisan un comité de Sostenibilidad Social integrado por los directores generales de las unidades de negocio y los directores de RRHH y Operaciones. A medida que avanzamos para convertirnos en una empresa orientada a las personas, es primordial que actuemos como un equipo global unido, trabajando juntos por el mañana.

Convertirse en un empleador de referencia

Estamos decididos a convertirnos en el empleador preferente en los mercados en los que operamos. Esto es algo vital para garantizar nuestro éxito continuado si queremos hacer frente a la inflación, asegurar un talento excepcional y orientado a objetivos en un mercado altamente competitivo, hacer frente a las crecientes presiones sociales y normativas en torno a los derechos y condiciones de los trabajadores, y crear una potente propuesta de valor que respalde nuestros objetivos de expansión y diversificación. Nuestra estrategia para conseguirlo se centra en cuatro pilares fundamentales:

- **Diversidad, equidad e inclusión**
- **Gestión del talento**
- **Carreras internas**
- **Salud, seguridad y bienestar**

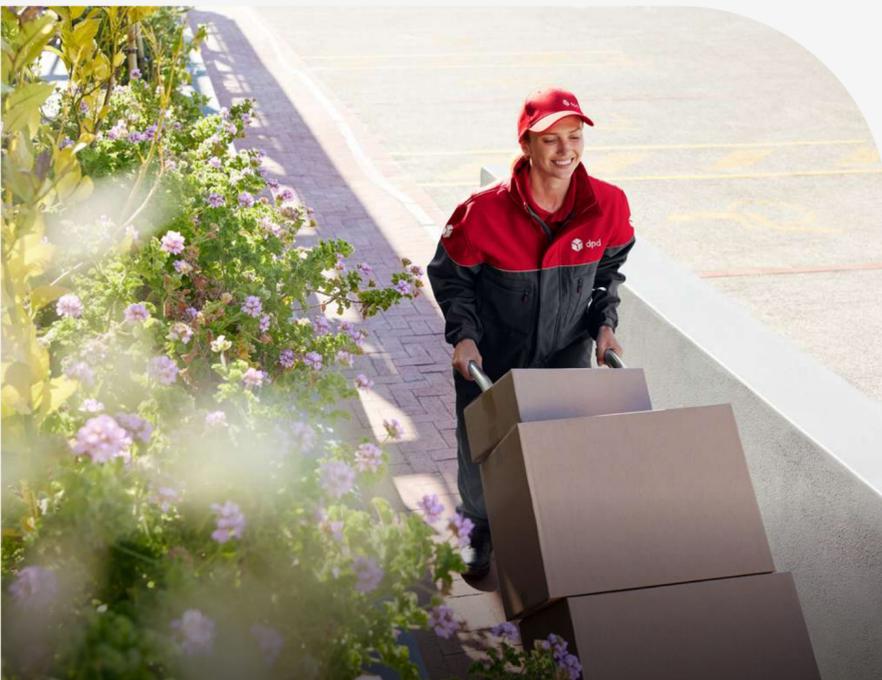
Nuestra empresa tiene como principio básico la creencia colectiva en la mejora continua. Nuestra estrategia de empleador preferente es una representación de esa mentalidad, que nos ayuda a reconocer y corregir cualquier deficiencia para mejorar la experiencia laboral de nuestros empleados.



DESARROLLO DE NUESTRO PERSONAL

Como empleador preferente, nos dedicamos a apoyar el desarrollo profesional de nuestros empleados. Esto incluye garantizar una evaluación del rendimiento justa y transparente, un proceso claro de revisión del talento, igualdad de oportunidades y salarios, y ofrecer oportunidades de trabajo internas que resulten interesantes. Nuestras unidades de negocio son fundamentales para desarrollar e implantar estas prácticas en todo el grupo.

En 2023, nos centraremos en compartir las mejores prácticas y mejorar los programas en todas las unidades de negocio, especialmente en lo que respecta al desarrollo del liderazgo y el talento, así como a la movilidad interna.



Barómetro del Compromiso de los Empleados

En 2022, junto con IPSOS, realizamos nuestro primer Barómetro del Compromiso de los Empleados para conocer la opinión de estos sobre su vida y condiciones de trabajo, sus relaciones profesionales y sus motivaciones. En total, 30.774 empleados de todo el mundo completaron la encuesta (64 %), con un índice de compromiso del 76 %.

Este resultado coincide con la referencia del sector e indica un alto nivel de compromiso dentro de nuestra organización. La puntuación global fue impulsada por un fuerte sentimiento de orgullo de trabajar para Geopost y una buena confianza en el éxito futuro del grupo. Además, los compañeros elogiaron el entorno de trabajo seguro y motivador y percibieron la empresa como flexible, innovadora y dedicada a la mejora sostenible.

El Barómetro se concibe ahora como un acontecimiento anual, y nuestro objetivo es mejorar nuestra puntuación al menos en un 1 % al año. Los ricos datos que nos proporciona nos ayudarán

a mejorar nuestras estrategias de contratación y retención, conseguir un mayor compromiso y apoyar nuestro crecimiento en un mercado desafiante.

Comprometer a nuestros compañeros con Climate Fresk

Estamos utilizando Climate Fresk para concienciar a nuestro personal y crear un sentimiento compartido de pertenencia a los objetivos climáticos de nuestra empresa. También esperamos que impulse la acción individual en la vida personal de nuestros compañeros. La primera de nuestras filiales en poner en marcha la actividad fue nuestro [Stuart business](#). Hasta la fecha, más de 400 empleados, entre ellos el Director General y el Comité Ejecutivo, han participado en un Climate Fresk, y, mediante la “formación de formadores” (*train-the-trainer*), pretendemos implicar al menos a 2.000 empleados de aquí a mediados de 2024. La participación es voluntaria y está prevista para todo el personal de la sede central, pero con nuestro apoyo para todas las unidades de negocio.

