

INFORME DE
SOSTENIBILIDAD
2023

JUNTOS POR UN MAÑANA MEJOR



GEOPOST

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

Carta de Yves Delmas, Director General	4
Nuestra empresa	5
Presentación de nuestra estrategia de sostenibilidad	6
Nuestros hitos en sostenibilidad	7

MEDIOAMBIENTE

Nuestro enfoque medioambiental	9
Descarbonización	10
Calidad del aire	16
Circularidad	17
Biodiversidad	18

PERSONAS

Nuestro enfoque sobre las personas	20
Diversidad, equidad e inclusión	21
Desarrollo y formación	25
Seguridad	26
Socios	28
Comunidad	30

ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y GOBERNANZA

Ética empresarial	33
Cumplimiento y gobernanza	34
Carta de contratación sostenible	35
Gobernanza de la sostenibilidad	36
Tabla GRI	37

ANEXO

Indicadores de rendimiento medioambiental	40
---	----





INTRODUCCIÓN

CARTA DE YVES DELMAS, DIRECTOR GENERAL

2023 ha sido un año importante para Geopost en lo que a sostenibilidad se refiere, y por ello me complace compartir en este informe los avances que hemos realizado hacia nuestros objetivos en dicha materia.

Empecemos por lo que hemos conseguido al integrar el concepto de sostenibilidad en todos los aspectos de nuestra actividad. El éxito del proyecto piloto sobre el carbono es un excelente ejemplo de ello. El proceso lo gestionan conjuntamente los equipos de finanzas y sostenibilidad, en estrecha colaboración con nuestras unidades operativas, para supervisar la inversión, tanto CAPEX como OPEX, en nuestros objetivos anuales de reducción de carbono.

A medida que aceleremos el cambio hacia unos suministros más sostenibles, el presupuesto de carbono desempeñará un papel fundamental en la forma de alcanzar nuestro objetivo de cero emisiones netas para 2040, que fue respaldado oficialmente por la iniciativa Science Based Targets (SBTi) en 2023.

Cada año avanzamos para convertirnos en un empleador y un socio de preferencia: 49.000 empleados de todo el mundo respondieron a nuestro barómetro anual del Compromiso de los Empleados, y ha sido gratificante ver cómo el 75 % de ellos se siente comprometido con su trabajo en Geopost. También valoramos las relaciones que mantenemos con nuestros socios de transporte y hemos establecido una hoja de ruta de elección de socios en todas las unidades de negocio de Europa, centrándonos en crear una sólida propuesta de valor para ellos.

De cara al futuro, seguiremos predicando con el ejemplo a la hora de impulsar el cambio para mejorar nuestros negocios e integrar aún más la

sostenibilidad en nuestras prácticas empresariales básicas, de tal forma que cree valor para nuestros clientes, empleados, proveedores, comunidades y accionistas.

Los datos desempeñan un papel fundamental en nuestros esfuerzos por la sostenibilidad. Seguiremos estudiando cómo mejorar continuamente la calidad de los datos de nuestra Calculadora de Carbono de cara al cliente, y también estamos explorando cómo la inteligencia artificial (IA) puede mejorar la eficiencia operativa. La sostenibilidad es un pilar fundamental del Laboratorio de Innovación de Geopost que acabamos de poner en marcha, y ya tenemos algunos proyectos interesantes listos para ser expandidos.

Me complace reafirmar el apoyo de Geopost a los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Además de nuestros compromisos públicos, también seguiremos contribuyendo a la estrategia y los compromisos ESG de la empresa matriz, La Poste Groupe, en el transcurso del año 2024.

Por último, cabe mencionar que sólo es posible avanzar si trabajamos como un único equipo global. Muchas gracias también a nuestra red de expertos locales, procedentes de todas las áreas de nuestra empresa, que están utilizando sus diversas competencias para llevar a cabo el cambio que necesitamos para alcanzar nuestros objetivos.

Juntos por un mañana mejor,
Yves Delmas



ACERCA DE NUESTRA EMPRESA

INTRODUCCIÓN

MEDIOAMBIENTE

PERSONAS

GOBIERNO

ANEXO

Como parte de La Poste Groupe, somos una empresa líder en el mercado de paquetería, entrega especializada y nuevo comercio. Seguimos ampliando nuestras servicios de entrega de entrega fuera de casa, al tiempo que desarrollamos nuestras soluciones de control de temperatura para empresas del sector sanitario y alimentario.

Además de estos servicios de entrega, ofrecemos el mejor servicio de atención al cliente a través de herramientas de previsibilidad, redireccionamiento y seguimiento en tiempo real, y realizamos análisis exhaustivos de las últimas tendencias en los comportamientos de compra en línea y las preferencias de entrega tanto en el conjunto de Europa como fuera de ella [\[enlace\]](#).

Nos une la convicción de que una empresa mejor es mejor para las empresas. Este es nuestro principio rector a la hora de capitalizar el poder de nuestra vasta y diversa red para marcar la diferencia en las comunidades en las que operamos. Nuestro compromiso de convertirnos en la referencia internacional en prestación de servicios sostenibles implica que siempre estamos buscando formas de unir e implicar a nuestros colegas y socios en un esfuerzo colectivo para acelerar y ampliar el cambio transformador a largo plazo.

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. En este sentido, apoyamos firmemente los cuatro ODS que consideramos más relevantes para nuestra empresa y que

tienen el máximo impacto: ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), ODS 13 (Acción por el clima) y ODS 17 (Alianzas para los objetivos).

UNA INDUSTRIA QUE DEBE TRANSFORMARSE

En los últimos años, la sociedad ha vivido una revolución del comercio electrónico. Nuestro último *barómetro* sobre el comprador *online* [\[enlace\]](#) reveló que, si bien en Europa se ha producido un ligero descenso de los compradores *online* -con cifras similares a los niveles previos al COVID- la proporción de personas que compran habitualmente a través de internet se mantiene estable. Según un informe del Foro Económico Mundial de 2022 [\[enlace\]](#), si no se toman las medidas adecuadas, el comercio electrónico podría aumentar las emisiones de gases de efecto invernadero en más de un 30% en las 100 principales ciudades del mundo de aquí a 2030.

Como empresa que aspira a ser líder en sostenibilidad, debemos ser pioneros del cambio. Con el 88 % de nuestras emisiones de CO2 procedentes del transporte por carretera, debemos descarbonizar nuestra flota si queremos contribuir a limitar las emisiones de CO2 a nivel mundial.

Hemos triplicado el tamaño de nuestra flota de primera y última milla de bajas emisiones desde 2020, y hemos avanzado mucho en la descarbonización de nuestras operaciones de transporte de arrastre mediante el cambio al aceite vegetal hidrogenado (HVO) en varias unidades de negocio. Los biocombustibles tienen un papel que desempeñar como combustible de transición, pero las tecnologías emergentes de cero emisiones en el tubo de escape, como la energía eléctrica y el hidrógeno, aún no han alcanzado el nivel

requerido para satisfacer necesidades tan exigentes. Y aunque los utilizamos en nuestras operaciones, el ferrocarril y las vías navegables tienen un alcance limitado para atender nuestra demanda de transporte de mercancías.

La necesidad de cambio de nuestra industria no se debe únicamente a la necesidad de reducir las emisiones de CO2. El Informe anual del sector de MHI para 2023 [\[enlace\]](#) subrayó que la escasez de talento y las consiguientes dificultades para contratar y retener a personas cualificadas siguen siendo el mayor reto de la cadena de suministro para nuestro sector. El informe también destacaba dificultades cada vez más notables en relación con la interrupción de la cadena de suministro, el desabastecimiento y el aumento de la demanda de los clientes.

Estos retos también ofrecen oportunidades. Por ejemplo, existe una notable capacidad de creación de empleo y, gracias a la rápida expansión del mercado de segunda mano, se presenta la oportunidad de actuar como facilitadores de la economía circular: el *barómetro* de compradores online de Geopost señala que el 72 % de dichos compradores en el ámbito europeo ahora efectúan sus compras y ventas en plataformas de segunda mano, y el 35 % afirma que actualmente compra más productos de segunda mano.

En Geopost, creemos que es nuestra responsabilidad actuar frente a todos estos retos y estar a la vanguardia de la transformación sostenible de nuestra industria.

GEOPOST EN 2023



€15.700M
de euros en ingresos



2.100M
de entregas de paquetes
en todo el mundo



108,000
puntos de recogida
en todo el mundo



57,000
Empleados



CERO NETO
Aprobación del SBTi
para el objetivo 2040



-26,000T
de emisiones de CO₂



50
países operativos

1ª RED
viaria transfronteriza
de Europa

PRESENTACIÓN DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

NUESTRO MANIFIESTO PARA IMPULSAR EL CAMBIO

Desde 2016, hemos venido promoviendo una empresa mejor a través de nuestra estrategia Driving Change, nuestro plan de colaboración para lograr avances para el planeta, las personas y las comunidades, tanto hoy como en el futuro. Driving Change nos ayuda a hacer realidad nuestro objetivo de convertirnos en el referente internacional de servicios sostenibles:

- Adoptar un lugar de trabajo integrador, donde la seguridad sea siempre lo primero y nuestro personal con talento consiga el desarrollo adecuado para disfrutar de carreras duraderas y gratificantes.
- Ayudar a las comunidades que nos rodean a crecer y garantizar que se beneficien de una mejor calidad del aire.
- Tomarnos en serio nuestras responsabilidades para con el medio ambiente, reduciendo radicalmente nuestras emisiones de CO2, aumentando las entregas que permiten un consumo más circular y defendiendo la importancia de la biodiversidad

Como primera empresa de paquetería a nivel mundial cuyos objetivos de

reducción de emisiones de CO2 a corto y largo plazo han sido aprobados por el SBTi, ya estamos innovando para reducir las emisiones totales de nuestra cadena de valor en un 90 % y alcanzar nuestro objetivo de cero emisiones netas de aquí a 2040.

Nuestra estrategia de sostenibilidad destaca ocho asuntos prioritarios organizados en torno a los tres temas más críticos para nuestra visión: centrándonos en las personas, podemos convertirnos en el empleador y socio preferido; dando prioridad al planeta, podemos acelerar el cambio hacia entregas más sostenibles; centrándonos en las comunidades, podemos apoyar los lugares de los que formamos parte.

Seguir esta estrategia es, además de bueno para la empresa, el camino correcto. Pero aún no lo hemos conseguido: tenemos que seguir impulsando el cambio en todo lo que hacemos. La profunda transformación a la que aspiramos sólo será posible si unimos a todos en torno a una visión única y nos aseguramos de que la sostenibilidad esté arraigada en nuestra forma de medir el éxito en toda la empresa, para el progreso de todos.

Nuestro esfuerzo debe ser colectivo. Trabajemos todos juntos por un mañana mejor.

DrivingChange™



Personas

Ser el empleador y socio de preferencia

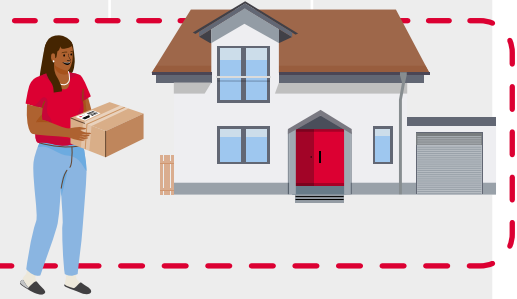
Diversidad, equidad e inclusión
Construir un lugar de trabajo diverso e integrador

Talento
Fomentar la carrera profesional de nuestros empleados

Seguridad
La seguridad de empleados y contratistas es lo primero

Comunidades

Apoyar a los lugares de los que formamos parte



Planeta

Acelerar el cambio hacia entregas más sostenibles



Descarbonización
Lograr cero emisiones netas de aquí a 2040

Biodiversidad
Abogar por entornos más biodiversos

Circularidad
Fomentar un consumo más circular

Calidad del aire
Cooperar en aras de lograr un aire más limpio en comunidades

Haremos que ocurra:

Implicando a todas las partes interesadas en nuestra estrategia

Integrando la sostenibilidad en la gestión del rendimiento



QUEREMOS SER LA REFERENCIA INTERNACIONAL EN SUMINISTRO SOSTENIBLE

LO MÁS DESTACADO EN SOSTENIBILIDAD



LO MÁS DESTACADO DE 2023



-1.4%

en emisiones de GEI entre 2022 y 2023, reducido en 26.000 T.



9,172

vehículos de reparto con menos emisiones, (+2.533)



126

ciudades con transporte de bajas emisiones (+29)



56.6%

de la energía consumida en nuestros centros logísticos procede de fuentes renovables, un 1% más que en 2022



75

índice de compromiso de los empleados



22

unidades de negocio participaron en el Reto a la Excelencia en la Entrega (+5)



PREMIO "NET ZERO TRANSITION AWARD"

Ganador del premio "Reuters Responsible Business Awards"





MEDIOAMBIENTE

NUESTRO ENFOQUE MEDIOAMBIENTAL

Nuestra comprensión del mundo que nos rodea sigue evolucionando, Como también lo hace nuestra estrategia medioambiental. Lo que permanece constante es nuestro compromiso no sólo de mitigar los impactos negativos de nuestra actividad -por ejemplo, evitando la contaminación-, sino también encontrar formas de contribuir a la sociedad, mediante actividades como permitir el crecimiento de sistemas circulares o encontrar espacio para la biodiversidad.

Nuestros esfuerzos por construir una estrategia medioambiental líder se basan en cuatro pilares:

- Lo más importante, somos pioneros en cero emisiones netas en nuestra industria, diseñando y aplicando un programa de descarbonización líder en el sector.
- Vinculado a nuestros esfuerzos de descarbonización, cooperamos en aras de lograr un aire más limpio en las ciudades en las que operamos mediante la concienciación sobre la calidad del aire.
- Hacemos posible la circularidad para nuestra cadena de valor más amplia: dentro de nuestras propias operaciones, para nuestros clientes y para los consumidores finales.
- Y, en 2023, añadimos el cuarto, garantizando que trabajamos duro para promover una mayor biodiversidad.



PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD

Los consumidores tienen en cuenta la sostenibilidad a la hora de tomar decisiones de compra, pero también otros factores como la asequibilidad y la disponibilidad inmediata.

