

INPOST I MODIVO JAKO PIERWSI WPROWADZĄ EKOLOGICZNE OPAKOWANIA WIELOKROTNEGO UŻYTKU

Nawet 10 krotnie mniejsze zapotrzebowanie na opakowania

InPost – lider wśród platform dostaw dla e-commerce w Europie – wraz z MODIVO, modową platformą e-commerce spółki eobuwie.pl z grupy CCC wprowadza test ekologicznych opakowań wielokrotnego użytku dla e-sklepów. Dzięki temu nawet dziesięciokrotnie można zmniejszyć zapotrzebowanie na jednorazowe opakowania. Każde opakowanie ma wewnętrzną etykietę zwrotną – zeskanowanie jej w dowolnym Paczkomacie® umożliwia zwrot opakowania do magazynu InPost, po czym wraca ono do e-sklepu.



– Tylko w ubiegłym roku w Polsce wysłanych zostało ponad 640 mln paczek, w tym roku będzie ich jeszcze więcej. Niestety, opakowania są piątą achillesową brzozą branży e-commerce. Co roku setki milionów jednorazowych opakowań trafia na śmietniki. Przy obecnym wzroście rynku

*e-commerce kierunek jest tylko jeden – logistyka musi być nowoczesna, wydajna i jeszcze bardziej ekologiczna. Dlatego wprowadzamy pierwszy w Polsce system wtórnego obiegu opakowań w e-commerce. Opakowania są dostosowane rozmiarem do wysyłanego produktu, aby nie przewozić powietrza. Jako lider rynku wierzymy, że dostępność Paczkomatów® InPostu i łatwość ich obsługi umożliwi wprowadzenie prawdziwie efektywnego systemu obrotu opakowaniami zwrotnymi – mówi **Rafał Brzoska, prezes InPost.***

Jako pierwsza w Polsce do projektu przystąpi MODIVO, platforma e-commerce spółki eobuwie.pl.

– Zrównoważone podejście w kontekście rosnącego biznesu jest dla nas bardzo ważne. Badania rynkowe wskazują, że konsumenci są coraz częściej zaniepokojeni nadmiarem opakowań znajdujących się w obiegu i zastanawiają się nad możliwościami ich recyklingu. Ten temat jest również ważny dla naszych pracowników. Dlatego jako pierwsi w Polsce podejmujemy wyzwanie InPost i przyłączamy się do projektu, w ramach którego udostępnimy klientom opakowania wielokrotnego użytku. Po odebraniu przesyłki pudełko wystarczy zwrócić do najbliższego Paczkomatu® InPost, by po dokładnym czyszczeniu wróciło do obiegu. Gorąco zachęcamy do udziału w akcji – dołączmy wspólnie cegiełkę do zielonej rewolucji w e-commerce! – **mówi Damian Zapłata, prezes eobuwie.pl S.A. z grupy CCC.**

Rafał Brzoska zaznacza z kolei, że dzięki bardzo rozbudowanej sieci Paczkomatów® – których jest już 15 000 – InPost jako jedyny w Polsce jest w stanie zadbać o to, aby opakowanie wracało do powtórnego obiegu.

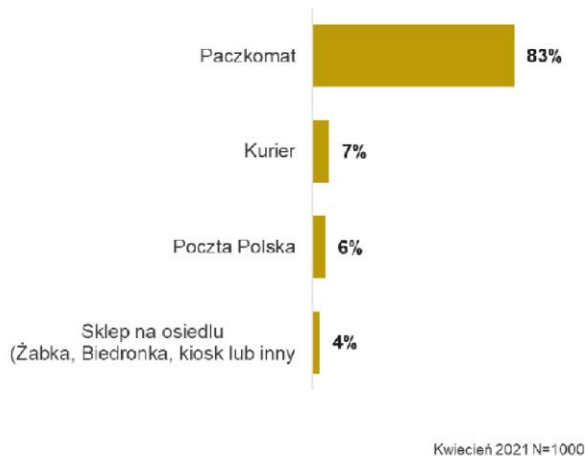
– W InPost zdajemy sobie sprawę, że przy obecnym wzroście rozwoju e-commerce kierunek jest jeden – logistyka musi być nowoczesna, wydajna i bardzo odpowiedzialna. Dlatego wierzymy, że nasi partnerzy w e-commerce dołączą do naszego projektu. Zapraszamy do projektu wszystkie firmy, które chcą wnieść swój wkład w działania ekologiczne. Opakowania wielokrotnego użytku to przyszłość – **podkreśla Rafał Brzoska.**

Oczywiście nie byłoby to możliwe bez proekologicznego zaangażowania MODIVO, które sukcesywnie realizuje strategię zrównoważonego rozwoju Grupy CCC. Jej celem jest realny i pozytywny wpływ na otaczającą rzeczywistość. Działania platformy e-commerce dotyczą czterech obszarów skupionych wokół: produktów, środowiska naturalnego, pracowników i społeczeństwa.