Cómo contribuye el personal de Chronopost a encontrar talento

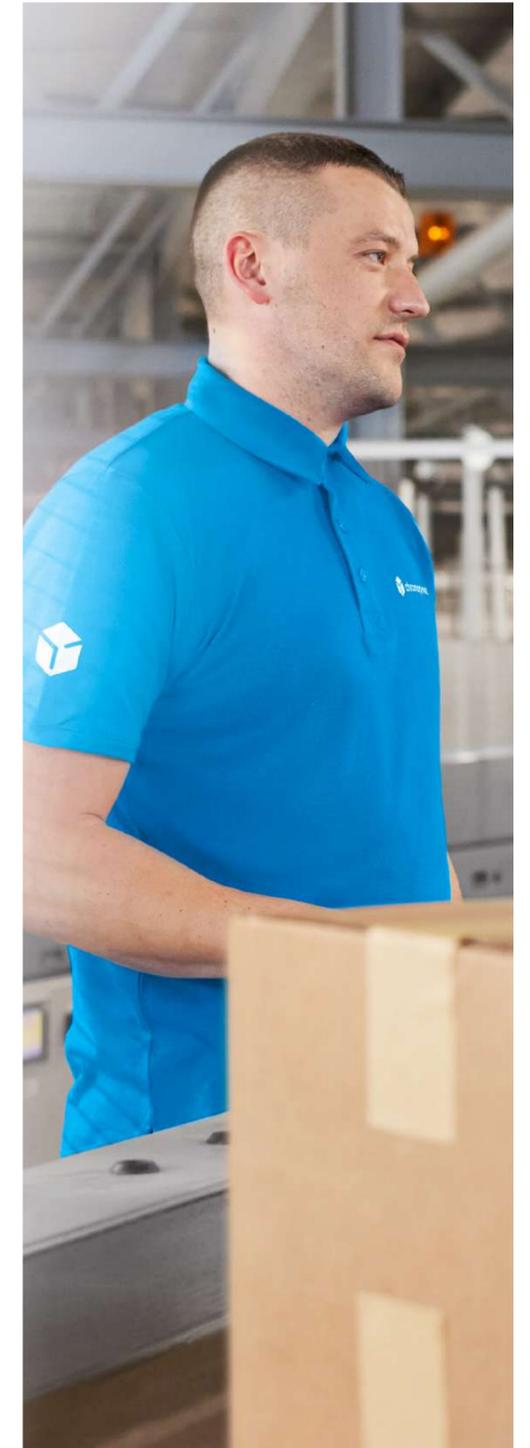
Para impulsar la contratación, Chronopost recurre a soluciones digitales que aprovechan las redes sociales y profesionales de los empleados. ChronoTalents es una comunidad en línea que destaca nuevas oportunidades de empleo y permite a los empleados publicar puestos vacantes en sus redes sociales. Desde su lanzamiento en septiembre de 2022, ChronoTalents ha ayudado en 56 promociones internas y 33 contrataciones externas.

El programa fue elaborado conjuntamente por los equipos de RRHH, TI, Jurídico y Comunicación Interna de Chronopost y ha dado lugar a un proceso de contratación más rentable y dinámico, mejorando la marca del empleador.



76%

Índice de compromiso (2022)



CREAR UN ENTORNO SEGURO E INTEGRADOR



Fomentar la inclusión

La diversidad, la equidad y la inclusión constituyen uno de los pilares fundamentales de nuestra estrategia como empleador preferente. La desglosamos en cinco áreas de actuación:

Discapacidad y neurodiversidad:

hacer accesible el trabajo y aumentar la concienciación interna

Género: proporcionar una remuneración equitativa y garantizar la representación

Vida familiar: ofrecer modelos de trabajo flexibles y permisos parentales

Generaciones: ofrecer oportunidades de trabajo flexible y programas de tutoría.

Diversidad cultural: celebrar la diversidad y reconocer sus ventajas empresariales

El 87 % de los encuestados en el Barómetro del Compromiso de los Empleados considera que se respeta a las personas sea cual sea su perfil, y el 82 % cree que la empresa valora realmente la diversidad.

Colaboración en la Semana de la Inclusión

Queremos que nuestra empresa sea un lugar donde la gente se quede para ampliar sus conocimientos y desarrollar su carrera profesional dentro de un grupo grande, internacional y con visión de futuro.

Como parte de nuestra estrategia de empleador preferente, en 2022 trabajamos para mejorar la diversidad y la igualdad de género, garantizar una mayor inclusión de los compañeros discapacitados y de los procedentes de entornos desfavorecidos, mejorar la promoción social y desarrollar un fuerte sentido de sostenibilidad social en toda nuestra empresa.

Una buena muestra de este esfuerzo fue la puesta en marcha de nuestra nueva iniciativa de la Semana de la Inclusión, celebrada en septiembre e inspirada en actos organizados anteriormente por DPD Reino Unido, DPD Polonia y SEUR, sensibilizando sobre la diversidad, la equidad y la inclusión. Las unidades de negocio de todo el mundo organizaron diferentes actos, incluidos mensajes de la alta dirección, talleres y voluntariado de los empleados.

Itxaso Larrañaga, Directora de Recursos Humanos de SEUR y copatrocinadora de nuestra línea de

trabajo sobre diversidad, equidad e inclusión, señala que “el aumento de la diversidad sigue siendo uno de los motores más fiables del rendimiento empresarial, incluso en un entorno perturbador y complejo. Sabemos que cuando los empleados creen que su organización está comprometida con la inclusión, informan de mejores resultados empresariales”.

Nuestra Semana de la Inclusión inaugural fue una de nuestras primeras grandes iniciativas interempresariales, que se desarrolló en 28 unidades de negocio representando a 50.000 empleados. Las actividades se extrajeron de más de 100 ideas potenciales compartidas en nuestra biblioteca de buenas prácticas.

Garantizar una buena salud y bienestar

Garantizar la salud, la seguridad y el bienestar de nuestros empleados es un principio no negociable de nuestra política y una cuestión clave identificada por la evaluación de materialidad de La Poste Groupe.

La salud y la seguridad están codirigidas por nuestros equipos de RR.HH. y Operaciones, y a través de su enfoque activo, nos esforzamos por proporcionar entornos de trabajo seguros, limitar los accidentes relacionados con el trabajo, combatir el absentismo y respetar el bienestar

físico y mental de nuestra gente.

Nuestro primer Barómetro del Compromiso de los Empleados reveló que los empleados consideran en gran medida que disfrutaban de buenas condiciones de salud y seguridad en el lugar de trabajo, con una puntuación global del 82 %. En 2022, aumentamos el tiempo de formación en salud y seguridad en un 25 %. También incorporamos la salud y la seguridad a nuestra Carta de Compras Sostenibles y a nuestro Código de Conducta.

El **87%**

de los encuestados en el Barómetro del Compromiso de los Empleados considera que se respeta a las personas sea cual sea su perfil.

El **82%**

de los empleados de Geopost considera que trabaja en buenas condiciones de salud y seguridad.