[Libro Blanco sobre sostenibilidad](#)



58%

de los compradores *online* consideran importantes las opciones de entrega sostenible al comprar en línea

[Tendencias de la compra electrónica en Europa](#)



34%

de los compradores C2C compran productos de segunda mano para apoyar la sostenibilidad

[Tendencias de la compra electrónica en Europa](#)

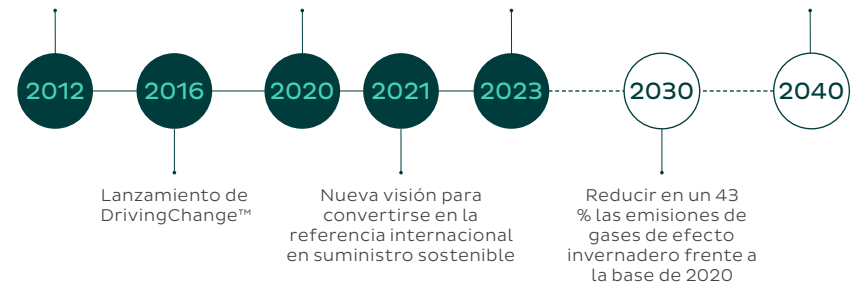
NUESTRO VIAJE CLIMÁTICO

Compromiso con entregas neutras de carbono

Compromiso de entregas con bajas emisiones en 350 ciudades europeas

Lograr la aprobación del SBTi para los objetivos climáticos a corto y largo plazo

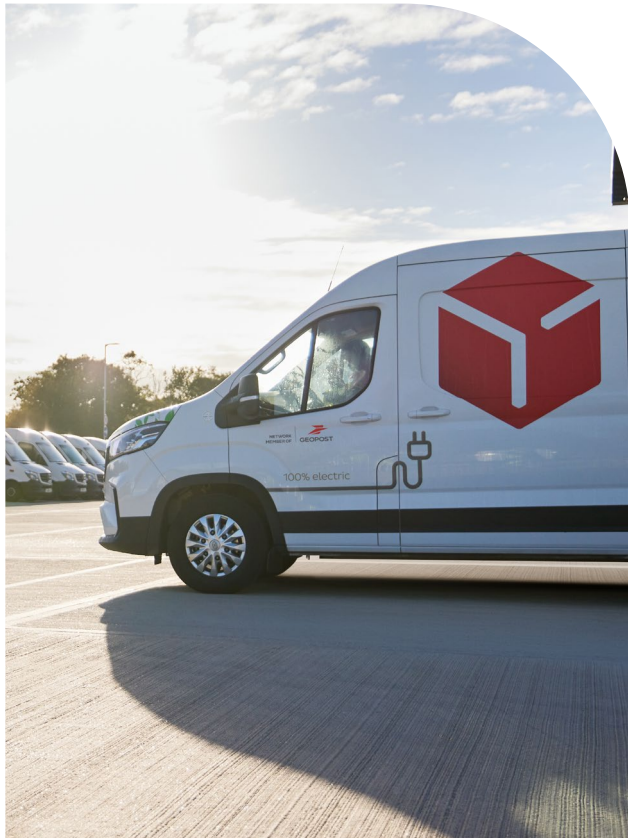
Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 90 % y llegar a cero



DESCARBONIZACIÓN

POR QUÉ ES IMPORTANTE

Nuestra industria es vital para la actividad económica mundial, pero también necesita encontrar la manera de conectar los bienes y las personas, limitando al mismo tiempo su impacto sobre el clima



El transporte de mercancías por carretera, que casi en su totalidad sigue funcionando con combustibles fósiles, es responsable de más de la mitad de las emisiones mundiales de CO₂ producidas por el transporte relacionado con el comercio¹. Dado que el 88 % de nuestra huella de carbono procede del transporte por carretera, las emisiones de CO₂ tienen un peso muy notable para nuestra empresa, así como para nuestro sector en general. Pero, con algo más del 90 % de nuestras emisiones clasificadas como de Alcance 3, se trata de un reto complejo que debemos resolver en colaboración con los fabricantes de vehículos, proveedores de energía, transportistas y socios de transporte.

Resolver ese reto nos brinda una oportunidad única de contribuir a la agenda climática mundial. Alcanzar nuestros objetivos de descarbonización -garantizar que las entregas y el comercio electrónico sean más respetuosos con nuestro planeta- limitará la cantidad de CO₂ que entra en nuestra atmósfera. Es un reto en el que llevamos avanzando una década, y queremos hacer más, tanto en nuestras operaciones de arrastre como en nuestras entregas de primera y última milla.

Basándonos en el desglose de nuestras emisiones de CO₂, nuestro trabajo de descarbonización se centra en cuatro áreas:

- **Entrega en primera y última milla**
- **Transporte de media y larga distancia**

- **Infraestructuras**
- **Vehículos de empresa y transporte de mercancías *in situ***

CÓMO MEDIMOS LAS EMISIONES DE CO₂

Estar comprometidos con el objetivo de cero emisiones netas en 2040 implica centrarnos en reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero tan rápida y completamente como podamos. Al decidir dejar de compensar las emisiones de las entregas de paquetes realizadas a partir de 2024, estamos acelerando nuestros planes de descarbonización. Seguiremos invirtiendo en la descarbonización de nuestras operaciones de recogida y entrega, transporte de media y larga distancia e instalaciones mediante el abandono de los combustibles fósiles. Hasta la fecha, contamos con 9.172 vehículos de reparto de bajas emisiones y cubrimos el 80 % de las necesidades de electricidad de nuestros centros con fuentes renovables.

1. Informe sobre las rutas mundiales del transporte de mercancías por carretera | McKinsey

2. Biocair, CitySprint, Jadlog, DPD Rumanía, Speedy

DECARBONIZACIÓN

CÓMO LO ESTAMOS HACIENDO

VALIDADO POR EL SBTi

En 2023, nos convertimos en la primera empresa mundial de paquetería cuyos objetivos de reducción de emisiones de CO2 a corto y largo plazo fueron aprobados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi). Esta aprobación histórica, que respalda científicamente nuestro plan de cero emisiones netas para 2040, ha transformado nuestro enfoque para convertirnos en la referencia internacional en entregas sostenibles. Sin embargo, entendemos que esto es solo el punto de partida, y que nos espera un camino más duro. Debemos trabajar con tesón para seguir integrando la sostenibilidad en nuestros procesos empresariales y garantizar que alcanzamos los ambiciosos objetivos que nos hemos fijado:

- **EN GENERAL:** Geopost se compromete a alcanzar cero emisiones netas de gases de efecto invernadero (GEI) en toda su cadena de valor para el año fiscal 2040.³
- **A CORTO PLAZO:** Geopost se compromete a reducir las emisiones absolutas de GEI de Alcance 1 y 2 y las emisiones absolutas de GEI de Alcance 3 procedentes de actividades relacionadas con el combustible y la energía, el transporte y la distribución en fases anteriores y los activos arrendados en fases anteriores en un 43 % para el año fiscal 2030 con respecto a la base de referencia del año fiscal 2020.

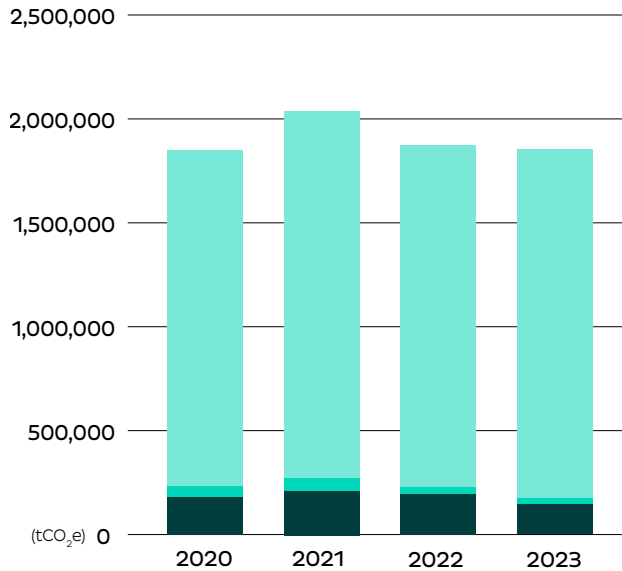
³ Unidades de negocio en alcance cero neto: BRT (Italia), Chronopost (Francia), DPD Bélgica, DPD Croacia, DPD República Checa, DPD Estonia, DPD Francia, DPD Alemania, DPD Hungría, DPD Irlanda, DPD Letonia, DPD Lituania, DPD Países Bajos, DPD Polonia, DPD Portugal, DPD Eslovaquia, DPD Eslovenia, DPD Suiza, DPD Reino Unido, SEUR (España)

- **A LARGO PLAZO:** Geopost se compromete a reducir las emisiones absolutas de GEI de alcance 1, 2 y 3 en un 90
- % para el año fiscal 2040 a partir de una base de referencia del año fiscal 2020.

RESULTADOS CON RESPECTO A NUESTROS OBJETIVOS

Las emisiones totales dentro del ámbito de nuestros objetivos aprobados por el SBTi fueron de 1,83 millones de toneladas de CO2 para 2023, lo que supone una reducción del 1,4 % respecto a 2022.

DESGLOSE DE EMISIONES POR ÁMBITO⁴

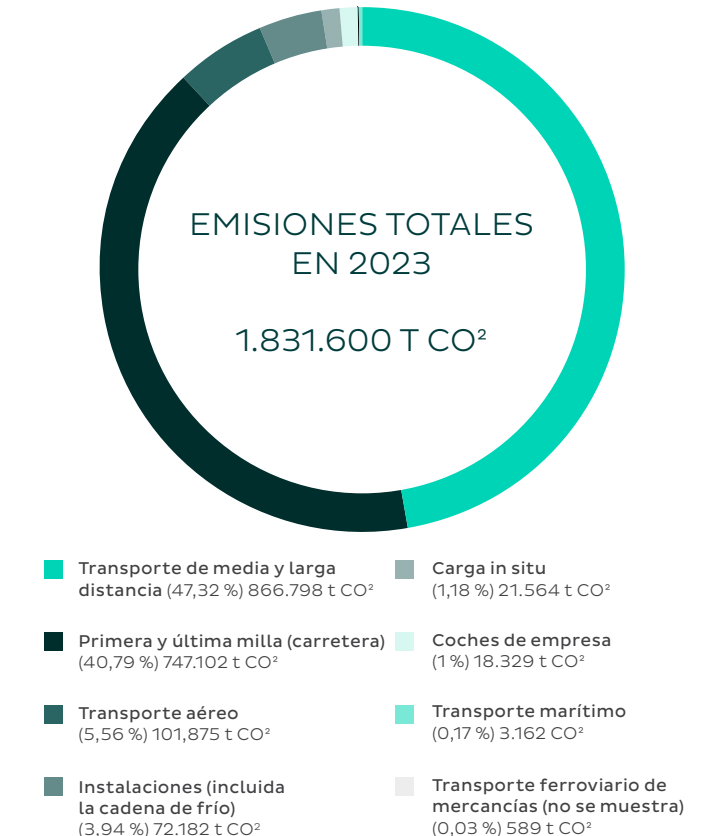


⁴ Nota: Los datos incluidos aquí son específicos de los límites de nuestro compromiso SBTi, que abarca 20 de nuestras mayores unidades de negocio, con categorías reducidas de Alcance 3. Véase también los cuadros de las páginas 40-43 para un desglose completo por categorías.

Esto se produjo a pesar de que algunas unidades de negocio, como Francia e Italia, ampliaron el alcance de sus informes para incluir fuentes de emisiones adicionales como parte de nuestros esfuerzos continuos por mejorar la contabilidad de nuestras emisiones.

Si bien este objetivo se ha visto superado por nuestro empeño en alcanzar el objetivo de cero emisiones netas, seguimos apostando por vehículos de reparto de bajas emisiones para seguir reduciendo nuestras emisiones, como el uso de aceites vegetales hidrogenados (HVO) en nuestras operaciones de transporte de arrastre en el Reino Unido, Irlanda y los Países Bajos.

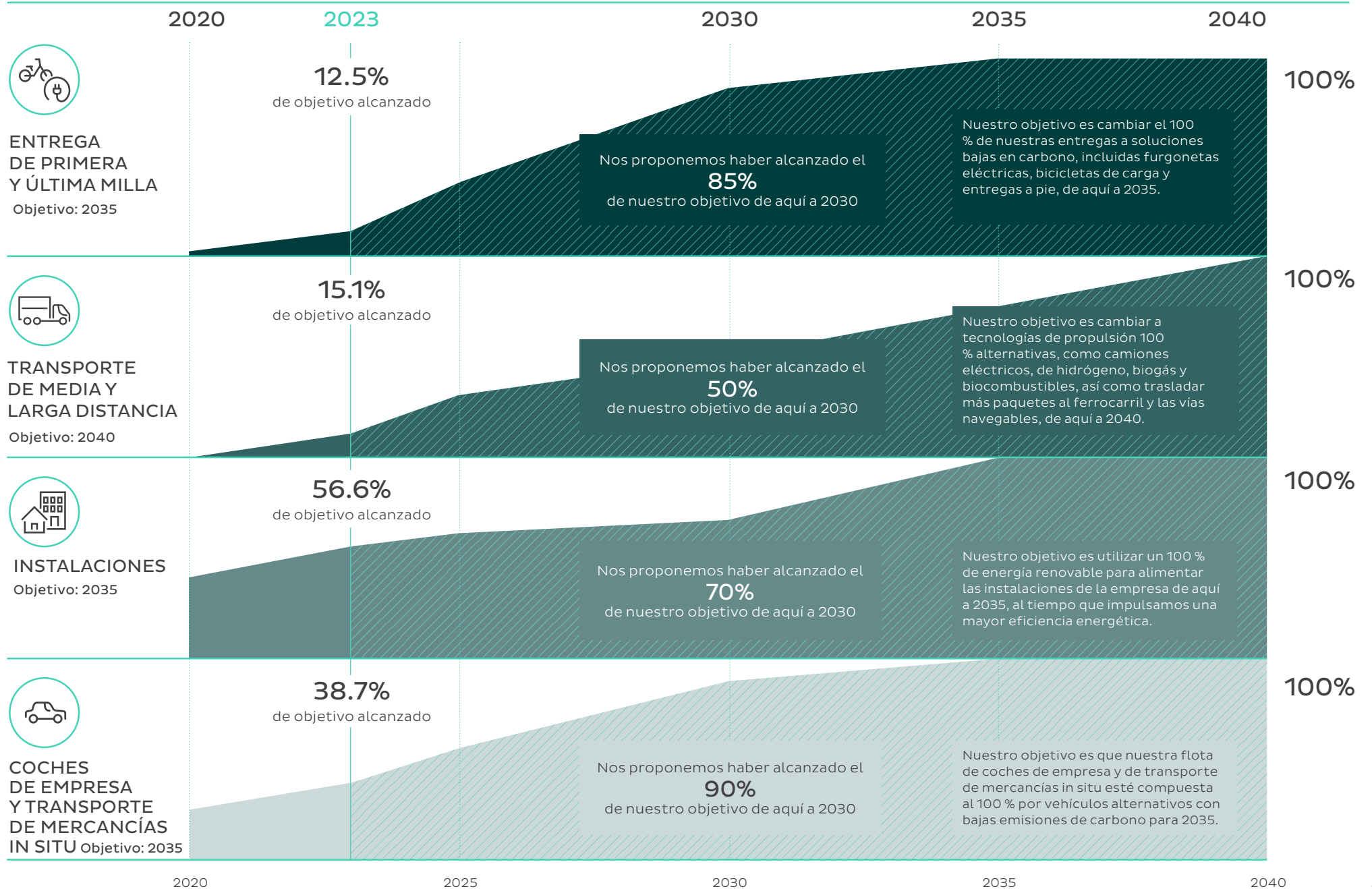
DESGLOSE DE EMISIONES POR FUENTE



AVANCES EN NUESTROS OBJETIVOS DE BAJAS EMISIONES DE CARBONO

 = aún por alcanzar

Nos hemos fijado cuatro ambiciosos objetivos para llevar a Geopost a un futuro con bajas emisiones de carbono y hacer posible nuestro deseo de alcanzar cero emisiones netas.



INTRODUCCIÓN

MEDIOAMBIENTE

PERSONAS

GOBIERNO

ANEXO

AVANCES EN LA DESCARBONIZACIÓN

AVANCES HACIA NUESTRAS SOLUCIONES BAJAS EN CARBONO



REPARTO DE PRIMERA Y ÚLTIMA MILLA

A finales de 2023, contábamos con 9.172 vehículos de bajas emisiones en todas nuestras empresas, 2.533 más que el año anterior.

En general, el crecimiento de nuestro parque de vehículos de bajas emisiones se ralentizó ligeramente al dejar de considerarse el gas natural como combustible de bajas emisiones. Sin embargo, seguimos aumentando en hasta 29 el número de ciudades europeas a las que prestamos servicio únicamente con vehículos de bajas emisiones, hasta alcanzar las 126. Desde el incremento en el uso de bicicletas de reparto en Alemania hasta el impulso de la electrificación en Estonia, puedes leer más sobre nuestro cambio del motor de combustión en nuestro [sitio web](#).



