



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*TOMASZ CHRÓSTNY*

Bydgoszcz, 23 lipca 2025 r.

RBG-2.610.1.2025

**POSTANOWIENIE NR RBG - 47/2025**

Na podstawie art. 49 ust. 1 w zw. z art. 101 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 1616) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczyna z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez InPost sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. rozpowszechnianiu na automatach służących do odbioru przesyłek - Paczkomatach® InPost, komunikatów marketingowych, opatrzonych motywami graficznymi (okleinami) sugerującymi ekologiczny charakter Paczkomatów® InPost, o następującej treści:

- „Chcemy być jeszcze bliżej Was, dlatego testujemy eko Paczkomat w tej lokalizacji”,
- „Wybierz Paczkomat i twórz z nami miliony zielonych śladów”,
- „Dostawa do Paczkomatu generuje mniej CO<sub>2</sub>, Liczymy ślad węglowy dla każdej paczki, Jeden Paczkomat dziennie redukuje tyle CO<sub>2</sub> co 9 drzew w roku, Eko strefa InPost”,
- „Świętujemy 20000 zielonych śladów”,
- „Jestem eko, wystarczy aplikacja InPost, aby otworzyć skrytkę”,

w sytuacji w której:

- a. nie zostało wskazane - w ramach informacji zamieszczonych na Paczkomatach® InPost - w sposób jednoznaczny oraz wyraźny na czym polega ekologiczny charakter Paczkomatów® InPost;
- b. dostawa przesyłek do nich odbywa się nie tylko za pośrednictwem zero i niskoemisyjnej floty,

w sposób wprowadzający konsumentów w błąd w zakresie istotnego pozytywnego wpływu na środowisko (korzyści dla środowiska lub ograniczenia szkodliwego wpływu na środowisko) wyboru przez konsumentów dostarczania przesyłek do Paczkomatów® InPost i tym samym mogą wywołać po stronie konsumentów wrażenie większych niż rzeczywiste korzyści dla środowiska lub większych niż rzeczywiste ograniczeń zanieczyszczeń środowiska związanych z korzystaniem z Paczkomatów® InPost, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r.

poz. 845) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 1616);

2. rozpowszechnianiu na stronie internetowej InPostu oraz w aplikacji InPost Mobile informacji:

- a. o szacowanej wielkości emisji śladu węglowego emitowanego przez konsumenta odbierającego przesyłki z Paczkomatu® InPost, w porównaniu do szacowanej emisji śladu węglowego dostarczenia przesyłki przez kuriera InPost sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie do domu konsumenta, w sytuacji w której pierwsza z ww. informacji nie uwzględnia szacowanej indywidualnej emisji śladu węglowego wygenerowanego w drodze pokonanej przez konsumenta do Paczkomatu InPost w celu odbioru przesyłki oraz w drodze powrotnej,
- b. sugerujących konsumentom, że poprzez wybór dostawy przesyłek do Paczkomatów® InPost zamiast dostawy do domów będą mieli istotny wpływ na redukcję emisji CO<sub>2</sub>, podczas gdy wielkość emisji CO<sub>2</sub> przy dostarczaniu przesyłek do Paczkomatów® InPost zależy głównie od rodzaju floty dostarczającej paczki,

co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie rzeczywistego pozytywnego wpływu na środowisko (korzyści dla środowiska lub ograniczenia szkodliwego wpływu na środowisko) wyboru przez konsumentów dostarczania przesyłek do Paczkomatów® InPost i tym samym mogących wywołać po stronie konsumentów wrażenie większych niż rzeczywiste korzyści dla środowiska lub większych niż rzeczywiste ograniczeń zanieczyszczeń środowiska związanych z korzystaniem z Paczkomatów® InPost, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 1616).

3. rozpowszechnianiu na stronie internetowej InPostu hasła reklamowego „Dowozimy zeroemisyjny e-commerce” co wprowadza konsumentów w błąd w związku z budowaniem w ich świadomości informacji o zeroemisyjnej dostawie przesyłek świadczonej przez InPost sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, w sytuacji w której są to dopiero plany i zamierzenia InPost sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 1616).