IMPULSAR EL CAMBIO MANO A MANO CON NUESTROS SOCIOS DE TRANSPORTE

Nuestros socios transportistas son de vital importancia para nuestro negocio. Forman parte de nuestra red de primera y última milla, de nuestros servicios de transporte de arrastre y de nuestros equipos de depósito y, a menudo, son la cara de nuestras unidades de negocio para los clientes y destinatarios de paquetes. Trabajamos mano a mano con ellos como miembros de la familia Geopost.



Convertirse en socio preferente

Los subcontratistas también se enfrentan al problema de las bajas de los conductores. El elevado número de bajas es una de las principales amenazas a las que se enfrenta actualmente el sector, y será aún más acuciante en el futuro. Un informe de 2022 de la IRU (Unión Internacional de Transporte por Carretera) sugiere que 1 de cada 10 puestos de conductor de camión en Europa está sin cubrir. Aquí es donde entran en juego los beneficios de trabajar en Geopost, lo que nos convierte en un socio preferente y aumenta las tasas de retención.

Las emisiones de Alcance 3 se incluyen en nuestros objetivos sustentados sobre una base científica y representan una parte significativa de nuestra huella de carbono: en 2022, nuestras emisiones de Alcance 3 se situaron en el 87,7%. Por tanto, es esencial que integremos a nuestros socios de transporte en nuestros programas de sostenibilidad medioambiental y social. Si queremos tener un impacto significativo, debemos trabajar con nuestros socios para cumplir nuestros hitos de descarbonización y alcanzar juntos nuestro objetivo de cero emisiones netas. Esta obligación de actuar tanto dentro como fuera de nuestras operaciones directas es una de las razones por las que hemos mejorado nuestro programa de

elección de socios.

Para profundizar en nuestro impacto con el programa, hemos llevado a cabo una amplia investigación de mercado y una consulta, examinando de nuevo la totalidad de las relaciones de nuestros socios de transporte con Geopost. Aunque llevamos muchos años colaborando con éxito con nuestros socios y unidades de negocio en este ámbito, con la renovación de este programa pretendemos tener un impacto aún mayor: atraer a más socios transportistas, ofrecer una experiencia de trabajo segura y fluida, recompensar mejor el buen rendimiento e impulsar juntos la descarbonización.

Nuestro objetivo es fomentar las relaciones y mantener nuestra solidez operativa con una propuesta de valor que resulte atractiva para los socios actuales y potenciales. A su vez, nuestros socios se benefician de unos ingresos estables y justos, unas relaciones laborales positivas y un vínculo más profundo y gratificante con nuestra empresa.

En colaboración con nuestras unidades de negocio, definimos 14 iniciativas de alcance universal que redundan en beneficios directos para nuestros socios. Entre ellas figuran el pago justo y puntual a todos los socios, infraestructuras para operaciones sostenibles, incluidas furgonetas electrónicas y estaciones de carga, y beneficios de valor añadido, como

financiación de vehículos y cobertura médica para nuestros proveedores de recogida y entrega.

Al cuidar más a nuestros socios y conductores, esperamos fomentar una base estable de socios transportistas, construir relaciones a largo plazo y hacer crecer nuestro negocio juntos. Como resultado, podemos apoyar y colaborar con nuestros socios en la transición hacia soluciones de transporte con menos emisiones para un futuro más sostenible y exitoso.

Estas iniciativas ya se han puesto en marcha con los conductores de reparto de última milla y las empresas de transporte local. En 2023, tenemos previsto revisar las necesidades específicas de los conductores de vehículos, transportistas, trabajadores de almacén y empresas de trabajo temporal.

Reconocimiento de la excelencia en la entrega

Somos plenamente conscientes del papel esencial que desempeñan los conductores a la hora de prestar y mantener un servicio de alta calidad con nuestros clientes. El año pasado, con el objetivo de reconocer las habilidades y experiencia de nuestros conductores y demostrar nuestra estima por su trabajo, organizamos un Delivery Excellence Challenge

(Reto de la Excelencia en la Entrega).

El propósito que perseguíamos era mostrar el aprecio que tenemos por nuestros conductores y socios de transporte como parte de nuestra familia internacional. También nos brindó la oportunidad de poner de relieve nuestro compromiso con la seguridad, la sostenibilidad y la gestión del rendimiento basada en datos.

En el reto, los conductores, tanto empleados como socios, compitieron en rondas clasificatorias locales. Diecisiete conductores que destacaron en estas rondas nacionales pasaron a competir en la final europea, celebrada en Croacia.

Utilizando únicamente vehículos totalmente eléctricos, los conductores compitieron en una serie de duros retos diseñados para reproducir un día habitual de trabajo de un experto en recogidas y entregas, demostrando sus habilidades en categorías, como atención al cliente, sostenibilidad y conducción segura.

Nuestra más sincera enhorabuena a Peter Csernyak, de DPD Hungría, que fue coronado ganador por primera vez de nuestro Delivery Excellence Challenge en la ceremonia de entrega de premios del evento. Estamos impacientes por ver quién sigue los pasos de Peter en 2023.

Durante el Evento del Mejor Repartidor 2022, Ana Belén Rodríguez fue la ganadora como la Mejor Repartidor/a de SEUR. Tras la victoria en el evento nacional, nos representó en Croacia los días 5 y 6 de octubre y compitió con los mejores repartidores de todo el grupo Geopost.

UNIR MÁS A NUESTRAS COMUNIDADES

Operamos en cientos de centros esparcidos por diversas comunidades de todo el mundo. Sumado a nuestro propósito de convertirnos en empleadores y socios preferentes, también nos esforzamos por ser buenos vecinos en las zonas en las que trabajamos y más allá.

Para nosotros, cuidar de las comunidades significa actuar tanto a nivel local como global, y nuestra gente se siente orgullosa de formar parte de los barrios en los que trabaja.



TRABAJAR A NIVEL LOCAL POR UNAS COMUNIDADES MÁS CERCANAS

Como expertos en entregas, mantenemos un contacto diario con las comunidades. Nuestro personal está comprometido con las buenas causas, ofreciendo de manera voluntaria su tiempo, habilidades y recursos en pro de iniciativas que ayudan a las comunidades a prosperar. Entre ellas figuran:



SOS Dječje Selo x DPD Croacia

SOS Dječje Selo, SOS Children's Village (SOS Aldea Infantil), es una organización que acoge y cuida a niños huérfanos y abandonados. Durante los últimos 10 años, DPD Croacia ha financiado uno de los hogares de la organización benéfica, y sus empleados se ofrecen regularmente como voluntarios para orientar y pasar tiempo con los niños. Recientemente, el equipo abrió sus puertas a un grupo de jóvenes que abandonan el sistema de acogida, para ofrecerles orientación y asesoramiento profesional en sus primeros pasos hacia la edad adulta.