ARRASTRE

Actualmente no existe una solución perfecta para el transporte de larga distancia con bajas emisiones, por lo que estamos adoptando un enfoque diversificado. Se trata principalmente

de combustibles HVO, que reducen las emisiones de CO2 entre un 80 y un 90 %, y de una selección de camiones eléctricos. Operamos con camiones eléctricos en Suiza, la República Checa y los Países Bajos y utilizamos HVO en el Reino Unido, Irlanda, los Países Bajos y Francia.

Solo en el Reino Unido operaron 1.211 camiones con HVO en el último trimestre de 2023, reduciendo las emisiones un 49 % respecto al año anterior.

Puedes obtener más información sobre estas flotas, y sobre nuestro uso de las redes ferroviarias cuando resulta práctico, en nuestro [sitio web](#).



INSTALACIONES

El consumo de energía de nuestras instalaciones representa una proporción menor, pero no insignificante, de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero.

Recientemente, hemos mejorado el programa de Instalaciones Sostenibles que iniciamos en 2022, incluyendo implantar sistemas de control inteligentes, maximizar el consumo de energía solar autoproducida una vez instaladas las baterías y, en la medida de lo posible, desplazar el consumo fuera de las horas punta.

La proporción de nuestra energía procedente de fuentes renovables aumentó hasta el 56,6 % en 2023. En nuestro [sitio web](#) puedes leer cómo nos abastecemos de más energía renovable y somos más eficientes energéticamente.

Además, los criterios de sostenibilidad medioambiental forman parte ahora de las decisiones de inversión del comité ejecutivo para todos los nuevos edificios del grupo.



COCHES DE EMPRESA Y TRANSPORTE DE MERCANCÍAS IN SITU

De nuestra flota de coches de empresa, el 7 % de los vehículos son ahora eléctricos. En 2023, DPD Reino Unido actualizó su política de vehículos de empresa para que todo aquel que renueve su vehículo reciba automáticamente uno eléctrico. Como resultado, DPD UK ha cambiado, hasta la fecha, 245 vehículos de combustión por vehículos eléctricos.

EL PRÓXIMO EMPUJÓN

Entrega en primera y el última milla: abordar la electrificación

Hasta hace poco, el principal obstáculo para la adopción de las furgonetas eléctricas era su limitada autonomía. Sin embargo, este ya no es el principal problema, y aunque las furgonetas eléctricas siguen siendo caras, su menor coste de funcionamiento hace que se amorticen con el tiempo.

Hoy en día, el mayor reto es la recarga. La infraestructura pública de recarga es limitada, y cuestiones como el espacio, la demanda de la red eléctrica y los seguros limitan la recarga in situ. Para resolver este problema, hemos puesto en marcha una iniciativa de recarga de vehículos eléctricos que reúne a expertos de nuestras unidades de negocio europeas. El objetivo de la iniciativa es compartir las mejores prácticas, reproducir las soluciones que han tenido éxito y acelerar el despliegue de las furgonetas eléctricas en todo nuestro negocio.

Arrastre

Descarbonizar el arrastre es un reto complejo. Las opciones de vehículos son limitadas y relativamente más caras de adquirir, y carecen de infraestructura, mientras que el ferrocarril tiene poca capacidad para nuestro tipo de negocio.

Abogar por el cambio es clave para nuestra hoja de ruta de cero emisiones netas. Por eso, por ejemplo, colaboramos con la iniciativa EV100+ de Climate Group [\[enlace\]](#) para reclamar políticas que aumenten la oferta de camiones con cero emisiones en el tubo de escape.

Actualmente, las carretillas eléctricas parecen las más adecuadas para nuestro negocio, por disponibilidad y rentabilidad general, pero seguimos siendo escépticos en cuanto a tecnología. Sólo consideraremos el hidrógeno una alternativa baja en carbono si se produce con energías renovables.

La búsqueda de soluciones más sostenibles para el transporte aéreo de mercancías es un ejemplo de lo mucho que nos queda por hacer, pero estamos comprometidos con el cambio del transporte de arrastre a soluciones de transporte alternativas, y creemos que podemos ayudar a liderar un cambio radical en el sector en los próximos años.

SEUR, NUESTRO PLANETA

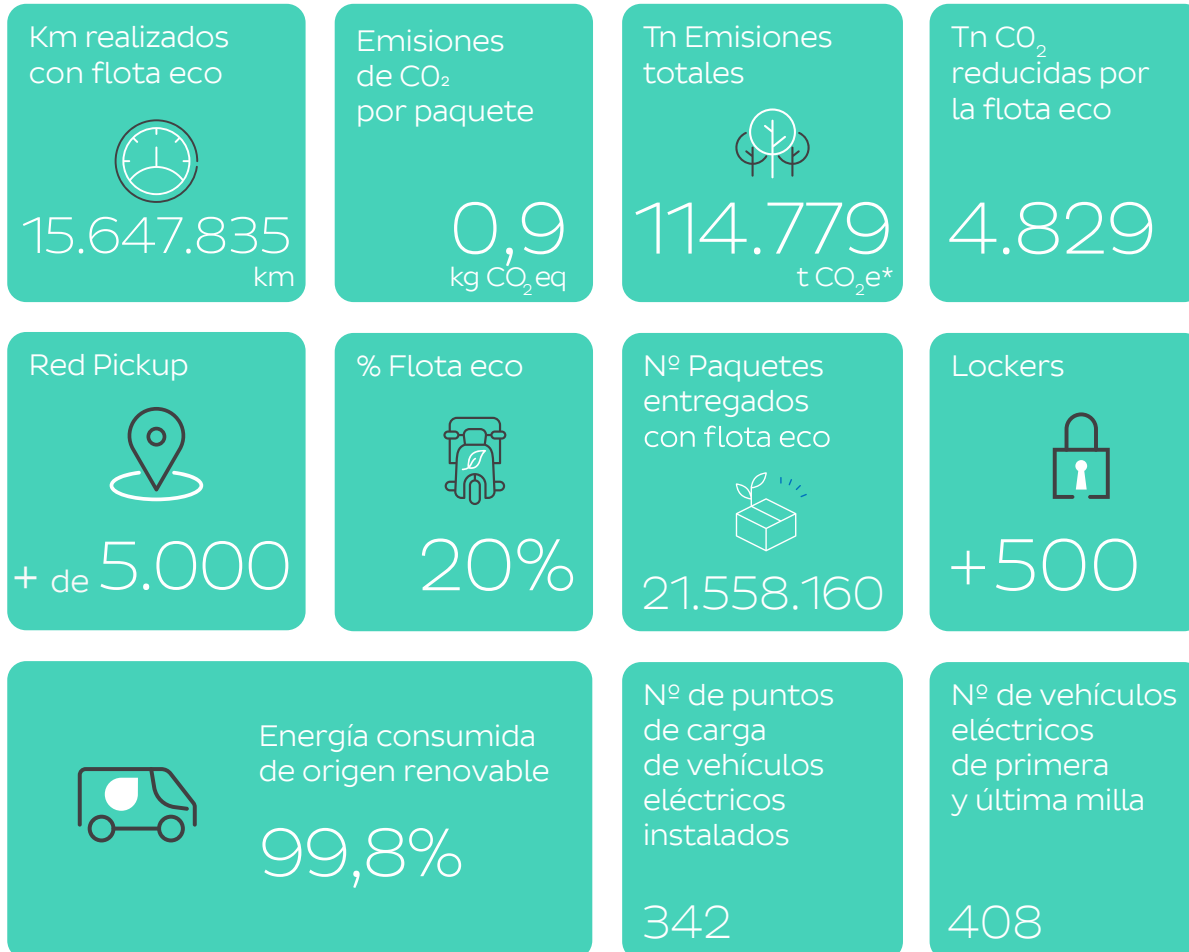
INTRODUCCIÓN

MEDIOAMBIENTE

PERSONAS

GOBIERNO

ANEXO



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

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

* Son superiores a las del año anterior debido al cambio de alcance de TANK TO WHEEL a WELL TO WHEEL, más concretamente, en 2023 se ha incluido la producción del combustible dentro del alcance.

SEUR INICIATIVAS

PRIMERA RUTA DE ARRASTRE DE HVO

En SEUR seguimos buscando nuevos proyectos para mejorar nuestro impacto ambiental, y es por eso que en 2023 incluimos nuestra primera ruta de arrastre con combustible renovable HVO (aceite vegetal hidrotratado, de sus siglas en inglés). Esta ruta transcurre entre Madrid y Barcelona, las principales zonas logísticas, y es llevada a cabo por un duo trailer, que es capaz de transportar más paquetes con un consumo de combustible menor. De esta forma, también reducimos el consumo de combustible por paquete, teniendo un doble impacto positivo en la reducción de emisiones.

COLABORACIÓN CON FORD

Continuamos con el proyecto de electrificación de nuestra flota de reparto de la mano de FORD, incorporando 140 Ford-E Transit durante 2023. Los objetivos de nuestra compañía: convertirnos en la empresa más sostenible de todo nuestro sector. Además, creamos una serie de tres vídeos,



titulada como “Vamos Juntos”, que destacan los valores que unen a ambas compañías: sostenibilidad, productividad e innovación.

CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE

En SEUR buscamos la sostenibilidad desde el diseño de nuestras naves, por lo tanto, buscamos que nuestras naves de nueva construcción cuenten con sellos de sostenibilidad de edificación. En el caso de nuestra nueva nave de Castellbisbal de 27.560 m², que comparte las actividades de transporte de arrastre y última milla, contamos con el sello LEED GOLD. Esta certificación de edificación sostenible tiene en cuenta diversos temas, como: la eficiencia energética, la gestión de residuos durante la construcción o los materiales y recursos empleados, para reducir el impacto ambiental del edificio.

UNA AMPLIA RED DE CARGADORES DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

Continuamos, un año más, con el acuerdo firmado en 2022 con Repsol, el socio estratégico de SEUR en el proceso de transición energética y descarbonización de su flota hacia una movilidad más sostenible. En 2023, contamos con más de 340 cargadores instalados, con casi el 100% de nuestras naves electrificadas.

AUMENTANDO EL AUTOCONSUMO SOLAR

En 2023 hemos iniciado tres proyectos solares en nuestras naves de Carmona, Coslada y Beneixida, instalando un total de 243,5 kW de potencia y más de 580 paneles. A final de 2023 en SEUR contabamos con 7 proyectos solares que nos han permitido producir 535.877kWh en total. Y seguimos trabajando en nuevos proyectos para consumir, cada vez más, energía limpia autoproducida.

ASEGURANDO UN 100% DE RECICLAJE

SEUR refuerza su apuesta por una gestión de residuos que fomente el reciclaje o la valorización de sus residuos. En 2023 se han gestionado más de 4 mil toneladas, donde los principales residuos han sido cartón, plástico film, madera, papel confidencial, aparatos eléctricos y electrónicos y otros residuos peligrosos. Cerca del 100% de estos residuos acabado siendo reciclados o revalorizados de forma energética.

SEUR PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

RECIBIMOS EL PREMIO MUÉVETE VERDE 2023

Hemos sido galardonados en la categoría de Descarbonización del Transporte en la XVII edición de los Premios Muévete verde 2023 organizados por el Ayuntamiento de Madrid y la EMT por nuestro proyecto del hub de Canalejas, enmarcado en el programa 360º del Ayuntamiento de Madrid, donde se encuentra la mayor electrolinera de Europa y donde se encuentra el Espacio SEUR.

Desde este centro optimizamos el transporte de la última milla (los últimos metros que recorre un paquete hasta que llega a su destino), con vehículos sostenibles para asegurar un reparto 100% emisiones cero. Contamos con 2 cargo bikes eléctricas y 8 repartidores a pie de nuestro colaborador KOIKI, que contribuye a la inclusión social de personas en situación vulnerable. Además, contamos con una zona Pickup, donde gestionamos entregas y devoluciones, así como con un locker en el propio parking en el que los clientes pueden recoger sus pedidos cuando mejor les convenga, evitando a su vez más desplazamientos.

Así, anualmente hacemos más de 226.800 repartos lo que hace que evitemos más de 103.000 kilogramos de CO2 a la atmósfera, el peso de 15 elefantes, solo desde un único punto.

PREMIOS INTERNACIONALES DE LOGÍSTICA

Recibimos el Premio Internacional de Logística Verde organizados por ICIL, gracias a nuestro proyecto “Hacia un reparto ecológico”. En él presentamos nuestra

estrategia de sostenibilidad y las diferentes líneas de trabajo que llevamos a cabo para la descarbonización del transporte, como la transición hacia una flota ecológica apoyada por el desarrollo de infraestructura de recarga, la optimización de la ruta y aviso al receptor y la búsqueda de soluciones out of home.

POR UNA SOCIEDAD MÁS SOSTENIBLE

El Departamento de Sostenibilidad de SEUR participó en el Sustainability Day 2023, un evento organizado por CompromisoRSE, que reunió a más de 40 potentes de empresas, organizaciones y startups, entre otras, para mostrar tendencias, retos y acciones inspiradoras en sostenibilidad.

El broche de oro a la jornada fue la entrega de los reconocimientos a las mejores Sustainability Actions 2023. Y en SEUR recibimos este galardón por nuestra estrategia para reducir, en 2025, un 85% de las emisiones de CO2 en 64 ciudades de más de 50.000 habitantes. Este reconocimiento pone en valor la importancia de avanzar de forma decidida hacia una sociedad más sostenible y justa.

Durante el evento, realizaron una breve entrevista a Irene Martín, quien señaló el impacto positivo del compromiso de SEUR con la sostenibilidad en la vida de 17 millones de habitantes y habló de nuestro itinerario de descarbonización aprobado por la iniciativa SBTi. En este sentido, estamos comprometidos con ser Net Zero para 2040, 10 años antes del acuerdo de París.

Además, mencionó lo importante que es asegurar la entrega en el primer intento, optimizar la ruta y ofrecer al destinatario final la posibilidad de que pueda

reprogramar la entrega, así como poder elegir la opción de entrega en una tienda Pickup o locker, lo que reduce significativamente las emisiones de última milla.

ESTUDIO DE CASO

FELIZ DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

En SEUR emprendemos distintas acciones para convertirnos en el referente internacional del reparto sostenible.

Como proveedores oficiales de la Feria del Libro de Madrid, contamos con un stand en el parque de El Retiro que visitaron más de 1.000 asistentes.

Desde allí, visibilizamos nuestra apuesta por la sostenibilidad: “La cultura viaja en un vehículo 100% eléctrico” fue el mensaje que utilizamos para reflejar que, durante toda la Feria, realizamos entregas 100% sostenibles y nos encargamos de la gestión logística de uno de los eventos culturales más importantes del país.

En este sentido, desde el 26 de mayo al 11 de junio, pusimos a disposición de todas las editoriales y participantes en la Feria nuestra tienda de O'Donnell, situada en la calle Fernán González.

Desde este punto, realizamos los repartos del material dos veces al día con nuestra transpaleta eléctrica. Todo ello con el objetivo de evitar la emisión de gases contaminantes en todo el espacio.

ESTUDIO DE CASO

PRESUPUESTO DE CARBONO PARA UN BALANCE NETO CERO

Para impulsar el cambio que descarbonice nuestras operaciones, nuestros objetivos financieros y de sostenibilidad deben ir de la mano. Por eso, nuestros equipos de Finanzas y Sostenibilidad han trabajado mano a mano para crear un innovador presupuesto anual de carbono que fija objetivos anuales máximos de emisiones de CO2 para cada unidad de negocio.