– Spośród wielu aktywności firmy warto wyróżnić m.in. wprowadzenie oraz promowanie marek, kolekcji oraz linii eco-friendly. Przyjazne środowisku materiały i zrównoważone podejście do mody to kluczowe dla brandu kwestie. Już wkrótce marka ogłosi organizacje i instytucje, z którymi podejmie

współpracę w 2022 roku i wspólnie będzie działać na rzecz środowiska oraz społeczeństwa, nie tylko w Polsce ale i za granicą – **dodaje Damian Zapłata**.

NAJBARDZIEJ EKOLOGICZNA FORMA WYSYŁKI



Paczkomaty® InPost są najbardziej ekologiczną formą zakupów internetowych¹. Z analiz InPostu wynika, że zamówienie przesyłki do paczkomatu zmniejsza emisję CO₂ nawet o 75% w porównaniu do dostawy bezpośrednio do domu klienta. Tylko w 2020 roku dostawy do Paczkomatów® InPost ograniczyły emisję CO₂ o ponad 180.000 ton. Dalszy rozwój i optymalizacja sieci Paczkomatów® InPost przyczyni się to do

ograniczenia ruchu samochodowego w miastach, co przełoży się na poprawę jakości powietrza i ochronę klimatu.

InPost (AEX: INPST) to wiodąca platforma dostaw dla e-commerce w Europie. Założony w 1999 roku przez Rafała Brzoskę w Polsce, InPost posiada sieć ponad 19.000 Paczkomatów® w Polsce, Wielkiej Brytanii i Włoszech, a także świadczy usługi kurierskie i fulfillment dla sprzedawców e-commerce w Polsce, współpracując z ponad 40.000 e-sprzedawców.

Strategicznie umiejscowiony w szybko rozwijającym się ekosystemie e-commerce, korzysta ze sprzyjających trendów rynkowych – co pozwala na szybkie wdrażanie nowych maszyn.

Paczkomaty® InPost zapewniają konsumentom tańszą, elastyczną, wygodną, przyjazną dla środowiska i bezdotykową opcję dostawy. Dzięki temu InPost tworzy najbardziej ekologiczne rozwiązanie dostaw dla handlu elektronicznego – dostawa do Paczkomatów® redukuje emisję CO₂ o dwie trzecie w porównaniu z dostawami kurierskimi na obszarach miejskich i aż o 90% na obszarach wiejskich. Ponadto pozwala na zmniejszenie zatorów komunikacyjnych, a także zapewnienie wygodniejszego rozwiązania w zakresie dostarczania paczek konsumentom w trybie 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu i bez konieczności oczekiwania na przesyłkę w domu.

Wysoce wydajna infrastruktura IT i szybkie wdrażanie nowych technologii stanowią podstawę działalności i rozwoju InPost. **Aplikacja mobilna InPost „InPost Mobile” to jedna z najpopularniejszych aplikacji w Polsce z blisko 8 mln aktywnych użytkowników.**

W styczniu 2021 InPost z sukcesem zadebiutował na giełdzie EURONEXT Amsterdam.

W lipcu 2021 roku InPost z sukcesem sfinalizował przejęcie Mondial Relay, wiodącej francuskiej firmy dostarczającej przesyłki w formacie 'poza domem' we Francji, krajach Beneluxu i na Półwyspie Iberyjskim. Tym samym InPost stał się największą w Europie platformą dostaw dla e-commerce. InPost i Mondial Relay dostarczyły łącznie w 2020 roku ponad 440 mln przesyłek.

Więcej informacji na: www.inpost.pl

¹ „Źródło: Kantar, badanie wizerunku marki InPost, kwiecień 2021, CAWI, N=1000”