Forestry England x DPD Reino Unido

Forestry England y DPD Reino Unido se han asociado por cuatro años para plantar y restaurar bosques, luchar contra el cambio climático y generar beneficios para la fauna y la flora locales y las comunidades. La asociación se centra en cuatro lugares distintos, el primero de los cuales es Colliers Wood, cerca de Manchester, un espacio verde comunitario muy utilizado en el emplazamiento de una antigua mina de carbón. Aquí se plantarán más de 4.000 árboles nuevos.



Fundación SEUR

Fundación SEUR es una organización sin ánimo de lucro dedicada a ayudar a colectivos desfavorecidos, con especial atención a la infancia, a través de la logística solidaria. Desde su creación en 2004, cuenta con la profesionalidad y la solidaridad del equipo SEUR, formado por más de 10.000 profesionales.

En 2022, el proyecto estrella de Fundación SEUR, "Tapones para una nueva vida", ha ayudado a financiar los tratamientos médicos y ortopédicos de 10 niños y niñas de España y Portugal, lo que supone más de 300 toneladas de tapones reciclados. A este respecto, con el reciclaje de estos tapones, se ha conseguido evitar una emisión de más de 384 toneladas de CO2 a la atmósfera y se ha obtenido una cantidad económica superior a 45.000 euros repartida entre los 10 beneficiarios.



DPD Poland Foundation

Hace cinco años, DPD Polonia creó su Fundación para ayudar a los compañeros, incluidos empleados y mensajeros, a hacer frente a acontecimientos vitales inesperados. Son los propios empleados quienes proponen eventos para recaudar fondos y, hasta la fecha, 17.000 empleados han recaudado más de 160.000 euros y han recorrido a pie o en bicicleta más de 500.000 km para ayudar a 50 compañeros en momentos de necesidad.

AL LADO DE LOS QUE MÁS LO NECESITAN



Ucrania

Nuestros empleados se unieron a nuestra empresa para ofrecer apoyo al pueblo de Ucrania. Donamos 1 millón de euros al movimiento de la Cruz Roja y la Media Luna Roja a través de la Cruz Roja Francesa y contribuimos a la labor de la Federación Europea de Bancos de Alimentos en la región con 200.000 euros. También ofrecimos financiación paralela a las donaciones de empleados, clientes y socios con hasta 200.000 euros adicionales.



Nuestros amigos de Yurtiçi Kargo

Los devastadores terremotos que asolaron Turquía y Siria a principios de 2023 nos conmocionaron y entristecieron. Yurtiçi Kargo ha sido nuestro socio en Turquía desde 2007, y nos afectó especialmente saber que algunos de nuestros colegas allí se encuentran entre los desaparecidos o muertos. Hemos donado 100.000 euros a la ayuda de emergencia a través de la Cruz Roja Francesa y estamos con todos los afectados por esta catástrofe.

APOYO A LAS COMUNIDADES DE TODA EUROPA A TRAVÉS DE NUESTRA RED



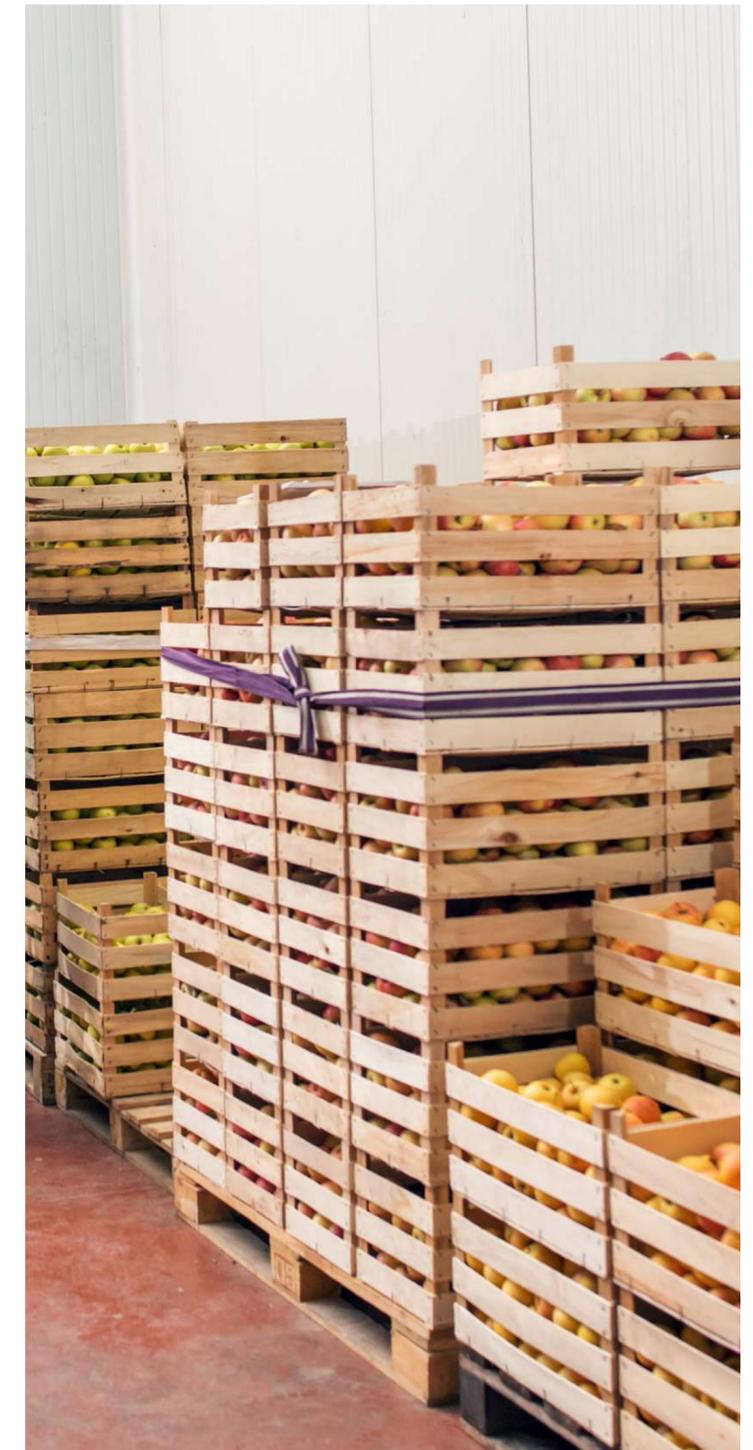
Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA)

En enero de 2022, firmamos una asociación a nivel de grupo con FEBA, renovando los acuerdos existentes de muchas unidades de negocio, adoptando un modelo de economía circular y garantizando el uso sostenible de los recursos.