Guiadas por estos objetivos, nuestras unidades de negocio pueden gestionar de una manera más clara sus emisiones y cualquier inversión asociada para garantizar que cumplen la trayectoria de descarbonización establecida por nuestros objetivos aprobados por el SBTi para todo el grupo. El presupuesto pone de manifiesto nuestro compromiso de integrar la sostenibilidad en los procesos empresariales más tradicionales y nos permite comparar los costes de las distintas medidas de reducción del carbono para poder poner en marcha las iniciativas más eficaces.

Estamos encantados de que nuestra iniciativa de presupuesto de carbono reciba reconocimiento externo. Nuestra Vicepresidenta Ejecutiva y Directora Financiera, Stéphanie Berlioz, recibió un premio especial de 'Finanzas Responsables' por este trabajo de la DFCG, la Asociación Francesa de Controladores y Directores Financieros (para más información, [visite nuestro sitio web.](#))

ESTUDIO DE CASO

AYUDAR A LOS CLIENTES EN EL PROCESO DE DESCARBONIZACIÓN

Para cumplir los objetivos del Acuerdo de París, casi todas las empresas tienen que reducir su huella de carbono. Pero, según el Instituto de Recursos Mundiales, el 75 % del impacto de una empresa reside en su cadena de suministro, sobre la que suele tener menos control directo.

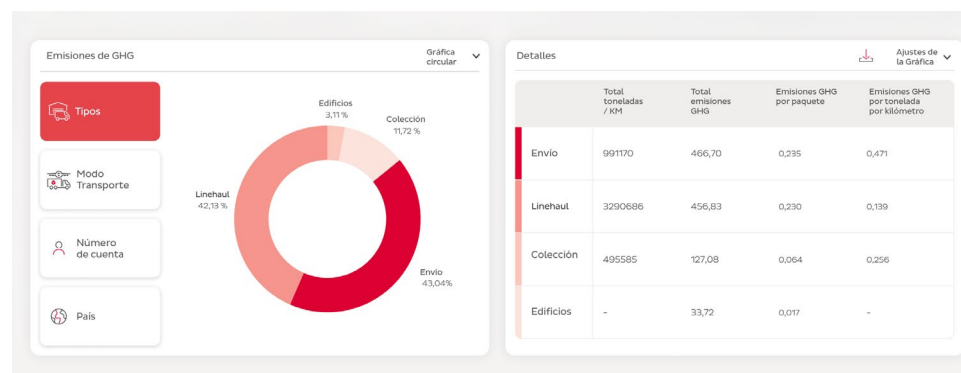
Ayudamos a mejorar los negocios compartiendo nuestra experiencia en la entrega, el comercio electrónico y la sostenibilidad como socio que guía a nuestros clientes en su viaje hacia la descarbonización.

La Calculadora de Carbono que lanzamos en 2023 contribuye a ello al permitir a los transportistas acceder a sus emisiones y analizarlas casi en tiempo real. Creada con nuestros clientes y acreditada por el Smart Freight Centre, la herramienta realiza un seguimiento de los paquetes a través de nuestra red, proporcionando datos de emisiones específicos de cada envío.

Ya disponible en 20 unidades de negocio europeas, la calculadora garantiza que, a medida que reducimos nuestras emisiones, también lo hagan nuestros clientes.

Nuestra Calculadora de Carbono se basa en la norma EN 17837:2023, en cuyo desarrollo hemos participado y que, por primera vez, permite a los servicios de paquetería calcular con mayor precisión las emisiones por paquete.

Para más información sobre la norma EN 17837, ([véase aquí](#))



Ejemplo de informe de emisiones de un cliente



“

Estamos orgullosos de haber anunciado nuestros 10 millones de entregas EV en Irlanda y que más del 25% de nuestras entregas de última milla se realizan con vehículo eléctrico. Con la transición de nuestra flota de transporte de arrastre al 100 % de HVO y la introducción del innovador EV Master Challenge, avanzamos hacia nuestros ambiciosos objetivos y demostramos que nuestra dedicación a la sostenibilidad es inquebrantable.

Des Travers

DIRECTOR GENERAL, DPD IRLANDA

CALIDAD DEL AIRE

POR QUÉ ES IMPORTANTE

La mala calidad del aire es un importante problema de salud pública que provoca millones de muertes al año. También existe una clara relación entre la calidad del aire y la calidad de vida en las ciudades y zonas urbanas.

El transporte es una de las principales fuentes de emisión de gases de efecto invernadero, y el tráfico es la mayor fuente de contaminación atmosférica urbana, lo que aumenta el riesgo de padecer muchas enfermedades graves. En todo el mundo, el tráfico es responsable de alrededor de una cuarta parte de las partículas presentes en el aire de las ciudades.

Estamos contribuyendo a resolver el problema equipando nuestros vehículos de reparto, depósitos urbanos y puntos de recogida con sensores láser que cuentan las partículas a nivel de calle en 28 países ciudades europeas.

Asimismo, facilitamos a los ciudadanos y a los responsables municipales el acceso a los datos necesarios para tomar decisiones basadas en ellos con el fin de mejorar la calidad del aire en los entornos urbanos.



TAMBIÉN SUBYACE UN IMPERATIVO COMERCIAL

A medida que una mayor cantidad de mercancías entra y sale de los centros urbanos, los habitantes de las ciudades pagan el precio con el aumento de la congestión y la disminución de la calidad del aire. Como parte de los esfuerzos para invertir estas tendencias, ya existen zonas de cero o bajas emisiones en cientos de ciudades de toda Europa.

En Geopost, descarbonizamos las entregas mediante la transición de vehículos convencionales a vehículos eléctricos y bicicletas, fijando objetivos para reducir la contaminación atmosférica. Es vital que sigamos reduciendo las emisiones de nuestras flotas si queremos seguir operando en las ciudades y atendiendo a nuestros clientes sin degradar su salud.

CONTROL DE LA CALIDAD DEL AIRE EN OPORTO

DPD Portugal está ayudando a los ciudadanos de Oporto a comprobar la calidad del aire local gracias a un programa de control público. La iniciativa instala los últimos sensores móviles Pollutrack en los vehículos eléctricos de reparto de la empresa y en las taquillas de DPD Pickup, midiendo la calidad del aire y las partículas finas perjudiciales para la salud humana. Los datos a pie de calle se ponen a disposición de todo el mundo en tiempo real a través de un sitio web de fácil

comprensión, lo que permite encontrar soluciones basadas en datos para mejorar la calidad del aire urbano. [\[enlace\]](#)

CRECIENTE DEMANDA DE PUNTOS DE RECOGIDA

Este 2023, Geopost ha celebrado la activación de su punto de recogida número 100.000 en Europa. Situado en Roma (Italia), este punto de recogida es indicativo de una tendencia identificada por el último barómetro del comprador electrónico de Geopost, que señala que una mayor proximidad, flexibilidad y rentabilidad están fomentando la creciente demanda de entrega fuera del domicilio por parte de los consumidores. Las taquillas y los puntos de recogida en tienda representan ahora el 23 % y el 24 % de las preferencias de ubicación de las entregas, respectivamente. Desde el punto de vista empresarial, las entregas a granel en puntos de recogida son más eficientes, y, si los consumidores recogen sus paquetes a pie, en bicicleta o en transporte público, este crecimiento contribuirá a reducir aún más la congestión y a mejorar la calidad del aire en las zonas urbanas.

También en 2023, seguimos innovando para los consumidores con el lanzamiento de taquillas multiservicio que permiten recoger productos frescos, con la puesta a disposición de probadores en determinados puntos de recogida de paquetes en Alemania, Croacia y Polonia

ESTUDIO DE CASO

ROBOTS PREMIADOS

Los robots de reparto autónomos pronto podrían integrarse en más calles británicas, ya que DPD Reino Unido ha ampliado el concepto a otras 10 ciudades. En colaboración con Cartken, especialistas en robótica basada en inteligencia artificial, la empresa llevó a cabo un exitoso proyecto piloto en Milton Keynes (Reino Unido), en el que los robots recorrieron casi 800 km y realizaron más de 2.500 entregas a clientes de DPD. Los robots de reparto recibieron el premio Last-Mile Delivery Award en los [CiTTI Awards](#) de este año.



CIRCULARIDAD

CÓMO ENFOCAMOS LA CIRCULARIDAD

Creemos que podemos contribuir a la transición hacia una economía más circular de tres formas concretas:

- Permitiendo la circularidad de los bienes en todas las fases de su ciclo de vida, modificando el comportamiento de los consumidores hacia las compras de segunda mano.
- A través del desarrollo de soluciones sostenibles de envasado de paquetes para responder a las tendencias del comercio electrónico.
- Siendo los mejores en gestión interna de residuos y consumo de recursos.

Una de las oportunidades más claras para aumentar la circularidad se encuentra en el crecimiento interanual del mercado de segunda mano. Las previsiones⁵ muestran que este mercado ha crecido y seguirá creciendo un 15 % cada año de 2021 a 2025. En el caso de la moda, ese crecimiento es del 35%.

A medida que la inflación y la conciencia medioambiental empujan a los consumidores a prolongar la vida útil de sus bienes y a aprovechar el valor de la venta y la compra de segunda mano, por lo que no dejan de aparecer nuevas plataformas en el mercado, y los minoristas ya existentes también se suben al carro. Seis de cada diez europeos han vendido un artículo usado en los últimos 12 meses.

Pero, sobre todo, la circularidad nos importa porque los recursos del planeta son finitos. El suministro de

⁵ Los consumidores detrás del creciente mercado de segunda mano (bcg.com)

minerales como el cobalto, el níquel y el cobre está sometido a una gran presión.

Los procesos industriales, el uso de productos y la gestión de residuos representan más del 12 % de las emisiones totales de gases de efecto invernadero a nivel mundial, lo que alimenta la emergencia climática. Necesitamos que la circularidad nos ayude a reducir el consumo de estos recursos, y nuestra empresa quiere contribuir a ello.



ESTUDIO DE CASO

PRUEBAS DE ENVASADO EN CIRCUITO CERRADO

Aunque la economía circular online para la ropa y otros artículos se está expandiendo rápidamente, el embalaje en el que se entregan estos productos sigue siendo en gran medida de un solo uso. Para solucionar este problema, DPD Países Bajos puso en marcha una prueba de envases reutilizables de circuito cerrado con uno de sus clientes.

Los remitentes llevaban sus artículos a una tienda de paquetería de DPD, donde se empaquetaban en una caja reutilizable y se entregaban a través de la red a otra de las tiendas de la empresa. A continuación, los destinatarios recogían su compra y dejaban la caja para su reutilización. El resultado fue prometedor, ya que el 20 % de los remitentes a los que se dirigen utilizan los envases reutilizables en lugar de los suyos propios.

Además, el 61 % de los remitentes y el 76 % de los compradores afirmaron que les agradaban los envases reutilizables.

Si bien sólo el 33 % de los envases se devuelven para permanecer en el circuito, por lo que aún queda trabajo por hacer para perfeccionar el proceso.

ESTUDIO DE CASO

HABILITAR LA ECONOMÍA CIRCULAR

Geopost apoya a minoristas y mercados, reempaquetadores, recicladores, etc. para contribuir a la economía circular. Un ejemplo es nuestro servicio Shop2Shop, que permite a los consumidores particulares realizar entregas de tienda a tienda de forma sostenible y asequible. Para facilitararlo, estamos construyendo nuestra red Pickup, que permite a los remitentes generar un código QR para dejar los paquetes en el momento y lugar que les convenga.

Con más de 100.000 puntos de recogida, tenemos uno de los sistemas de recogida más extensos de Europa, fomentando la circularidad al conectar a los consumidores con las empresas y otros consumidores en el mercado de segunda mano, tanto para las entregas como para las devoluciones.

Gracias a iniciativas como Shop2Shop y a nuestra red de Recogidas en expansión, logramos un crecimiento del 67 % en los volúmenes de entrega de productos de segunda mano entre 2022 y 2023.

BIODIVERSIDAD

POR QUÉ ES IMPORTANTE

La alarmante magnitud de la pérdida de biodiversidad en el mundo no ha recibido la atención que merece. Lenta y tardíamente, ahora empieza a plantearse como una cuestión que exige una acción política y económica. Para nosotros, eso significa establecer una nueva y significativa política corporativa.

Desde hace varios años, nuestro accionista, La Poste Groupe, trabaja para reducir su impacto sobre el clima y el uso de los recursos. El cambio climático es un factor importante de erosión de la biodiversidad y los ecosistemas. Por lo tanto, es esencial que mantengamos y reforzemos nuestras actividades en este ámbito e integremos más abiertamente la preservación de la biodiversidad en nuestro pensamiento medioambiental. Este es el comienzo de ese largo viaje para nosotros y, en 2024, nuestras prioridades incluirán educar a nuestros equipos de sostenibilidad sobre cómo nuestras actividades empresariales afectan a la biodiversidad y comprender qué podemos hacer para reducir nuestro impacto.

PUNTUACIÓN GLOBAL DE BIODIVERSIDAD

Global Biodiversity Score (GBS) es una herramienta desarrollada por Caisse des Depots et Consignations, principal accionista de La Poste Groupe, que permite a las empresas e instituciones financieras medir su huella de biodiversidad e integrar la información en su toma de decisiones.

Al calcular su huella de biodiversidad, una empresa que utiliza GBS puede establecer un vínculo cuantitativo

entre sus actividades directas o su cadena de valor y sus impactos sobre la biodiversidad. GBS calcula la huella de biodiversidad en dos etapas. La primera:

1. Establece el vínculo entre las actividades económicas y las diferentes presiones sobre la biodiversidad cuantificando la contribución de la actividad económica a dichas presiones.

2. Analiza el impacto de estas presiones sobre la biodiversidad y lo cuantifica en abundancia media de especies por kilómetro cuadrado, una métrica del GBS utilizada para describir la integridad de los ecosistemas y la superficie afectada.

En Geopost, tenemos la intención de utilizar el GBS en todas nuestras instalaciones para comprender nuestra propia huella de biodiversidad como primer paso para tomar medidas que limiten nuestro impacto en la naturaleza.

ESTUDIO DE CASO

RESTAURAR HUMEDALES VITALES

DPD Reino Unido plantó su árbol número 100.000 en colaboración con Treeapp. La empresa planta un árbol por cada diez entregas realizadas por uno de sus 3.579 vehículos eléctricos de reparto.

Los árboles se han plantado en muchos lugares, entre ellos un antiguo vertedero de Northamptonshire que en su día fue un importante humedal natural mezclado con especies arbóreas

autóctonas. Mediante la replantación, DPD Reino Unido está ayudando a crear hábitats para pequeños mamíferos y a desarrollar un entorno adecuado para que las aves se posen y aniden.

Con el tiempo, está previsto que las escuelas locales y los grupos comunitarios utilicen también el espacio como recurso didáctico.

ESTUDIO DE CASO

ESPACIOS NATURALES EN LOS DEPÓSITOS FRANCESES

El deseo de DPD Reino Unido de fomentar la biodiversidad es compartido por DPD Francia, que también lleva la naturaleza a sus instalaciones. Seis de los almacenes de la empresa están rodeados de eco-pastures ('ecopastos'), espacios verdes para ovejas que mejoran la fertilidad del suelo sin maquinaria ni fertilizantes artificiales.

Asimismo, 36 almacenes de DPD Francia ayudan a las abejas instalando colmenas o patrocinándolas. Los polinizadores, como las abejas melíferas, sustentan miles de especies vegetales amenazadas

y son fundamentales para nuestro sistema alimentario.

Proporcionar espacios seguros a las abejas fuera de los almacenes es un paso adelante para mantener su labor esencial.

A través de 89 colmenas en 2023, el trabajo de las abejas produjo 3.118 tarros de miel que se distribuyeron entre colegas y socios.

