



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 24 lipca 2025 r.

DOZIK-1.610.3.2025.UN

POSTANOWIENIE

Na podstawie art. 49 ust. 1 w związku z art. 101 ust. 2 w związku z art. 24 ust 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 1616 t.j.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczyna wobec DPD Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. rozpowszechnianiu następujących komunikatów marketingowych związanych z ochroną środowiska naturalnego:

- a) „doręczenia zieloną flotą (w tym ponad 500 e-busów), rowerami cargo i piesze” (komunikat stosowany na stronie internetowej ww. przedsiębiorcy),
- b) „zielona flota samochodowa obsługuje ponad 400 tys. paczek miesięcznie” (komunikat stosowany na stronie internetowej ww. przedsiębiorcy),

w których odwołano się do określenia „zielona flota”, w sytuacji gdy:

- (i) dostawy przesyłek pod marką DPD odbywają się w przeważającej części przy pomocy aut spalinowych,
- (ii) pojazdy elektryczne nie obsługują całego procesu transportu przesyłek pod marką DPD,
- (iii) struktura produkcji energii elektrycznej w Polsce niezbędnej do zasilania napędów w pojazdach elektrycznych pod marką DPD składa się w większości ze spalania paliw kopalnych,
- (iv) w komunikacji nie uwzględniono emisji zanieczyszczeń dla środowiska naturalnego generowanej przez pojazdy elektryczne w całym cyklu życia tego rodzaju pojazdów,

co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie możliwego pozytywnego wpływu na środowisko naturalne wyboru przez konsumentów usługi dostawy przesyłek przez DPD Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i tym samym może wywołać po stronie konsumentów wrażenie większych niż rzeczywiste korzyści dla środowiska naturalnego lub większych niż rzeczywiste ograniczeń zanieczyszczeń środowiska naturalnego związanych z korzystaniem z usługi oferowanej przez tego przedsiębiorcę, co może naruszać art. 5 ust. 1, art. 5 ust. 2 pkt 2 oraz art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 2

ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845 t.j.) i godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

2. rozpowszechnianiu komunikatu marketingowego związanego z ochroną środowiska naturalnego: „ZERO emmissions” (komunikat stosowany na pojazdach elektrycznych należących do ww. przedsiębiorcy), w sytuacji gdy:

- (i) w komunikacji nie uwzględniono emisji zanieczyszczeń dla środowiska naturalnego generowanej przez pojazdy elektryczne w całym cyklu życia tego rodzaju pojazdów,
- (ii) struktura produkcji energii elektrycznej w Polsce niezbędnej do zasilania napędów w pojazdach elektrycznych pod marką DPD składa się w większości ze spalania paliw kopalnych,

co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie możliwego pozytywnego wpływu na środowisko naturalne wyboru przez konsumentów usługi dostawy przesyłek przez DPD Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i tym samym może wywołać po stronie konsumentów wrażenie większych niż rzeczywiste korzyści dla środowiska naturalnego lub większych niż rzeczywiste ograniczeń zanieczyszczeń środowiska naturalnego związanych z korzystaniem z usługi oferowanej tego przedsiębiorcę, co może naruszać art. 5 ust. 1, art. 5 ust. 2 pkt 2 oraz art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845 t.j.) i godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

3. rozpowszechnianiu następujących komunikatów marketingowych związanych z ochroną środowiska naturalnego:

- a) „DPD doręcza paczki neutralnie dla środowiska” (komunikat stosowany na portalu społecznościowym (Instagram) ww. przedsiębiorcy oraz na stronie internetowej tego przedsiębiorcy),
- b) „przesyłki przyjazne dla środowiska” (komunikat stosowany w punktach nadania lub odbioru paczek ww. przedsiębiorcy oraz na automatach paczkowych tego przedsiębiorcy),

w sytuacji gdy:

- (i) dostawy przesyłek pod marką DPD odbywają się w przeważającej części przy pomocy aut spalinowych,
- (ii) pojazdy elektryczne nie obsługują całego procesu transportu przesyłek pod marką DPD,
- (iii) struktura produkcji energii elektrycznej w Polsce niezbędnej do zasilania napędów w pojazdach elektrycznych składa się w większości ze spalania paliw kopalnych,
- (iv) w komunikacji nie uwzględniono emisji zanieczyszczeń dla środowiska naturalnego generowanej przez pojazdy elektryczne w całym cyklu życia tego rodzaju pojazdów,

co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie możliwego pozytywnego wpływu na środowisko naturalne wyboru przez konsumentów usługi dostawy przesyłek przez DPD



Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i tym samym może wywołać po stronie konsumentów wrażenie większych niż rzeczywiste korzyści dla środowiska naturalnego lub większych niż rzeczywiste ograniczeń zanieczyszczeń środowiska naturalnego związanych z korzystaniem z usługi oferowanej tego przedsiębiorcę, co może naruszać art. 5 ust. 1, art. 5 ust. 2 pkt 2 oraz art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845 t.j.) i godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

4. rozpowszechnianiu następujących komunikatów marketingowych związanych z ochroną środowiska naturalnego:

- a) „Oddziały Miejskie Green DPD Pickup to koncept rozwijany zgodnie ze strategią zrównoważonego rozwoju DPD Polska. Dostawy w ramach zielonych placówek DPD, zarówno z sortowni do oddziału, jak i z oddziału do klienta końcowego, realizowane są za pomocą floty niskoemisyjnej. Nowy oddział dołącza do blisko 120 innych Oddziałów Miejskich DPD oraz do sieci 23 000 punktów nadania i odbioru DPD Pickup w Polsce i ponad 90 000 w całej Europie” (komunikat stosowany na stronie internetowej ww. przedsiębiorcy),
- b) „To, co wyróżnia Oddział Miejski Green DPD Pickup, to stuprocentowa obsługa flotą niskoemisyjną - przesyłki z sortowni do „zielonych” oddziałów obsługiwane są flotą elektrycznych samochodów kurierskich, natomiast z oddziału do klienta końcowego, głównie flotą rowerów cargo wspomaganych elektrycznie” (komunikat stosowany na stronie internetowej ww. przedsiębiorcy),

w których określono niektóre punkty obsługi konsumentów jako „Oddziały Miejskie Green DPD pickup” lub „Zielone Oddziały”, w sytuacji gdy:

- (i) dostawy przesyłek pod marką DPD odbywają się w przeważającej części przy pomocy aut spalinowych,
- (ii) pojazdy elektryczne nie obsługują całego procesu transportu przesyłek,
- (iii) struktura produkcji energii elektrycznej w Polsce niezbędnej do zasilania napędów w pojazdach elektrycznych składa się w większości ze spalania paliw kopalnych,
- (iv) w komunikacji nie uwzględniono emisji zanieczyszczeń dla środowiska naturalnego generowanej przez pojazdy elektryczne w całym cyklu życia tego typu pojazdów,

co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie możliwego pozytywnego wpływu na środowisko naturalne wyboru przez konsumentów usługi dostawy przesyłek przez DPD Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i tym samym może wywołać po stronie konsumentów wrażenie większych niż rzeczywiste korzyści dla środowiska naturalnego lub większych niż rzeczywiste ograniczeń zanieczyszczeń środowiska naturalnego związanych z korzystaniem z usługi oferowanej tego przedsiębiorcę, co może naruszać art. 5 ust. 1, art. 5 ust. 2 pkt 2 oraz art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845 t.j.) i godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;



5. rozpowszechnianiu komunikatu marketingowego związanego z ochroną środowiska naturalnego: „regularne zakupy certyfikowanej „zielonej energii” (komunikat stosowany na stronie internetowej ww. przedsiębiorcy),

w sytuacji gdy:

- (i) DPD Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wykorzystuje w swojej działalności tego typu energię jedynie w niewielkim stopniu w porównaniu do korzystania przez przedsiębiorcę z innych źródeł energii, w tym paliw kopalnych,
- (ii) komunikat ten dotyczy jedynie wybranego elementu świadczenia przez przedsiębiorcę usług transportu przesyłek,

co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie możliwego pozytywnego wpływu na środowisko naturalne wyboru przez konsumentów usługi dostawy przesyłek przez DPD Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i tym samym może wywołać po stronie konsumentów wrażenie większych niż rzeczywiste korzyści dla środowiska naturalnego lub większych niż rzeczywiste ograniczeń zanieczyszczeń środowiska naturalnego związanych z korzystaniem z usługi oferowanej tego przedsiębiorcą, co może naruszać art. 5 ust. 1, art. 5 ust. 2 pkt 2 oraz art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845 t.j.) i godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

6. rozpowszechnianiu komunikatu marketingowego związanego z ochroną środowiska naturalnego: „(...) selektywna zbiórka odpadów w biurach i oddziałach” (komunikat stosowany na stronie internetowej ww. przedsiębiorcy), który wprowadza konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie informacji o działaniach na rzecz ochrony środowiska naturalnego jako cechy wyróżniającej DPD Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, podczas gdy działania te wynikają z powszechnie obowiązujących przepisów prawa i są obligatoryjne, co może naruszać art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a poprzez to może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