Impulsados por el objetivo común de evitar el desperdicio de alimentos y mejorar la seguridad alimentaria, ahora realizamos una donación financiera anual a FEBA para todo el grupo, animamos a los empleados a participar en actividades de apoyo, compartimos nuestras capacidades y utilizamos la experiencia de nuestras unidades de negocio en el reparto de paquetes entre bancos de alimentos y organizaciones relacionadas. En 2022, donamos 200.000 euros, sumados a otros 11.693 euros en donaciones paralelas de los empleados.

A nivel local, nuestras unidades de negocio participan directamente en este esfuerzo:

- DPD Alemania envía alimentos que no han sido entregados a los bancos de alimentos.
- DPD Polonia proporciona a los bancos de alimentos apoyo administrativo y financiero, recibiendo a cambio actividades educativas sobre gestión de alimentos.
- DPD Reino Unido ayuda a donar paquetes de alimentos no entregados a los bancos de alimentos y apoya el voluntariado de los empleados.
- DPD Hungría se une a iniciativas locales y ofrece apoyo financiero.
- El personal de nuestra sede donó lotes de artículos de primera necesidad a los bancos de alimentos, lo que llevó a una donación de 10.000 euros por parte de nuestro grupo.



ÉTICA Y GOBERNANZA



Nuestra ética y gobernanza

Fomentamos la mejora de las empresas para que el comercio progrese, hoy y mañana. Ese es nuestro propósito, y forma parte de todo lo que hacemos.

Para conseguirlo, canalizamos nuestra personalidad -empoderante, emprendedora, creativa- y este espíritu también guía nuestra forma de enfocar la sostenibilidad.

Comité Ejecutivo de Geopost

Se reúne varias veces al mes para aprobar todas las iniciativas y estrategias de sostenibilidad antes de su aplicación. El Vicepresidente responsable de Marketing, Comunicación y Sostenibilidad es miembro del mismo.



Consejo de Administración Europeo

Aprueba todas las iniciativas y estrategias clave. Dentro del Consejo, el Vicepresidente Ejecutivo de Marketing, Comunicación y Sostenibilidad dirige la sostenibilidad.

Equipo Central de Sostenibilidad

Asume la responsabilidad diaria de definir y aplicar la estrategia en materia de sostenibilidad y coordinarse con nuestra comunidad europea de Sostenibilidad.

Comité de Sostenibilidad de La Poste Groupe

Se celebran reuniones mensuales con los distintos departamentos y filiales de La Poste Groupe para garantizar la coherencia de los compromisos asumidos entre estas entidades. El Director de Sostenibilidad de Geopost es miembro del Comité.

Comunidad Europea de Sostenibilidad

20 delegados de sostenibilidad de nuestras Unidades de Negocio europeas son responsables de la aplicación operativa de la estrategia. Cada año se celebran en Europa tres reuniones centradas en la sostenibilidad.

Equipos de sostenibilidad de las unidades de negocio

Más de 20 unidades de negocio adaptan a las necesidades locales sus planes de acción e iniciativas de sostenibilidad para cada pilar de la estrategia.

Gobernanza de la sostenibilidad

Nuestra estrategia de sostenibilidad está dirigida por nuestro Comité Ejecutivo, que se basa en las recomendaciones y la experiencia del equipo central de sostenibilidad, gestiona el marco de gestión del rendimiento y facilita el intercambio de buenas prácticas entre las unidades de negocio.

Nuestras 20 unidades de negocio europeas crean y llevan a cabo actividades de sostenibilidad a medida dentro de cada pilar de la estrategia del grupo, y nuestra Comunidad Europea de Sostenibilidad reúne a los representantes de las unidades para compartir y debatir.

Como filial, nuestros esfuerzos también se rigen por la visión de La Poste Groupe, y estamos representados en su Comité Central de Sostenibilidad.

Contratación Sostenible

Somos un actor del transporte y la entrega y una empresa de contratación responsable. Reconocemos nuestra obligación de respetar y promover los derechos humanos, la salud y la seguridad en el trabajo y el medioambiente, y de luchar contra la corrupción en toda nuestra cadena de valor de acuerdo con las normas internacionales. También esperamos que nuestros proveedores cumplan las mismas estrictas normas.

Nuestra Contratación Sostenible, publicada en 2022 y obligatoria en todas las filiales, garantiza que quienes nos suministran comparten nuestro planteamiento de negocio responsable y sostenible, entre otras cosas:

- Respetar y promover los derechos humanos
- Respetar la salud y la seguridad en el trabajo
- Actuar para proteger el medioambiente
- Proteger y gestionar los

conflictos de intereses

- Cumplir las normas sobre datos personales y propiedad intelectual
- Respetar las normas de competencia leal
- Prevenir y combatir la corrupción y el tráfico de influencias

Nosotros, junto con La Poste Groupe y sus otras empresas, reafirmamos nuestro compromiso con la contratación responsable firmando la Carta de Relaciones con Proveedores y Compras Responsables (Carta RFAR) del gobierno francés en septiembre de 2022.

Derechos humanos

Firmamos el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2016 y, a través de nuestra política de Desarrollo sostenible DrivingChange™, trabajamos activamente para respetar los 10 principios del Pacto relacionados con los derechos humanos, las normas laborales internacionales, el medioambiente y la corrupción.

En cualquier circunstancia, también aplicamos los principios internacionales de trabajo y derechos humanos definidos en la Carta Internacional

de Derechos Humanos, las Directrices de la OCDE, los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, [los Principios Rectores de las Naciones Unidas](#) y los ODS de las Naciones Unidas. Además, llevamos a cabo un mapeo de riesgos para evaluar nuestra actuación en materia de derechos humanos y laborales, salud y seguridad, y medioambiente, y en 2023 publicaremos nuestra nueva Política de Derechos Humanos.

Código de conducta

En 2022, actualizamos nuestro Código de Conducta en consonancia con una actualización de nuestras normas de gobernanza. El nuevo Código de Conducta de Geopost refleja las mejores prácticas del mercado y las normas internacionales en materia de ética empresarial. Su aplicación es obligatoria en cada una de nuestras unidades de negocio.