PERSONAS



NUESTRO ENFOQUE SOBRE LAS PERSONAS

Nuestro propósito es convertirnos en líderes de la sostenibilidad social y ser el empleador y socio de elección para todas las personas. En Geopost, creemos firmemente que las personas son nuestro mayor activo.

Con 57.000 empleados en más de 50 países, convertirnos en un empleador de preferencia es esencial para la continuidad de nuestro éxito. Perseguir esta ambición es vital para asegurarnos un talento excepcional y motivado en un mercado altamente competitivo, satisfacer las crecientes expectativas sociales y normativas, y crear una potente propuesta de valor que respalde nuestros objetivos de expansión y diversificación. Estamos convencidos de que actuar de forma responsable y ética para unir a las personas y fomentar un cambio positivo en el mundo no solo es bueno para el negocio, sino que también es lo correcto.

Valoramos el liderazgo colaborativo y la capacitación de los empleados, abrazamos la innovación y defendemos el espíritu emprendedor, con líderes firmemente comprometidos con la creación de oportunidades. Somos globales y locales, aprovechamos nuestra multiculturalidad y nos apoyamos en la diversidad de nuestro equipo.

Y mediante itinerarios profesionales transparentes y ágiles, promovemos

que nuestra gente crezca, cultivamos su talento, comprometamos a nuestros equipos y situamos a las personas en el centro de nuestro desarrollo.

El éxito de nuestra empresa depende de las personas, que son los remitentes y destinatarios de nuestros paquetes. Por eso, como parte de nuestros compromisos de sostenibilidad, garantizamos que vamos a respetar y promover los derechos humanos en todos los aspectos de nuestra actividad. Por ello, estamos orgullosos de ser signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2016, lo que consagra nuestro respeto por las buenas prácticas laborales y los derechos humanos.



CONVERTIRSE EN UN EMPLEADOR DE PREFERENCIA

Estamos convencidos de que el éxito de nuestra empresa depende del éxito de nuestra gente, y es por ello que nos hemos comprometido a convertirnos en el empleador de preferencia de aquí a finales de 2025.

Para nosotros, esto implica:

- Ofrecer una propuesta de valor atractiva como empleador.
- Garantizar un proceso de contratación imparcial y atraer a una cantera de talentos diversa.
- Asegurar un programa de incorporación completo, familiarizando a los nuevos miembros con los equipos y los principios de seguridad en el lugar de trabajo.
- Ofrecer oportunidades de crecimiento mediante programas de desarrollo de competencias y formación.
- Ofrecer salarios dignos y prestaciones a todos nuestros empleados.
- Garantizar un proceso de revisión justo y oportunidades claras de promoción interna.
- Demostrar nuestro compromiso con la sostenibilidad.
- Mejorar la satisfacción y la eficiencia en toda nuestra empresa

Creemos que nuestra gente es la mejor impulsora de nuestra estrategia, ambiciones y planes de acción en materia de RRHH. Sus perspectivas son clave para nuestra dirección, y esto explica por qué realizamos anualmente nuestro Barómetro del Compromiso de los Empleados. La encuesta, que consta de 46 preguntas, se traduce a 30 idiomas y se envía a 49.0006 empleados. Nos ayuda a seguir nuestros resultados con respecto a variables clave en ámbitos importantes como la diversidad, la equidad y la inclusión, la seguridad y la gestión del talento.

75

En 2023, el 72 % de los empleados respondieron a la encuesta del Barómetro del Compromiso de los Empleados, lo que dio como resultado un índice de compromiso de los empleados de 75, subrayando nuestros esfuerzos por crear un sentimiento de pertenencia a nuestra empresa.



⁶ Biocair, BRT, C Chez Vous, Chronopost, Citysprint, 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 Portugal, DPD Eslovaquia, DPD Eslovenia, DPD Suiza, DPD Reino Unido, Epicery, Geopost SA, Jadlog, Laser, Lenton Group, Pickup, Pour de bon, SEUR, Speedy (incl. DPD Rumanía), TIPSA. DPD Rumanía), TIPSA

DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

POR QUÉ SON IMPORTANTES LA DIVERSIDAD, LA EQUIDAD Y LA INCLUSIÓN

Como organización mundial formada por 57.000 empleados, creemos que cada uno de nuestros empleados debe ser tratado con el mismo respeto y dignidad.

Queremos ser una empresa en la que las personas puedan prosperar sea cual sea su identidad personal, donde decidan quedarse para desarrollar sus carreras, ampliar sus competencias y beneficiarse de formar parte de un gran grupo internacional. Convertirnos en un empleador de preferencia es nuestro objetivo de sostenibilidad, y uno de los destinos de nuestra hoja de ruta.

Nos comprometemos a ofrecer un entorno en el que todos se sientan capacitados para desarrollar todo su potencial, y creemos que la inclusión es la base del bienestar en el trabajo y



de una mentalidad innovadora. Por eso, nos esforzamos por mejorar la igualdad de oportunidades y la promoción social para el crecimiento de todos. Valoramos el liderazgo colaborativo e integrador, capacitamos a los empleados y fomentamos el espíritu emprendedor.

Operamos en más de 50 países y nos basamos en la diversidad de nuestros equipos: sólo la sede de Geopost acoge con orgullo a personas de 22 nacionalidades, y nuestro modelo de ‘federación’ se basa en varias comunidades, con representantes de cada unidad de negocio. De entre los encuestados en nuestro Barómetro del Compromiso de los Empleados, el 82 % afirma que su unidad de negocio valora realmente la diversidad de sus empleados, y el 85 % está de acuerdo en que, dentro de su unidad de negocio, se les respeta sea cual sea su perfil.

Nos esforzamos por operar de forma ética, preocupándonos por nuestros empleados y ofreciendo un lugar de trabajo seguro e integrador.

DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN EN GEOPOST

DISCAPACIDAD Y NEURODIVERSIDAD

- Lugares de trabajo accesibles
- Formación en toda la empresa
- Entrevista y adaptaciones laborales

GÉNERO

- Retribución equitativa
- Representación
- Objetivos de progresión

VIDA FAMILIAR

- Permiso parental
- Apoyo a la reintegración
- Flexibilidad laboral
- Prestaciones familiares

GENERACIÓN

- Trabajo flexible
- Estilos de comunicación
- Tutoría
- Captación del conocimiento

MULTICULTURALISMO

- Alianzas responsables
- Defensa activa
- Diversificación de los canales de contratación

NUESTROS COMPROMISOS

Nuestro marco de diversidad, equidad e inclusión demuestra nuestro compromiso con la representación y la inclusión a través de un enfoque en cinco áreas clave.

Estamos trabajando en una serie de acciones específicas, que incluyen formación y otros tipos de apoyo para mejorar la paridad de género en todos los niveles de liderazgo de aquí a finales de 2025. Esto incluirá actividades a nivel de grupo, como:

- Construir un lugar de trabajo inclusivo en todo el Grupo y proporcionar formación e información de sensibilización pertinentes a ejecutivos y directivos.
- Actualizar periódicamente una biblioteca de buenas prácticas en beneficio de las unidades de negocio de todo el mundo.
- Garantizar que los programas de gestión del talento permitan la igualdad de oportunidades para todos.
- Publicar nuestro primer informe mundial sobre igualdad de género para seguir nuestros avances y poner de relieve los retos que debemos superar.
- Ofrecer oportunidades de tutoría y creación de redes en toda la E.N.U. de La Poste Groupe, una red voluntaria cuyo objetivo es promover la diversidad y la igualdad de género en toda la empresa.

En Francia, como parte del Índice de Igualdad de Género nacional, evaluamos nuestro rendimiento con respecto a cinco indicadores que cubren varios aspectos de la igualdad de género en el lugar de trabajo y asignamos a cada negocio una puntuación sobre 100. En 2023, por ejemplo, nuestra sede de Geopost obtuvo una puntuación de 92.



ESTUDIO DE CASO

LA SEMANA DE LA INCLUSIÓN DE GEOPOST

La Semana de la Inclusión es una iniciativa anual inspirada por DPD Reino Unido, SEUR y DPD Polonia para fomentar la diversidad, la igualdad y la inclusión en todo el Grupo. Esta semana consiste en el desarrollo de una valiosa conversación bidireccional con nuestro personal sobre todas las cuestiones relacionadas con la inclusión, y estamos encantados de que la edición de 2023 del evento haya logrado un compromiso aún mayor en una serie de temas de diversa índole.

Desde su inauguración, la Semana de la Inclusión ha crecido hasta involucrar a 32 unidades de negocio, con más de 180 iniciativas compartidas a través de una biblioteca de buenas prácticas accesible en todo nuestro Grupo.

Estas cifras representan un aumento de casi el 50 % de las iniciativas presentadas y más de un 20 % de crecimiento de las unidades de negocio participantes en comparación con el año anterior.

Queremos asegurarnos de que todos en nuestra empresa sienten que tienen oportunidades de crecimiento y desarrollo.

La Semana de la Inclusión es un gran acontecimiento para las actividades de sensibilización, y brinda la oportunidad de medir el compromiso de nuestros empleados con esta cuestión de capital importancia.



ESTUDIO DE CASO

“POTENCIANDO EL TALENTO FEMENINO”

Si queremos que las mujeres permanezcan en la empresa a largo plazo, tenemos que brindarles los medios necesarios para mejorar sus condiciones de trabajo y su bienestar, permitiéndoles, a su vez, mejorar sus competencias profesionales.

Para ello, SEUR demuestra su compromiso con la promoción del talento femenino a través de su participación desde 2022 en el programa Empowering Women's Talent (“Potenciando el talento femenino”), un proyecto destinado a impulsar el liderazgo femenino, la igualdad y la diversidad en las empresas.

En 2023 SEUR fue premiado con el sello como empresa líder en diversidad. Este sello reconoce el compromiso de las empresas que apuestan por la Diversidad, Equidad e Inclusión como palanca de cambio y evolución.

El programa conecta SEUR con eventos y actividades, como reunir a mujeres de distintos ámbitos de la empresa para que participen en desayunos de trabajo en red, talleres de colaboración y entrevistas informativas en vídeo.

También hay un elemento de tutoría cruzada, ya que dos mujeres de SEUR están siendo tuteladas por altos directivos de otras empresas, intercambiando conocimientos y experiencias para ayudar a desarrollar sus capacidades.

ESTUDIO DE CASO

CASO DPD REINO UNIDO INSPIRA A LOS JÓVENES

El programa ‘Inspire’ de DPD Reino Unido garantiza que los jóvenes con dificultades de aprendizaje y autismo tengan las oportunidades que se merecen. Inspire es un programa de transición al mundo laboral de un año de duración que ayuda a los jóvenes a desarrollarse personal y profesionalmente. DPD Reino Unido ofrece una serie de prácticas que otorgan a los becarios responsabilidades reales dentro de la empresa.



“

Lo que más me gusta de mi puesto es poder trabajar con personas de diferentes nacionalidades y culturas. Es un reto diario y una experiencia fantástica. También disfruto de la oportunidad trabajar con un increíble ecosistema de equipos y socios para impulsar nuestra visión y ofrecer algo diferente a nuestros clientes.

Valerie Dubuisson

DIRECTORA GENERAL, LENTON GROUP

DESARROLLO Y FORMACIÓN

POR QUÉ EL DESARROLLO Y LA FORMACIÓN SON PRIORITARIOS

Ofrecer itinerarios profesionales internos a nuestros empleados es uno de los pilares de nuestra estrategia para convertirnos en un empleador de referencia. Nos apasiona hacer crecer y desarrollar el talento de nuestros empleados, y este compromiso es aún más crucial para nuestro éxito en el contexto de la continua escasez de mano de obra en el sector logístico y las nuevas tecnologías que están transformando rápidamente nuestro mundo.

Por ejemplo, el Informe anual del sector del NHI de 2023 señalaba que el 57 % de los líderes de nuestro sector afirmaban que contratar y retener el talento era su mayor preocupación.

Un estudio de Avanti Wavelink reveló que el 41 % de los responsables de la cadena de suministro señalaron la necesidad urgente de formación digital como su preocupación más acuciante.



RETENER A PERSONAS FELICES Y CON TALENTO

Sabemos que para encontrar y retener a los mejores talentos, debemos ofrecer a las personas oportunidades de crecimiento. Nuestros programas de formación se llevan a cabo a nivel local, garantizando así una representación diversa en todos nuestros

territorios. Según nuestro último barómetro, el 72 % de los empleados confía en su futuro dentro de Geopost, el 76 % está orgulloso de decir a la gente que trabaja para Geopost y el 79 % confía en el éxito futuro de nuestra empresa.

En conjunto, la encuesta de 2023 arrojó un índice de compromiso del 75 %.

ESTUDIO DE CASO

BRT OBSERVA EL VALOR DE LA FORMACIÓN

BRT utiliza herramientas educativas para concienciar sobre sus valores fundamentales. Una de las vertientes de esta iniciativa consiste en una serie de actividades de formación in situ para los empleados.

'Operation Specialist' es un programa conductual experiencial cuyo objetivo es ayudar a los compañeros a desarrollar habilidades de gestión de personas fomentando una mentalidad abierta al cambio. Otro curso se centra en dotar a los Directores de Departamento de las herramientas mentales necesarias para liderar el cambio y gestionar la próxima generación de talentos.

En términos más generales, la empresa también opera una Academia Digital para que los empleados adquieran competencias en áreas de desarrollo valiosas, como la marca personal, el liderazgo y la sostenibilidad.

BRT también tiene la vista puesta en el futuro, más allá de su actual base de empleados. El equipo directivo se dirige a las universidades para contar la historia de la empresa, interactuar con los estudiantes y crear una red académica.

Incluso ha 'co-creado' un máster junto con el Politecnico di Milano (Milán, Italia), con el objetivo de preparar a los recién licenciados para incorporarse al sector del transporte.

ESTUDIO DE CASO

EMPLEADO BIENESTAR Y SATISFACCIÓN

Nuestra empresa Chronopost en Francia está mejorando el bienestar y la satisfacción de los empleados facilitando a sus 4.500 empleados el crecimiento dentro de la empresa.

ChronoTalents es una comunidad en línea que destaca nuevas oportunidades de empleo y permite a los empleados publicar puestos vacantes en sus redes sociales.

Hasta la fecha, más de 5.700 personas se han inscrito en la plataforma y 2.409 solicitudes de empleo

se han recibido. Desde septiembre de 2022, ChronoTalents ha apoyado 261 contrataciones, de las cuales el 63 % han sido promociones internas y el 37 % por cooptación a través de redes sociales.

SEGURIDAD

POR QUÉ LA SALUD Y LA SEGURIDAD SON PRIORITARIAS

Como empleador y socio, asumimos nuestras responsabilidades en materia de seguridad y somos conscientes de los riesgos potenciales de accidente.

Por eso, nos esforzamos por garantizar que todos nuestros empleados disfruten de unas condiciones de trabajo seguras y saludables y velamos por el bienestar de nuestra gente, mejorando de manera continua la calidad de nuestros puestos de trabajo.

Fomentamos una sólida cultura de concienciación sobre salud y seguridad en todo nuestro Grupo y aspiramos a ofrecer un lugar de trabajo libre de discriminación o acoso.

Animamos a los equipos a que ayuden a garantizar el bienestar físico, psicológico y social de nuestra gente limitando los riesgos en el lugar de trabajo y supervisando las repercusiones de las prácticas laborales, como la exposición a la tecnología digital en el trabajo.

Siendo proactivos, proporcionamos un entorno de trabajo seguro, una necesidad para reducir los accidentes, minimizar el absentismo y mejorar nuestro rendimiento colectivo.

Cumplimos todas las leyes y normativas aplicables e impartimos la formación adecuada

sobre medidas de salud y seguridad. Además, somos conscientes de la importancia de ayudar a todos los compañeros a mantener un equilibrio positivo entre trabajo y vida privada. Porque, cuando se trata de salud y seguridad en el trabajo, todos tenemos un papel que desempeñar, por nosotros mismos y por nuestros compañeros.