Seguimiento del cumplimiento

En Geopost, el cumplimiento y la gobernanza son supervisados por un equipo directivo compuesto por un Director de Cumplimiento, un Director de Cumplimiento Adjunto para el cumplimiento

de la integridad del mercado (prácticas anticompetitivas, anticorrupción y deber de diligencia), un Director de Cumplimiento Adjunto para el cumplimiento comercial, un Responsable de Protección de Datos y un Responsable de Ética.

A través de nuestro sistema de gobernanza, hacemos cumplir los principios de nuestras Normas de Gobernanza -que se aplican a cada una de nuestras unidades de negocio- y nos adherimos a las normas internacionales más exigentes en materia de cumplimiento.

Dentro de cada unidad de negocio, los equipos de cumplimiento, que pueden incluir un Director de Cumplimiento o un Responsable de Ética, por ejemplo, gestionan el cumplimiento, la ética y las cuestiones relacionadas en el territorio local.

Anticorrupción

En línea con nuestro Código de Conducta y al haber adoptado el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, prohibimos toda forma de corrupción en nuestras interacciones. Integramos en nuestra actividad los tres principios anticorrupción de La Poste Groupe: tolerancia

cero, todos implicados y todos vigilantes.

Basándonos en un exhaustivo ejercicio de mapeo de riesgos, estamos desarrollando un nuevo programa anticorrupción que cumple plenamente la ley francesa Sapin II.

En 2021, impartimos formación y políticas anticorrupción a cada unidad de negocio, lo que nos ayudó a identificar y medir nuestros riesgos. Ahora, como parte de nuestra mejora continua, estamos trabajando con expertos externos para desarrollar una estrategia mejorada a fin de prevenir y abordar la corrupción potencial dentro de Geopost.

Cumplimiento de las normas de comercio internacional

Todas las empresas están sujetas a obligaciones y normativas internacionales dictadas por organizaciones como la ONU, la UE y los gobiernos nacionales. Cumplimos estrictamente las normas comerciales y ayudamos a nuestras unidades de negocio a cumplir las restricciones derivadas de sanciones, leyes y embargos. Nuestro programa de cumplimiento garantiza que

sólo comerciamos con socios legítimos e incorpora nuestra Política de Cumplimiento de Sanciones, un marco de cumplimiento definido y el uso de la herramienta de selección de listas de partes denegadas.

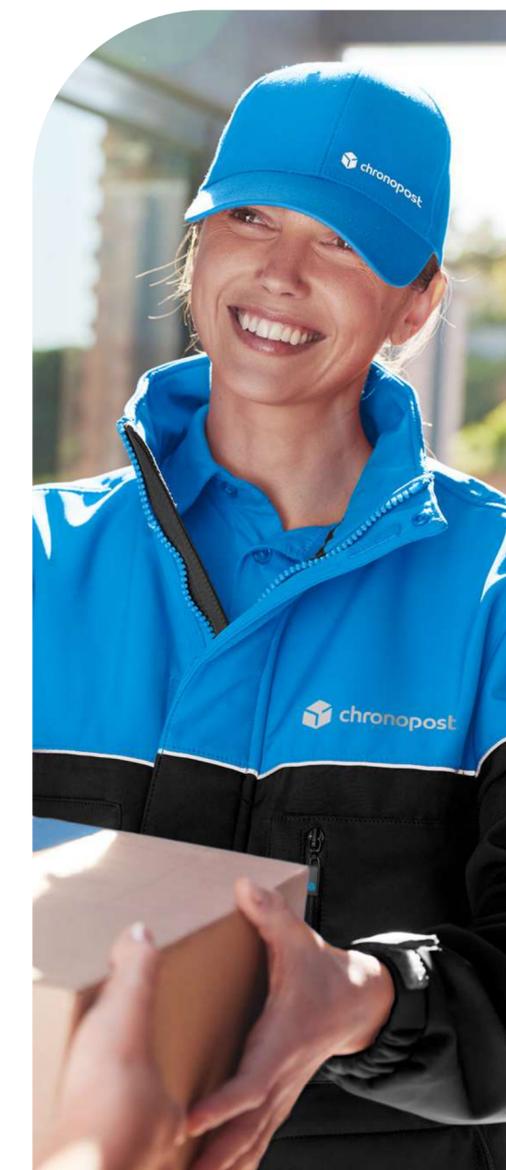
Protección de datos personales

Para garantizar el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR, por sus siglas en inglés) de la UE, hemos puesto en marcha una importante iniciativa que integra la protección de datos en nuestros procesos y cultura. A nivel de grupo, supervisamos la gestión de nuestros datos, mientras que cada unidad de negocio europea tiene su propio punto de contacto GDPR.

Desarrollamos herramientas que permiten a nuestras unidades de negocio evaluar los riesgos para los datos de todos los nuevos proyectos y, tras una auditoría, creamos un comité para supervisar el cumplimiento continuo y dirigir nuestra estrategia de protección de datos.

Todas las unidades de negocio europeas fueron auditadas entre 2019 y 2021, y reforzamos

nuestra gobernanza de protección de datos a nivel de grupo para respaldar nuestros planes de expansión empresarial en los próximos años.





ANEXO

TABLAS DE DATOS



PLANETA

Los datos que figuran en estos cuadros proceden de nuestro informe RESPIRE, que cubre las 20 unidades de negocio de Geopost¹⁵.

ENERGÍA

	UNIDAD	2020	2021	2022	% (2020-2022)
Total - Emisiones de GEI procedentes del consumo de energía (instalaciones + transporte <i>in situ</i>)	tCO ₂ e	90,457.19	95,669.28	75,412.21	-21%
Emisiones de GEI evitadas gracias a la producción de electricidad renovable de edificios propios/ arrendados	tCO ₂ e	829.93	935.79	2,353.18	151%

¹⁵ Las unidades de negocio incluyen DPD Eslovenia, DPD Croacia, DPD Suiza, DPD Reino Unido, DPD Hungría, DPD Eslovaquia, DPD Portugal, BRT, DPD Francia, DPD Lituania, DPD Estonia, DPD Irlanda, DPD Letonia, DPD Bélgica, DPD Alemania, DPD Países Bajos, DPD República Checa, Chronopost, SEUR, DPD Polonia.