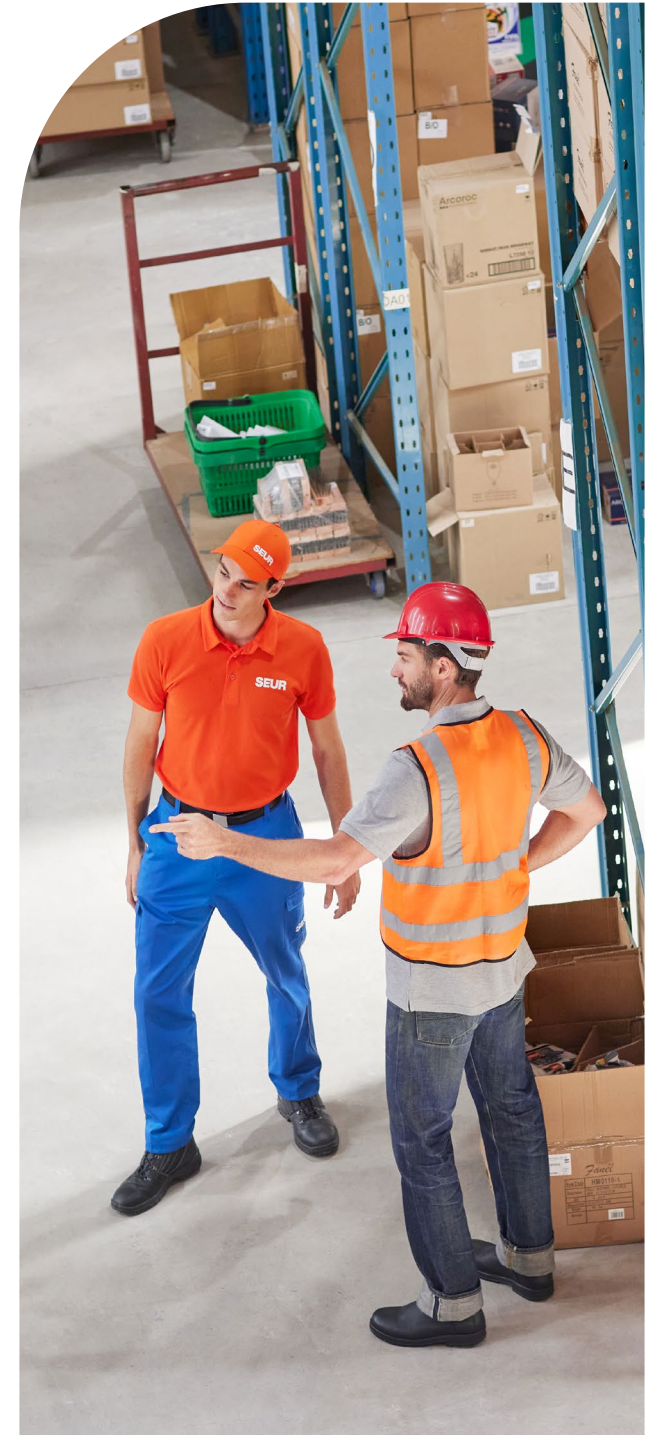
CÓMO MEDIMOS LOS PROGRESOS

En nuestro Barómetro Geopost del Compromiso de los Empleados 2023, nos pusimos en contacto con unos 49.000 empleados de 32 unidades de negocio para plantearles preguntas sobre la calidad de vida en el trabajo. De las respuestas recibidas, el 80 % afirma que las condiciones de salud y seguridad son buenas en su lugar de trabajo.

SER UN EMPRESARIO RESPONSABLE

Ser un empleador de preferencia significa, ante todo, ser un empleador responsable. En Geopost, la salud y la seguridad, la calidad del trabajo y la conciliación de la vida profesional y familiar forman parte de nuestros debates periódicos con los grupos que representan a nuestros trabajadores. Cada año, nos reunimos con el Comité de Empresa Europeo, el Comité Groupe France y UNI Global Union, y, en mayo de 2023, reforzamos nuestros compromisos con los miembros del Comité de Empresa Europeo mediante la firma de una adenda a nuestro acuerdo inicial.

Nuestro programa de seguridad a nivel de grupo está dirigido por el departamento de Recursos Humanos, y compartimos las mejores prácticas con los Directores de Operaciones para garantizar una formación continua en salud y seguridad, así como reforzar el seguimiento de las medidas de prevención de accidentes. El objetivo es siempre aumentar la concienciación sobre la seguridad en todo nuestro Grupo.



ESTUDIO DE CASO

PRUEBAS CON EXOESQUELETOS EN EL ALMACÉN

Varias de nuestras empresas han realizado pruebas a largo plazo con exoesqueletos en sus almacenes. Los exoesqueletos son estructuras de soporte que se llevan sobre el cuerpo y cuyo objetivo es aliviar la presión del sistema musculoesquelético del usuario durante actividades específicas, como el levantamiento repetitivo de objetos.

DPD Países Bajos está probando exoesqueletos activos, mientras que DPD Suiza está ensayando una versión pasiva, tras haber utilizado anteriormente el tipo activo. Los exoesqueletos activos son más pesados de llevar, pero utilizan motores para ofrecer mayor asistencia, mientras que los exoesqueletos pasivos, más ligeros, se basan exclusivamente en componentes mecánicos, como muelles y correas elásticas.

El objetivo de los ensayos es descubrir si estos dispositivos pueden ayudar a la salud y la seguridad de nuestros empleados (y de qué manera), a medida que aprendemos de las opiniones de quienes los llevan.



ESTUDIO DE CASO

PROMOVER EL BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS

Con motivo de la Semana Nacional de Concienciación sobre la Salud Mental, DPD Irlanda organizó un programa de una semana de duración con iniciativas sobre bienestar físico, emocional, social y económico.

Como parte de la sección de la semana dedicada a promover el bienestar físico positivo, la empresa organizó sesiones de concienciación sobre la salud de la columna vertebral en toda la empresa, impartidas por especialistas locales en dolor y movimiento. Las sesiones se adaptaron a las distintas necesidades de los compañeros que trabajan en puestos físicos y de oficina.

DPD Irlanda también ha lanzado una prestación opcional y asequible de Laya Healthcare, y trabajó para concienciar sobre la relación entre el estrés y las lesiones físicas, aportando algunas ideas para intervenciones preventivas.



SOCIOS

CONVERTIRSE EN UN SOCIO DE PREFERENCIA

Nuestro negocio no puede ser un éxito sin la dedicación de los socios de transporte. Por eso, nuestra estrategia sobre las personas exige que nos convirtamos en el socio de preferencia. Nos esforzamos por garantizar que los socios con los que trabajamos se sientan apoyados y apreciados.

Ser un socio de preferencia implica:

- Articular una propuesta de valor atractiva para el socio y comunicarla.
- Proporcionar una experiencia de trabajo segura y fluida.
- Recompensar sistemáticamente los buenos resultados.
- Impulsar juntos la descarbonización.
- Establecer circuitos regulares de retroalimentación para garantizar relaciones a largo plazo.
- Comprometer y reconocer a los socios como parte de la comunidad Geopost.

Nuestro objetivo es fomentar las relaciones y mantener nuestra fortaleza operativa con una propuesta de valor atractiva para los socios actuales y potenciales. A su vez, nuestros socios transportistas se benefician de unos ingresos justos, unas relaciones laborales positivas y una asociación más profunda y gratificante con nuestra empresa.

Procurando que los socios y repartidores estén a gusto, esperamos fomentar una base estable de socios transportistas y hacer crecer juntos nuestro negocio.

CREACIÓN DEL PROGRAMA

Nuestra misión de convertirnos en un socio preferente se afianzó en 2023, ya que cada unidad de negocio europea nombró a un contacto clave para formar parte de una comunidad que da forma y coordina la aplicación local del programa.

Como resultado, en los próximos tres años se llevarán a cabo catorce iniciativas clave en toda Europa, entre las que se incluyen:

- Garantizar el pago justo y puntual a todos los socios.
- Mejorar nuestras herramientas informáticas para simplificar y facilitar el trabajo en común.
- Proporcionar una infraestructura óptima para operaciones sostenibles (por ejemplo, furgonetas electrónicas y estaciones de recarga).
- Puesta en marcha de un programa de servicios de asociación para ofrecer ventajas de valor añadido, como descuentos en el seguro del vehículo y cobertura médica para nuestros proveedores de recogida y entrega.

Las necesidades de los socios y el marco jurídico del trabajo autónomo y la protección social varían considerablemente en toda Europa. A través de nuestro modelo de federación, cada unidad de negocio europea es responsable de identificar el ritmo y la secuencia de las iniciativas que mejor se adapten a las necesidades de los socios transportistas de su país.



LO MÁS DESTACADO DE 2023

Gracias a nuestro enfoque continuado en el objetivo de convertirnos en el socio preferente, hemos creado muchos puntos destacados en 2023, entre los que se incluyen:

- Establecimiento de una hoja de ruta de socios preferentes para 2024 en todas las unidades de negocio de Europa.
- Formación de un Comité Directivo combinado para nuestros programas de empleador y socio preferente, dirigido por nuestros directores ejecutivos de RR.HH. y Administración Corporativa y de Marketing, Comunicación y Sostenibilidad.
- Realización de nuestra primera encuesta sobre el compromiso de los socios, recabando la opinión de socios de 11 unidades de negocio mediante una batería de preguntas.
- Integración de los indicadores clave de rendimiento del socio preferente en nuestro informe Ops Excellence, una publicación interna clave supervisada por los directores generales de las unidades de negocio de toda Europa.
- Celebración de nuestro segundo 'Reto anual a la Excelencia en la Entrega' en los Países Bajos, con la participación de representantes de 22 unidades de negocio. Esta cifra supone un aumento de cinco puntos respecto a 2022 e incluye a nuestro primer competidor no europeo, Jadlog, de Brasil.

Durante el primer año de aplicación, hemos dado pasos importantes para poner de relieve la importancia estratégica del programa de socios preferentes y desencadenar la acción local en toda Europa, y seguiremos acelerando nuestro trabajo en pos de los objetivos del programa.

ESTUDIO DE CASO

RETO A LA EXCELENCIA EN EL REPARTO 2023

El Reto a la Excelencia en la Entrega comenzó en 2022 como una forma de mostrar nuestro aprecio por el talento de nuestros conductores y socios de transporte. También es una gran oportunidad para poner de relieve nuestros compromisos con la seguridad, la sostenibilidad y la gestión del rendimiento basada en datos.

El desafío consta de rondas clasificatorias locales antes de una final a nivel internacional, que se celebrará en 2023 en Zandvoort (Países Bajos). Abarca una serie de pruebas, como agilidad de carga, maniobra de vehículos y una ruta de reparto simulada, todas ellas diseñadas para poner a prueba los conocimientos y habilidades de los participantes en cuatro temas: salud y seguridad, experiencia del cliente, sostenibilidad medioambiental y productividad.

Nuestra más sincera enhorabuena y agradecimiento a todas las unidades de negocio participantes, pero especialmente a nuestro podio final: tercer puesto, Jaroslav Měchura (DPD República Checa); segundo p u e s t o , Edgaras Rakauskas (DPD Lituania); primer puesto, Silvester Jáger (DPD Eslovaquia).

El Director de Operaciones de DPD Eslovaquia, Milan Jurik, elogió a Silvester por su actitud tranquila y centrada, y añadió que está muy orgulloso del conductor ganador, que es “una gran inspiración para otros conductores y una parte importante de nuestro programa socio de preferencia”.



ESTUDIO DE CASO

CONTRIBUYENDO A ELECTRIFICAR LAS FLOTAS DE NUESTROS SOCIOS

Si queremos llegar a cumplir el objetivo de cero emisiones netas de aquí a 2040, necesitamos que nuestros socios del transporte también se pasen a vehículos con bajas emisiones de carbono. Entendemos que la transición a los vehículos eléctricos conlleva importantes costes iniciales, por lo que estamos trabajando para que el proceso sea lo más fluido posible.

Estamos financiando infraestructuras de recarga en nuestros depósitos de toda Europa, donde los transportistas pueden cargar sus vehículos de manera gratuita. También hemos ofrecido subvenciones a los conductores para que puedan instalar cargadores en sus casas y les hemos proporcionado tarjetas de combustible para que recarguen en las estaciones de servicio del Reino Unido.

Podemos aprovechar nuestra posición como líderes del mercado de paquetería para ayudar a los socios a acceder a tarifas con descuento con empresas de leasing para vehículos eléctricos y, en muchos casos, asumimos parte de los costes adicionales de los que los transportistas tienen que hacerse cargo por los vehículos eléctricos a través de las tarifas que les pagamos, los contratos ampliados y las inversiones en infraestructuras.



COMUNIDAD

POR QUÉ ES IMPORTANTE

Operamos en cientos de centros en diversas comunidades de todo el mundo. Junto a nuestro objetivo de convertirnos en empleadores y socios de preferencia, también nos esforzamos por ser buenos vecinos en los lugares en los que operamos y buenos administradores más allá de nuestras fronteras.

Para nosotros, cuidar comunidades significa actuar tanto local como globalmente, y nuestra gente está orgullosa de formar parte de los barrios en los que trabaja.

Como expertos en distribución, estamos en contacto con las comunidades todos los días. También son fundamentales para nuestros programas de donaciones, que apoyan muchas buenas causas, incluidas las que están cerca del corazón de nuestra gente, que suele ofrecer voluntariamente su tiempo, habilidades y recursos para dárselo a las comunidades en las que vivimos y trabajamos.

Nuestros programas de donaciones forman parte de una iniciativa más amplia llamada Closer Communities ('Comunidades más cercanas'). Se centran en temas de inseguridad alimentaria, apoyo a la comunidad y ayuda humanitaria, y también contamos con tres fundaciones repartidas por España, Polonia y Alemania.



COLABORACIÓN CON FEBA

Recientemente hemos renovado nuestra asociación a nivel de grupo con la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA), y 2023 ha sido nuestro segundo año de trabajo conjunto. Apoyamos a FEBA porque creemos que, a través de nuestra asociación, podemos ayudar a aliviar a las poblaciones vulnerables de toda Europa.

FEBA proporciona ayuda alimentaria a más de 12 millones de personas cada año, y la necesidad va en aumento. En el marco de nuestra colaboración, nuestro grupo efectúa una donación económica anual a FEBA con el objetivo de ayudar a acabar con el desperdicio de alimentos y aumentar la seguridad alimentaria. En todas nuestras unidades de negocio, animamos a los empleados a ayudar a FEBA a través de diversas actividades y aprovechamos al máximo nuestra experiencia local apoyando la entrega de paquetes entre los bancos de alimentos y las organizaciones conectadas.

COMUNIDAD SEUR

NOTICIA

¿TE SUMAS AL RECICLAJE?



Celebramos el Día Mundial del Reciclaje, una fecha que nos recuerda la importancia de llevar a cabo esta acción en beneficio de nuestro entorno natural y, por tanto, de nuestra calidad de vida. En SEUR cada día estamos más comprometidos y somos más conscientes de la importancia del reciclaje.

Tradicionalmente asociamos el “reciclaje” a la clasificación de basuras, residuos y materiales que han cumplido un primer ciclo de vida. Sin embargo, este término es mucho más amplio de lo que pensamos. Es por ello, que gracias a la iniciativa de Fundación SEUR, “Tapones para una nueva vida”, hemos ayudado a 198 niños y niñas a través del reciclaje de los tapones de plástico.