AGUA

	4T 2020	4T 2021	4T 2022	% (2021-2022)
Volumen total de agua consumida durante el periodo de referencia (litros)	104,682,125	131,652,445	113,788,580	-13,6%

RESIDUOS

Estas cifras cubren el 87,1% de los residuos de las 20 unidades operativas de Geopost en 2022

Nota: La metodología de Geopost evolucionó en 2022 para aumentar la precisión y cumplir mejor los requisitos actuales. Por lo tanto, no se dispone de datos para 2020 y 2021.

Residuos totales 2022	kg	104,674,375.49
Ratio - Proporción de residuos reciclados o reutilizados respecto al total de residuos	%	93,23



MATERIALES

Nota: La metodología de Geopost evolucionó en 2021. Por lo tanto, la comparación de datos no es posible para 2020

		2021	2022	% (2021-2022)
Consumo de papel - Estándar	kg	2,467,786.2	1,046,458.16	-58%
Consumo de papel - Certificado	kg	3,373,943.15	1,726,459.87	-49%
Consumo de papel - Reciclado	kg	266,433.37	151,402.07	-43%
Consumo de cartón para envases	kg	301,323.89	595,700.27	98%
Consumo de cartón reciclado para envases	kg	1,600,481.64	696,816.02	-56%
Consumo de plástico para envases	kg	1,575,528.5	1,657,980.2	5%
Consumo de plástico reciclado para envases	kg	677,012.07	569,509.97	-16%

EMISIONES GEI

CATEGORÍA DE EMISIONES DEL PROTOCOLO DE GEI	AÑO FISCAL 2020	AÑO FISCAL 2021	AÑO FISCAL 2022	% (2021-2022)
Alcance 1 (uso de combustible de nuestros propios vehículos e instalaciones)*	180,446	209,806	195,089	-7,01%
Primer y último kilómetro (carretera)	30,860	30,490	31,280	2,59%
Arrastres (carretera)	99,292	116,761	104,836	-10,21%
Instalaciones	25,715	31,709	24,948	-21,32%
Carga <i>in situ</i> (carretillas y carretillas elevadoras)	12,983	14,642	17,836	21,81%
Coches de empresa	11,276	14,924	15,899	6,53%
Cadena de frío	320	1,280	290	-77,34%
Alcance 2 - basado en el mercado (emisiones de electricidad)*	50,381	22,136	29,426	32,94%
Alcance 2 - basado en la ubicación (emisiones de electricidad)	82,928	97,315	103,332	6,18%
ALCANCE 3 - Categoría 1: Bienes y servicios adquiridos	147,044	169,179	170,409	0,73%
Alcance 3 - Categoría 2: Bienes de capital (emisiones relacionadas con CAPEX: flota, IT, hub & depots, HQ)	61,274	93,626	88,094	-5,91%
Alcance 3 - Categoría 3: Relacionadas con el combustible y la energía (emisiones anteriores al consumo de combustible de Alcance 1)	44,538	51,360	46,662	-9,15%
Primer y último kilómetro (carretera)	7,946	7,828	7,614	-2,73%
Arrastres (carretera)	25,702	30,223	25,637	-15,17%
Instalaciones	4,664	5,748	5,268	-8,35%
Carga <i>in situ</i> (carretillas y carretillas elevadoras)	3,353	3,784	4,358	15,17%
Coches de empresa	2,872	3,777	3,785	0,21%

*Los datos incluidos anteriormente se ajustan al alcance del protocolo de GEI. Las categorías marcadas con un * indican las emisiones incluidas en el alcance del objetivo a corto plazo de Geopost e incluye las emisiones de Alcance 2 (basadas en el mercado) y un Alcance 3 reducido. (excluye los basados en la ubicación) y 3 (excluye las categorías 1, 2, 5, 6, 7, 12 y 15). (excluye las categorías 1, 2, 5, 6, 7, 12 y 15).

CATEGORÍA DE EMISIONES DEL PROTOCOLO DE GEI	AÑO FISCAL 2020	AÑO FISCAL 2021	AÑO FISCAL 2022	% (2021-2022)
ALCANCE 3 - Categoría 4: Transporte upstream (emisiones de WTW del transporte subcontratado: PUD, LNH, AIRE, MAR, FERROCARRIL)*	1,548,302	1,694,601	1,580,789	-6,72%
Primer y último kilómetro (carretera)	679,613	733,763	666,012	-9,23%
Arrastres (carretera)	787,050	876,515	816,584	-6,84%
Transporte aéreo	81,638	84,324	97,903	16,10%
Transporte marítimo	ND	ND	270	-
Transporte ferroviario	ND	ND	20	-
ALCANCE 3 - Categoría 5: Residuos	39,151	37,967	42,448	11,80%
ALCANCE 3 - Categoría 6: Viajes de negocios	1,628	1,050	5,335	408,10%
ALCANCE 3 - Categoría 7: Desplazamientos de los empleados al trabajo	23,253	25,786	25,986	0,78%
ALCANCE 3 - Categoría 8: Activos arrendados (instalaciones subcontratadas)	6,195	7,214	3,260	-54,81%
ALCANCE 3 - Categoría 12: Tratamiento de productos vendidos al final de su vida útil (gestión de residuos de envases vendidos)*	3,430	4,733	4,247	-10,27%
ALCANCE 3 - Categoría 15: Inversiones (por ejemplo, DTDC, Yurtici Cargo, etc.)	8,537	29,847	36,114	21,00%
ALCANCE TOTAL 1 Y 2 (basado en el mercado)	230,827	231,942	224,515	-3,20%
ALCANCE TOTAL 1 Y 2 (en función de la ubicación)	263,374	307,121	298,421	-2,83%
ALCANCE TOTAL 3	1,883,350	2,115,364	2,003,344	-5,30%
EMISIONES TOTALES DE ALCANCE 1, 2, 3 (basadas en el mercado)	2,114,177	2,347,306	2,227,859	-5,09%
EMISIONES TOTALES DE ALCANCE 1, 2, 3 (según ubicación)	2,146,724	2,422,485	2,301,765	-4,98%
LÍMITE OBJETIVO TOTAL DE SBTI A CORTO PLAZO	1,829,860	1,985,118	1,855,226	-6,54%

CONTAMINANTES

TONELADAS DE CONTAMINANTES	UNIDAD	2020	%	2021	%	2022	% (2021-2022)
CO	toneladas	498	15%	447	15%	397	-11%
NOx	toneladas	2,667	78%	2378	78%	1,729	-27%
PM 2.5	toneladas	131	4%	137	4%	115	-16%
PM 10	toneladas	234	7%	226	7%	187	-17%
TOTAL	toneladas	3,400	100%	3,051	100%	2,313	-24%

Nota: es normal que el total no sea del 100 % porque las PM2,5 están incluidas en las PM10.

REPARTO DE VEHÍCULOS SEGÚN LAS NORMAS EUROPEAS

NÚMERO DE VEHÍCULOS	UNIDAD	2020	2021	2022	OBJETIVO PARA 2025
Euro 1, 2 y 3	Vehículos PUD	3%	2%	2%	0%
Euro 4	Vehículos PUD	12%	10%	8%	0%
Euro 5	Vehículos PUD	26%	20%	16%	0%
Euro 6	Vehículos PUD	59%	68%	74%	100%

NÚMERO DE VEHÍCULOS	UNIDAD	2020	2021	2022	OBJETIVO PARA 2025
Euro 1, 2 & 3	Vehículos LNH	6%	2%	2%	0%
Euro 4	Vehículos LNH	3%	14%	2%	0%
Euro 5	Vehículos LNH	21%	3%	4%	0%
Euro 6	Vehículos LNH	70%	81%	92%	100%

PERSONAL

	2022	2021	2020	% 2020 - 2022
Empleados	56 628	54 743	48 151	-
Tasa de rotación del personal fijo	23,2 %	23,4 %	14,5 %	-
Contratación indefinida de nuevos empleados	10 532	10 167	-	-
Número de días perdidos por accidentes laborales	58 477	50 277	-	-
Horas de formación en seguridad	156 537	115 937	-	-
Media de horas de formación al año por empleado ¹	11,25	6,7	-	-
Número total de horas de formación impartidas ²	580 734	349 849	-	-
Porcentaje de mujeres empleadas	28,5 %	29,6 %	28,1 %	-

¹ Las medidas sanitarias de Covid siguieron influyendo en el número de horas de formación por empleado en 2021 (excluye las categorías 1, 2, 5, 6, 7, 12 y 15).

² Las medidas sanitarias de Covid siguieron influyendo en el número total de horas de formación en 2021

Nota: Empezamos a recopilar datos sobre nuestro personal en 2020, pero en 2021 ampliamos el alcance de nuestros informes. Este informe excluye los datos de 2020, ya que no son directamente comparables con los datos facilitados para 2021 y 2022.

TABLA GRI 1 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE

Estas tablas detallan de forma voluntaria los progresos que hemos realizado siguiendo las directrices de las normas de elaboración de informes de sostenibilidad de la GRI. Nos centramos en los temas y criterios para los que tenemos elementos que compartir.

NORMA GRI	DIVULGACIÓN	UBICACIÓN
GRI 2: Información general 2021	<ul style="list-style-type: none"> • 2-1 Datos organizativos • 2-2 Entidades incluidas en la memoria de sostenibilidad de la organización • 2-3 Periodo de notificación, frecuencia y punto de contacto • 2-5 Garantía exterior • 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales • 2-7 Empleados • 2-8 Trabajadores no asalariados • 2-9 Estructura y composición de la gobernanza • 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible • 2-23 Compromisos políticos • 2-27 Cumplimiento de las leyes y reglamentos • 2 - 29 Enfoque de la participación de las partes interesadas 	
GRI 201: Resultados económicos	<ul style="list-style-type: none"> • 201-1 Valor económico directo generado y distribuido 	
GRI 206: Lucha contra la corrupción	<ul style="list-style-type: none"> • 205-1 Operaciones evaluadas para detectar riesgos de corrupción • 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción 	
GRI 206: Comportamiento anticompetitivo	<ul style="list-style-type: none"> • 206-1 Acciones legales por comportamiento anticompetitivo, antimonopolio y prácticas monopolísticas 	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 301: Materiales	<ul style="list-style-type: none"> • 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen • 301-2 Materiales reciclados utilizados 	
GRI 302: Energía	<ul style="list-style-type: none"> • 302-1 Consumo de energía dentro de la organización • 302-3 Intensidad energética 	
GRI 303: Agua y efluentes	<ul style="list-style-type: none"> • 303-5 Consumo de agua 	
GRI 305 Emisiones 2016	<ul style="list-style-type: none"> • 305-1 Emisiones directas (Alcance 1) de GEI • 305-2 Emisiones indirectas de energía (Alcance 2) • 305-3 Otras emisiones indirectas (Alcance 3) de GEI • 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI • 305-5 Reducción de las emisiones de GEI • Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones atmosféricas significativas 	
GRI 306: Residuos	<ul style="list-style-type: none"> • 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos • 306-3 Residuos generados • 306-4 Residuos desviados de la eliminación • 306-5 Residuos desviados mediante eliminación 	
GRI 401: Empleo	<ul style="list-style-type: none"> • 401-1 Nuevas contrataciones y rotación de personal 	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • 403-1 Gestión de la salud y la seguridad en el trabajo • 403-3 Servicios de salud en el trabajo • 403-5 Formación de los trabajadores en materia de salud y seguridad en el trabajo • 403-6 Promoción de la salud de los trabajadores • 403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo • 403-9 Accidentes de trabajo 	
GRI 404 Formación y educación	<ul style="list-style-type: none"> • 404-1 Media de horas de formación al año por empleado 	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • 405-1 Diversidad de gobierno y empleados 	
GRI 413: Comunidades locales	<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo 	



Acerca de este informe

Este es el séptimo informe de sostenibilidad de Geopost, que abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022. Contabiliza principalmente las 20 Unidades de Negocio en toda Europa (a menos que se indique lo contrario), todas ellas de plena propiedad. Queremos dar las gracias a todos los que han contribuido en la elaboración del informe.

Si desea más información sobre este informe o sobre el programa de sostenibilidad de Geopost, visite geopost.com/es/sostenibilidad o póngase en contacto con drivingchange@geopost.com

Unidades de negocio incluidas en este informe:

DPD Eslovenia, DPD Croacia, DPD Suíza, DPD Reino Unido, DPD Hungría, DPD Eslovaquia, DPD Portugal, BRT, DPD Francia, DPD Lituania, DPD Estonia, DPD Irlanda, DPD Letonia, DPD Bélgica, DPD Alemania, DPD Países Bajos, DPD República Checa, Chronopost, SEUR, DPD Polonia.

Geopost SA
Immeuble Lemnys Bât C, C.P. CI207
26 Rue Guynemer
92130 Issy Les Moulinaux, France

 @Geopost_news  Geopost

 @Geopost_news  @geopost.news

geopost.com