Esta iniciativa nos ha permitido entregar más de 1.347.835€ para ayudar a financiar tratamientos médicos y ortopédicos que no están cubiertos por la seguridad social, o se cubra sólo en parte. Pero esto no es todo porque, gracias a este proyecto y a la ayuda de todos, ya hemos reciclado 7.665 toneladas de tapones de plástico, evitando la emisión de 9.600 toneladas de CO₂, principal gas causante del cambio climático.

NOTICIA

ORO PARECE, CRUZ ROJA ES

Un año más, Cruz Roja ha confiado en SEUR para la distribución de los boletos del Sorteo del Oro en Madrid. Una campaña que arrancó el 26 de abril y estuvo vigente hasta el 21 de Julio, fecha en la que se realizó el sorteo.

El servicio prestado consiste en la recogida de los boletos del Sorteo del Oro, que Cruz Roja va a sacar a la venta, y tenerlos en custodia. El cliente nos envía diariamente un listado de envíos para que hagamos el picking y el packing de los boletos indicados, los saquemos a reparto y los cobremos por reembolso para después liquidarlos al cliente. Dentro de esta operativa, tenemos que indicarle cuáles no se han podido entregar.

Esta campaña es una gran oportunidad para SEUR y no solo a nivel de negocio, sino que nos permite colaborar en esta acción solidaria, cuyo fin es recaudar fondos para ayudar a las personas que más lo necesitan.

Desde aquí, queremos hacer una especial mención a: Rafael Macho y Jesús Moreno de Operaciones; Yerai Rodríguez de IT; Concepción Morales de ATC; y a Bahri Illan y Nuria González del área de Ventas de Madrid por la disposición y capacidad de adaptar los procesos para hacer posible la asignación de la campaña.

NOTICIA

FUNDACIÓN SEUR, SIEMPRE CON LOS NUESTROS

Una año más, Fundación SEUR quiso estar cerca de nuestras familias. Por eso, para apoyarlas en situaciones excepcionales, volvió a poner en marcha el programa de ayudas internas dirigidas a las personas trabajadoras y colaboradoras de SEUR. Entre ellas, se encuentran las ayudas para estudios universitarios y estudios especiales.

¡La vuelta al cole siempre es más fácil con Fundación SEUR!



GIVING PROGRAMMES STORY MAP

INTRODUCCIÓN

MEDIOAMBIENTE

PERSONAS

GOBIERNO

ANEXO



1



Deportes acuáticos accesibles en Irlanda

Junto con el Just Transition Fund for the Midlands (Fondo para una transición justa del Gobierno para las Midlands), DPD Irlanda ha financiado conjuntamente el primer centro accesible de deportes acuáticos de la isla, que permitirá por primera vez a personas con discapacidades físicas e intelectuales disfrutar plenamente de la pesca con caña, la navegación a motor, la vela y otros deportes.

2



DPD Francia se une a RoseUp

RoseUp es una organización benéfica que proporciona información y apoyo a las mujeres afectadas por el cáncer. DPD Francia colaboró recogiendo y entregando 2.886 paquetes con la revista de la organización a hospitales y centros oncológicos de todo el país. Quince empleados de la empresa también participaron en una carrera y recaudaron 3.000 euros para RoseUp.

3



Maratón en bicicleta de carga de CitySprint

En septiembre de 2023, 68 compañeros de CitySprint apoyaron a la Fundación Make-A-Wish compartiendo un recorrido en bicicleta de carga de 1.665 millas que hizo escala en cada una de las sedes de la empresa en el Reino Unido. Los ciclistas y sus seguidores recaudaron más de 50.000 libras esterlinas para ayudar a conceder deseos que cambian la vida de niños gravemente enfermos.

4



Las 10 toneladas de latas de TIPSA

Un exitoso proyecto en el que participaron toda la red de agencias de TIPSA y muchos de sus principales clientes permitió donar 10 toneladas de alimentos no perecederos para personas necesitadas. En colaboración con FESBAL, la Federación Española de Bancos de Alimentos, los agentes de TIPSA recogieron y entregaron las donaciones a los bancos de alimentos locales para su distribución.

La preocupación de Biocair por las comunidades locales

Como parte de la campaña benéfica festiva de la empresa, los equipos de Biocair en el Reino Unido colaboraron con los bancos de alimentos de Cambridge City y West Lothian organizando recogidas de alimentos para ayudar a familias y personas en crisis.

SEUR envía kits deportivos para niños

Fundación SEUR y Boluda Lines se asociaron con la marca deportiva hummel para entregar kits deportivos a los niños apoyados por la Fundación del ex jugador del Atlético de Madrid Fallou Gallas. Se enviaron 20 palés con 9.658 prendas a la academia de fútbol de Senegal para su uso en entrenamientos y partidos de competición.

5



DPD Polonia apoya el refugio Markot

En preparación para el invierno 2023, DPD Polonia y sus empleados donaron ropa nueva y usada, ropa de cama y más al refugio MARKOT para personas sin hogar en Bobrowiec, cerca de Piaseczno.

8



8DPD República Checa apuesta por hacer el bien

Giving Tuesday es un día de donaciones a nivel mundial para que las personas y las organizaciones transformen sus comunidades. DPD República Checa participó en la iniciativa con empleados de todo el país que donaron 250 kg de alimentos básicos y artículos de aseo y los entregaron a la Federación Checa de Bancos de Alimentos para su distribución.

9



Protección de los alcornoques de Portugal

DPD Portugal ha iniciado una nueva colaboración con ANP|WWF para la conservación de los bosques. Entre los proyectos a los que la empresa pretende ayudar se encuentra el Corazón Verde del Corcho, cuyo objetivo es conservar la mayor superficie de alcornoque del mundo y proteger uno de los paisajes culturales más amenazados de Portugal.

6



Apoyo a las labores de socorro tras el terremoto

Geopost donó 100.000 euros a las labores de socorro de la Cruz Roja tras el terremoto de Turquía y Siria, y creó una plataforma en línea para que los empleados pudieran añadir sus propias donaciones. DPD Alemania se unió a otras empresas de logística para transportar suministros de socorro a la región, y los empleados de DPD NL ayudaron a recaudar 230.000 euros para la Cruz Roja.

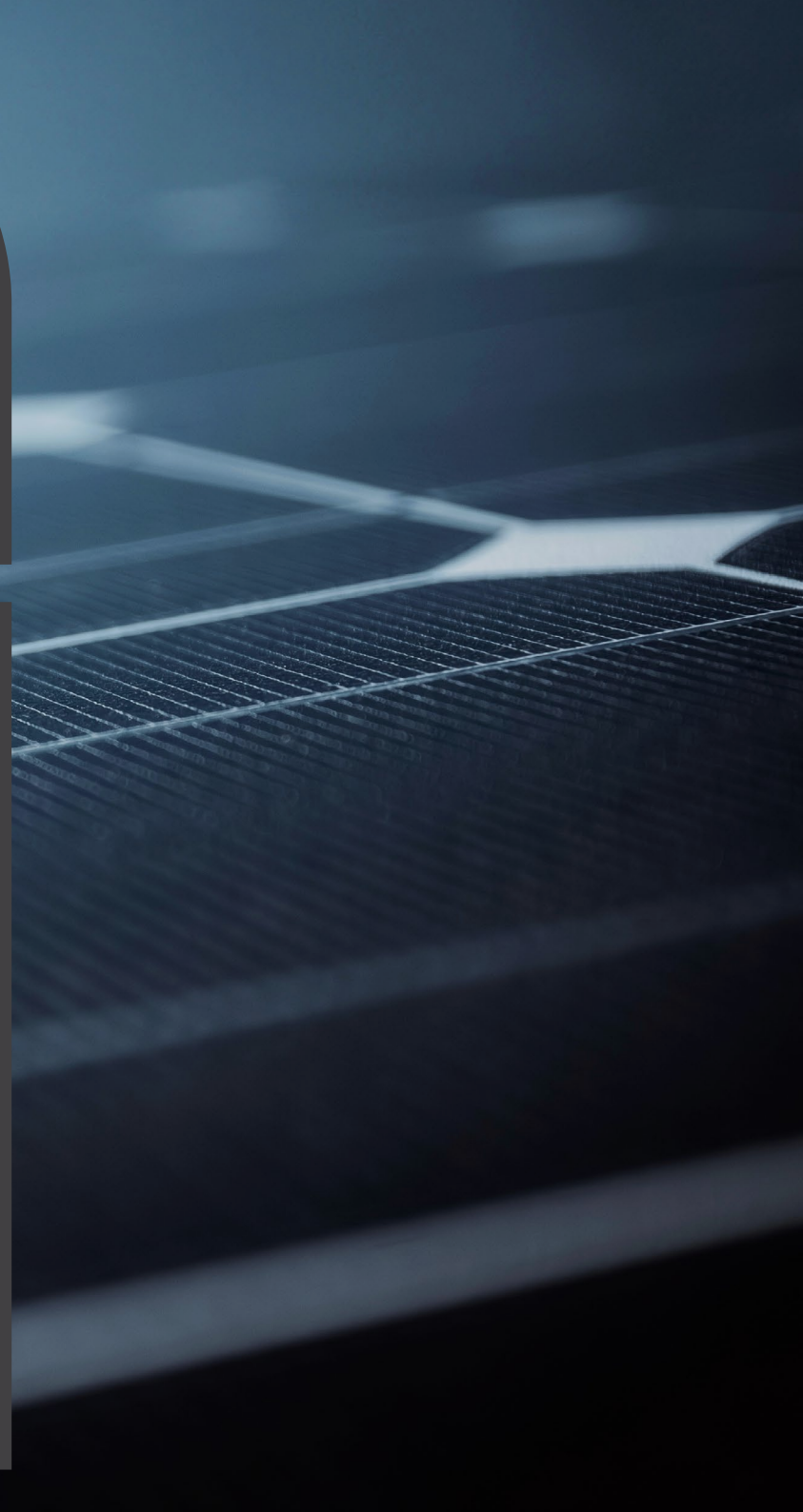
7



Cocina benéfica en Hungría

En colaboración con la Asociación Húngara de Bancos de Alimentos y Jótékonyha, 30 empleados de DPD Hungría se pusieron el delantal para participar en un evento de cocina benéfica, preparando cientos de raciones de patatas con pimentón picante y deliciosas bolas de coco a beneficio de la Asociación Common Chance.

ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y GOBERNANZA



ÉTICA EMPRESARIAL

SISTEMA DE DENUNCIA DE IRREGULARIDADES

En 2023, implantamos un sistema único y coherente de denuncia de irregularidades que se aplica a todos los empleados de Geopost y de nuestras unidades de negocio. El sistema va acompañado de procedimientos de denuncia de irregularidades en cada unidad de negocio que definen las normas relativas a la presentación, recepción y tratamiento de todas las alertas, así como los derechos concedidos al denunciante. El sistema de denuncia de irregularidades está a disposición de todos los socios comerciales.

CÓDIGO DE CONDUCTA

Desde el informe de sostenibilidad del año pasado y la revisión de nuestro Código de Conducta, hemos mejorado aún más nuestro enfoque con la adaptación y despliegue del Código de Conducta de Geopost por cada unidad de negocio. Cada uno de estos Códigos, que reflejan las mejores prácticas del mercado y las normas internacionales en términos de ética empresarial, proporciona a nuestro personal las herramientas necesarias para identificar las líneas de actuación correctas.



CUMPLIMIENTO Y GOBERNANZA

Creemos que el cumplimiento es la base de un negocio responsable. También está a la vanguardia del valor que aportamos al mercado.

Respetamos y cumplimos todas las leyes y normativas aplicables y exigimos el mismo compromiso a nuestros socios. Además de las distintas normas éticas recogidas en nuestro Código de Conducta, este compromiso compartido se extiende al cumplimiento de toda la normativa vigente en los territorios en los que operamos, incluidas las normas de transporte o los requisitos aduaneros que puedan afectar a los productos que entregamos.

En todos estos ámbitos, cumplimos lo máximo posible el nivel de normas aplicables. Siempre que no infrinjan las leyes y reglamentos aplicables, nos comprometemos a respetar las prácticas y tradiciones consuetudinarias de los países en los que operamos. Cuando existe un conflicto entre las normas disponibles, aplicamos la opción más estricta.

GESTIÓN DEL CUMPLIMIENTO

Un equipo directivo, dirigido por un Chief Compliance Officer, un Deputy Chief Compliance Officer para el cumplimiento de la integridad del mercado (prácticas anticompetitivas, anticorrupción y deber

de atención), un Director Adjunto de Cumplimiento Normativo para el acatamiento de las normas comerciales, un Responsable de Protección de Datos y un Responsable de Ética, supervisan el cumplimiento normativo y la gobernanza

en toda nuestra actividad. En 2023, se introdujeron pilares de cumplimiento adicionales para reforzar las aduanas y la subcontratación, y una nueva "torre de control" y función de supervisión, dirigidas por un Director Adjunto de Cumplimiento, encargado de la dirección y coordinación del cumplimiento.

A través de nuestro sistema de gobernanza, hacemos cumplir las normas de gobernanza que se aplican a cada una de nuestras unidades de negocio utilizando los principios de las normas internacionales más exigentes en materia de cumplimiento. Las revisiones de cumplimiento se realizan anualmente con cada unidad de negocio, centrándose en el despliegue de los diferentes pilares, políticas y procesos de supervisión de riesgos. Todas nuestras unidades de negocio cuentan con un equipo de cumplimiento, dirigido por un alto cargo, como un Director de Cumplimiento o un Responsable de Ética, que gestiona los asuntos locales de cumplimiento, ética y otras cuestiones relacionadas.

CUMPLIMIENTO DE LA INTEGRIDAD DEL MERCADO

Como parte de nuestra labor de integridad del mercado, nos centramos en la lucha contra la corrupción, la prevención de prácticas contrarias a la competencia y el deber de diligencia.

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

De acuerdo con nuestro Código de Conducta y nuestro compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, prohibimos todo tipo de corrupción en todas nuestras actividades. Hemos adoptado los tres principios de anticorrupción de La Poste Groupe: tolerancia cero, todos implicados y todos vigilantes. Basándonos en un exhaustivo ejercicio de cartografía de riesgos, seguimos desarrollando nuestro programa anticorrupción para garantizar el pleno cumplimiento de la ley francesa Sapin II. Cada una de nuestras unidades de negocio está desplegando formación y políticas anticorrupción y, como parte de nuestra mejora continua, estamos trabajando con expertos externos para actualizar y reforzar nuestra estrategia en aras de prevenir y abordar la corrupción potencial dentro de nuestro negocio.

PREVENCIÓN DE PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS

Estamos comprometidos con el cumplimiento de las leyes y reglamentos relativos a la prohibición de prácticas contrarias a la competencia (ACP), y hemos puesto en marcha una serie de medidas para reforzar continuamente nuestras prácticas en este ámbito.

Contamos con un programa de cumplimiento ACP, coordinado por un gestor de proyectos ACP a nivel de Grupo y el nombramiento de Responsables Locales de Cumplimiento de la Integridad del Mercado (MILCO) en nuestras unidades de negocio. Alineamos y compartimos las mejores prácticas a través de la comunidad MILCO y seguimos educando y formando a nuestros equipos mediante un conjunto de directrices de cumplimiento de la ACP y formación sobre la legislación de competencia.

DEBER DE ASISTENCIA Y DERECHOS HUMANOS

Geopost aplica un programa de cumplimiento del deber de diligencia que incluye medidas razonables para prevenir abusos graves contra los derechos humanos, la salud y la seguridad y el medioambiente. Nuestro programa incluye la identificación de impactos

adversos derivados de nuestras operaciones y cadena de suministro, la prevención y mitigación de tales impactos, y el seguimiento y evaluación de los controles implantados. Estamos trabajando en una nueva Política de Derechos Humanos para respaldar nuestro compromiso de proteger los derechos de quienes trabajan en nuestra cadena de valor y red de transporte y, en particular, prohibimos cualquier forma de trabajo ilegal en nuestras propias operaciones y en las de nuestros socios comerciales.

CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

Nos adherimos estrictamente a las normas de cumplimiento comercial emitidas por organizaciones como las Naciones Unidas, la Unión Europea y los gobiernos nacionales, y apoyamos a nuestras unidades de negocio en el cumplimiento de cualquier restricción derivada de sanciones, leyes o embargos. Nuestro programa de cumplimiento, que incluye nuestra Política de Cumplimiento de Sanciones, un marco de cumplimiento definido y el uso de una herramienta de selección de listas de partes denegadas, garantiza que sólo comerciamos con socios legítimos.

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y CIBERSEGURIDAD

Llevamos a cabo una importante iniciativa que integra la protección de datos en nuestros procesos y cultura y garantiza el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la UE. Mantenemos una supervisión a nivel de grupo de nuestra gestión de datos, y cada unidad de negocio europea tiene su propio punto de contacto RGPD. También disponemos de herramientas que permiten a nuestras unidades de negocio evaluar los riesgos para los datos de cualquier nuevo proyecto.

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, posteriormente, reforzamos la gobernanza de la protección de datos a nivel de grupo para respaldar nuestros planes de crecimiento empresarial.

CARTA DE CONTRATACIÓN SOSTENIBLE

Somos una empresa líder en transporte y entrega y un contratista responsable. Reconocemos nuestra obligación de respetar y promover cuestiones materiales, como los derechos humanos, la salud y seguridad en el lugar de trabajo, el medioambiente y la lucha contra la corrupción en toda nuestra cadena de valor, de acuerdo con las normas internacionales establecidas.

Esperamos que nuestros proveedores cumplan estas mismas normas estrictas. Nuestra Carta de Contratación Sostenible, actualizada en 2022 y de obligado cumplimiento en todas nuestras filiales, garantiza que todos los proveedores compartan nuestro compromiso con una actividad empresarial responsable y sostenible:

- 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 luchar contra la corrupción y el tráfico de influencias.

Junto con La Poste Groupe y sus otras empresas, también confirmamos nuestro compromiso con la contratación responsable mediante la firma de la Carta de Relaciones con los Proveedores y Compras Responsables del gobierno francés en 2022.



GOBERNANZA DE LA SOSTENIBILIDAD

Aspiramos a ser la referencia internacional en prestación de servicios sostenibles, y la buena gobernanza es parte integrante de nuestro planteamiento en lo que a sostenibilidad respecta.

Nuestra estructura de gobernanza ESG es un elemento facilitador de nuestra estrategia de sostenibilidad y nos ayuda en el cumplimiento de nuestros compromisos y obligaciones en materia de sostenibilidad.

Supervisada por nuestro Comité Ejecutivo, nuestra estrategia de sostenibilidad está coordinada por la función de Sostenibilidad en estrecha colaboración con otras funciones corporativas, incluida la de Recursos Humanos, Operaciones y Cumplimiento. Los esfuerzos de Geopost en materia de sostenibilidad también se rigen por la estrategia y los compromisos ESG de La Poste Groupe. Nuestro equipo de sostenibilidad corporativa forma parte del comité de coordinación ESG de La Poste Groupe y otras funciones corporativas están representadas, cuando procede, en los diversos comités y grupos de trabajo ESG de La Poste Groupe.

El equipo de sostenibilidad se encarga de gestionar nuestro marco de gestión del rendimiento ESG y de la elaboración de informes ESG en coordinación con otras funciones corporativas y unidades de negocio. Geopost provee a nuestras unidades de negocio con la estrategia y dirección globales de sostenibilidad, que nuestras unidades de negocio son responsables de adaptar a sus estructuras locales de gobierno, hojas de ruta e iniciativas. La gobernanza de Geopost incluye comunidades temáticas y funcionales que nos permiten coordinar nuestra estrategia de sostenibilidad y prioridades, y comparte mejores prácticas en todo el Grupo.



TABLA GRI

1 ENERO - 31 DICIEMBRE 2023

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	<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 • 2-24 Incorporación de los compromisos políticos • 2-27 Cumplimiento de las leyes y reglamentos • 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción - Página 5 • Acerca de este informe - Página 45 • Acerca de este informe - Página 45 • Cómo medimos las emisiones de CO2 - Página 10 • Nuestra empresa - Página 5 • Personas - Páginas 19-27 • Socios - Páginas 28-29 • Ética, cumplimiento y gobernanza - Páginas 32-36 • Presentación de nuestra estrategia de sostenibilidad - Página 6 • Consulte el informe completo de sostenibilidad para saber cómo integramos nuestros compromisos políticos. • Ética, cumplimiento y gobernanza - Páginas 32-36 • Consulte el informe de sostenibilidad completo para saber cómo nos relacionamos con las partes interesadas.
GRI 201: Resultados económicos	<ul style="list-style-type: none"> • 201-1 Valor económico directo generado y distribuido 	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción - Página 5
GRI 205: Lucha contra la corrupción	<ul style="list-style-type: none"> • 205-1 Operaciones evaluadas por riesgos relacionados con la corrupción • 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento y gobernanza - Página 34 • Cumplimiento y gobernanza - Página 34
GRI 206: Comportamiento anticompetitivo	<ul style="list-style-type: none"> • 206-1 Acciones legales por comportamiento anticompetitivo, antimonopolio y prácticas monopolísticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento y gobernanza - Página 34
GRI 301: Materiales	<ul style="list-style-type: none"> • 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen • 301-2 Materiales reciclados utilizados 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de residuos - Página 41 • Envases y uso de recursos - Página 42
GRI 302: Energía	<ul style="list-style-type: none"> • 302-1 Consumo de energía dentro de la organización 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la energía - Página 41
GRI 303: Agua y vertidos	<ul style="list-style-type: none"> • 303-5 Consumo de agua 	<ul style="list-style-type: none"> • Envases y uso de recursos - Página 42

NORMA GRI	DIVULGACIÓN	UBICACIÓN
GRI 305: Emisiones 2016	<ul style="list-style-type: none"> • 305-1 Emisiones directas de GEI (Alcance 1) • 305-2 Emisiones indirectas de energía (Alcance 2) • 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3) • 305-5 Reducción de las emisiones de GEI • Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones atmosféricas significativas 	<ul style="list-style-type: none"> • GHG Protocol - Alcance 1 - Página 39 • GHG Protocol - Alcance 2 - Página 39 • GHG Protocol - Alcance 3 - Página 39-40 • Cumplimiento de nuestros objetivos - Página 11 • Contaminantes atmosféricos - Página 42
GRI 306: Residuos	<ul style="list-style-type: none"> • 306-3 Residuos generados 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de residuos - Página 41
GRI 401: Empleo	<ul style="list-style-type: none"> • 401-1 Nuevas contrataciones y rotación de personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empleados - Página 43
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 	<ul style="list-style-type: none"> • Salud y seguridad - Página 44 • Seguridad - Página 26
GRI 404: Formación y educación	<ul style="list-style-type: none"> • 404-1 Media de horas de formación al año por empleado 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación por grupos de edad - Página 43
GRI 413: Comunidades locales	<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad - Páginas 30-31

ANEXO



INDICADORES DE COMPORTAMIENTO MEDIOAMBIENTAL

	CATEGORÍA DE EMISIONES DEL PROTOCOLO GHG	OBJETIVO A CORTO PLAZO SBTi	AÑO FISCAL 2020 (TCO ₂ e)	AÑO FISCAL 2021 (TCO ₂ e)	AÑO FISCAL 2022 (TCO ₂ e)	AÑO FISCAL 2023 (TCO ₂ e)
INTRODUCCIÓN	Alcance 1 (uso de combustible de nuestros propios vehículos y edificios)		180,446	209,806	195,089	141,152
	Primera y última milla (carretera)	X	30,860	30,490	31,280	34,337
MEDIOAMBIENTE	<i>Arrastres</i> (carretera)	X	99,292	116,761	104,836	42,812
	Instalaciones	X	25,715	31,709	24,948	31,156
	Carga <i>in situ</i> (carretillas y carretillas elevadoras)	X	12,983	14,642	17,836	17,330
	Coches de empresa	X	11,276	14,924	15,899	14,843
	Cadena de frío	X	320	1,280	290	675
	Alcance 2 - Basado en el mercado	X	50,369	59,346	29,426	31,838
PERSONAS	Alcance 2 - Localización		82,103	96,380	103,332	102,723
	Alcance 3 - Categoría 1: Bienes y servicios adquiridos		147,044	169,179	170,409	186,192
	Alcance 3 - Categoría 2: Bienes de capital (emisiones relacionadas con CAPEX: flota, IT, hub & depots, HQ)		61,274	93,626	88,094	82,503
	Alcance 3 - Categoría 3: Relacionadas con el combustible y la energía (emisiones anteriores del consumo de combustible de alcance 1)*		44,538	51,360	46,662	44,862
	Primera y última milla (carretera)	X	7,946	7,828	7,614	8,597
	<i>Arrastres</i> (carretera)	X	25,702	30,223	25,637	24,082
	Instalaciones	X	4,664	5,748	5,268	4,463
GOBIERNO	Carga <i>in situ</i> (carretillas y carretillas elevadoras)	X	3,353	3,784	4,358	4,234
	Coches de empresa	X	2,872	3,777	3,785	3,486

*No se ha tenido en cuenta el biocombustible

CATEGORÍA DE EMISIONES DEL PROTOCOLO GHG	OBJETIVO A CORTO PLAZO SBTi	AÑO FISCAL 2020 (TCO ₂ e)	AÑO FISCAL 2021 (TCO ₂ e)	AÑO FISCAL 2022 (TCO ₂ e)	AÑO FISCAL 2023 (TCO ₂ e)
Alcance 3 - Categoría 4: Transporte ascendente (emisiones de WTW del transporte subcontratado: PUD, LNH, AIRE, MAR, FERROCARRIL)*		1,548,302	1,694,601	1,582,902	1,609,698
Primera y última milla (carretera)	X	679,613	733,763	666,012	704,168
<i>Arrastres</i> (carretera)	X	787,050	876,515	818,697	799,904
Transporte aéreo	X	81,638	84,324	97,903	101,875
Transporte marítimo	X	ND	ND	270	3,162
Transporte ferroviario de mercancías	X	ND	ND	20	589
Alcance 3 - Categoría 5: Residuos		39,151	37,967	42,448	26,294
Alcance 3 - Categoría 6: Viajes de negocios		1,628	1,050	5,335	3,412
Alcance 3 - Categoría 7: Desplazamientos de los empleados al trabajo		23,253	25,786	25,986	29,121
Alcance 3 - Categoría 8: Activos arrendados en fases anteriores (edificios subcontratados)*	X	6,195	7,214	3,260	4,050
Alcance 3 - Categoría 9: Transporte descendente		ND	ND	ND	181,365
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	3,617
Alcance 3 - Categoría 15: Inversiones (por ejemplo, DTDC, Yurtici Cargo, etc.)		8,537	29,847	36,114	37,588
Total Alcance 1 y 2 (basado en el mercado)		230,815	269,152	224,515	172,990
Total Alcance 1 y 2 (según ubicación)		262,549	306,186	298,420	243,875
Total Alcance 3		1,833,352	2,115,363	2,005,457	2,209,378
Emisiones totales de Alcance 1, 2, 3 (basadas en el mercado)		2,114,167	2,384,515	2,229,972	2,382,368
Emisiones totales de Alcance 1, 2, 3 (según ubicación)		2,145,901	2,421,549	2,303,878	2,453,523 ⁷
Límite objetivo total SBTi a corto plazo ⁸		1,829,850	2,022,327	1,857,339	1,831,600

⁷Las cifras incluyen las 20 unidades de negocio en el ámbito de nuestro objetivo a corto plazo SBTi y cinco unidades de negocio adicionales que se añadieron al ámbito de información en 2023. También hemos seguido mejorando la precisión de nuestros informes actuales, lo que se ha traducido en un aumento de la cantidad de emisiones de GEI que contabilizamos.

⁸BRT (Italia), Chronopost (Francia), DPD Bélgica, 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 Portugal, DPD Eslovaquia, DPD Eslovenia, DPD Suiza, DPD Reino Unido, SEUR (España).

UNIDAD	INDICADORES	2020 (BASE)	2022	2023
Gestión de la energía - Instalaciones (año completo)				
	Consumo total de energía	357,747,326	437,509,355	420,574,991
	Avería			
kWh	Electricidad renovable comprada*	140,578,964	241,495,094	239,910,617
	Electricidad renovable producida*	2,057,854	6,619,968	4,462,646
	Electricidad estándar	86,457,309	52,682,945	59,959,882
	Gas natural	119,883,695	124,818,116	108,626,759
	Biogás*	-	122	108,680
	Calefacción urbana	2,805,290	4,268,386	1,925,542
	Gasóleo de calefacción	3,674,802	4,687,865	3,000,436
	GLP	2,289,412	2,749,211	2,534,818
	Biomasa	-	187,648	45,610
	%	Cuota de energías renovables	0%	57%
Cuota de electricidad renovable		62%	82%	80%
Gestión de residuos (año completo)				
Tonelada	Total de residuos producidos	64,358,038	104,674,375	105,239,351
	Total de residuos reutilizados o reciclados	56,013,381	91,200,232	91,353,144
%	Porcentaje del total de residuos reutilizados o reciclados	87%	87%	87%

UNIDAD		INDICADORES	2020 (BASE)	2022	2023
Envases y uso de recursos (año completo)					
Consumo de papel					
Tonelada	Consumo total de papel		6,088	2,924	3,811
	Consumo total de papel certificado		3,914	1,878	2,583
%	Porcentaje de papel certificado		64%	64%	68%
Consumo de envases					
Tonelada	Consumo de cartón normal y plástico para envases		2,262	2,254	2,106
	Consumo de cartón y plástico reciclados para envases		3,172	1,266	2,694
%	Porcentaje de cartón y plástico reciclados		58%	36%	56%
Consumo de agua (año completo)					
Litres	Consumo total de agua		471,271,382	468,207,371	563,777,462
Contaminantes atmosféricos					
Tonelada	CO		498	4,151	3,446
Tonelada	NOx		2667	17,663	16,032
Tonelada	PM2.5		131	1,207	1,220
Tonelada	PM10		234	1,985	1,991

Unidades de negocio en el ámbito de los indicadores de comportamiento medioambiental Biocair, BRT, Chronopost, CitySprint, DPD Suiza, DPD Bélgica, 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 Portugal, DPD Eslovaquia, DPD Eslovenia, DPD Reino Unido, Geopost SA, Jadlog Pickup Logistics, Pickup Services, SEUR, Speedy (Bulgaria).



ACERCA DE ESTE INFORME

Este es el octavo informe de sostenibilidad de Geopost, que abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023.

Representa, principalmente, las 20 Unidades de Negocio* en toda Europa (salvo que se indique lo contrario), todas ellas de plena propiedad.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

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

Gracias a quienes han contribuido a la elaboración del informe.

Si desea más información sobre este informe o sobre el programa de sostenibilidad de Geopost, visite geopost.com/es/sostenibilidad.

**Unidades de negocio cubiertas en este informe: Biocair, BRT, Chronopost, CitySprint, DPD Suiza, DPD Bélgica, 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 Portugal, DPD Eslovaquia, DPD Eslovenia, DPD Reino Unido, Geopost SA, Jadlog Pickup Logistics, Pickup Services, SEUR, Speedy (Bulgaria)

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

@Geopost_news Geopost

@Geopost_news @geopost.news geopost.com

