

Głuchowo, 07.04.2026 r.

Informacja prasowa

**GLS Poland uruchamia wysyłki z Polski do USA i Azji.  
Eksport poza UE w przewidywalnym modelu**

GLS Poland rozwija swoją ofertę międzynarodową i uruchamia usługę GLS Global, umożliwiającą wysyłki z Polski do Stanów Zjednoczonych oraz Chin – a szerzej także na kluczowe rynki Azji i Pacyfiku. To odpowiedź na rosnące zainteresowanie polskich firm sprzedażą poza Unią Europejską oraz potrzebę bardziej przewidywalnych i skalowalnych rozwiązań logistycznych.

Nowa usługa wpisuje się w globalny trend, w którym eksport przestaje być domeną największych graczy, a staje się naturalnym kierunkiem rozwoju firm e-commerce i B2B. USA pozostają największym rynkiem e-commerce na świecie, natomiast Azja – z Chinami na czele – to dziś jedno z najważniejszych centrów globalnego handlu.

***„Dla wielu firm eksport poza UE to kolejny krok, ale często utrudniany przez złożoność procesu. Naszą rolą jest go uporządkować i wyręczyć klienta w tym co często jest największym wyzwaniem – logistyka - od transportu po kwestie celne”*** – mówi Tomek Zwiercan, Managing Director w GLS Poland.

W praktyce oznacza to dostęp nie tylko do dwóch kierunków, ale do całego regionu.

***„USA i Chiny to najbardziej rozpoznawalne rynki, ale w rzeczywistości otwieramy firmom dostęp do całego regionu APAC – w tym m.in. Hongkongu, Japonii, Singapuru czy Korei Południowej. Dzięki temu firmy mogą rozwijać sprzedaż stopniowo, w zależności od swoich możliwości i strategii”***. – dodaje.

**Logistyka, która wspiera sprzedaż – nie tylko transport**

GLS Global opiera się na modelu, który zakłada pełną kontrolę nad procesem – od nadania w Polsce, przez transport i odprawę celną, aż po doręczenie w kraju docelowym i tym samym porządkuje jeden z najbardziej złożonych elementów sprzedaży zagranicznej – logistykę. Zamiast łączenia wielu dostawców i rozproszonych procesów, firmy otrzymują jedno, spójne rozwiązanie, które pozwala zachować kontrolę nad całym przebiegiem dostawy. W praktyce oznacza to większą przewidywalność kosztów i czasu doręczenia oraz ograniczenie ryzyka błędów formalnych, które często pojawiają się przy eksporcie poza UE.

Taki model pozwala również rozwijać sprzedaż zagraniczną bez konieczności każdorazowego budowania nowych procesów logistycznych – co ma kluczowe znaczenie przy skalowaniu biznesu.

Dzięki współpracy z lokalnymi partnerami oraz globalnej sieci operacyjnej, proces jest spójny i przewidywalny niezależnie od kierunku.

W przypadku Azji kluczową rolę odgrywa partnerstwo z SF Express – największym operatorem logistycznym w regionie – co zapewnia pełne pokrycie operacyjne i efektywną obsługę ostatniej mili. Z kolei w Stanach Zjednoczonych GLS działa jako lokalny operator, co przekłada się na bardzo dobrą znajomość rynku oraz rozwiniętą sieć sprawdzonych partnerstw, wspierających efektywną realizację dostaw.

### **Efektywność kosztowa bez utraty szybkości**

GLS Global wykorzystuje model łączony – drogowo-lotniczy – który pozwala firmom utrzymać równowagę między czasem dostawy a kosztem. Dzięki temu możliwe jest oferowanie konkurencyjnych warunków klientom końcowym bez konieczności ponoszenia wysokich kosztów transportu lotniczego. W praktyce oznacza to większą elastyczność w kształtowaniu oferty, lepszą kontrolę marży i możliwość skalowania sprzedaży zagranicznej w sposób bardziej efektywny kosztowo.

Standardowy czas doręczenia wynosi około 5–14 dni roboczych dla USA oraz 5–7 dni roboczych dla dużych miast w Chinach.

### **Największa bariera? Nie rynek, tylko przygotowanie**

Choć potencjał eksportowy jest duży, wiele firm nadal wstrzymuje się z wejściem na rynki poza UE – głównie ze względu na złożoność procesu.

***„Firmy nie boją się dziś USA czy Chin jako rynków, tylko ryzyka błędów – szczególnie w obszarze dokumentacji i formalności. W praktyce eksport nie zaczyna się od wysyłki, tylko od właściwego przygotowania procesu”.***

– podkreśla Piotr Sawicki, Project Manager Customs Compliance w GLS Poland.

Jednym z kluczowych elementów jest odpowiednie zaprojektowanie modelu dostawy – w tym zasad podziału kosztów i odpowiedzialności. Dlatego coraz większego znaczenia nabiera wsparcie partnera logistycznego już na etapie projektowania procesu – a nie dopiero przy samej wysyłce.

*„Właściwe dopasowanie warunków dostawy, takich jak Incoterms®, ma bezpośredni wpływ na doświadczenie odbiorcy i przewidywalność całego procesu. To decyzja biznesowa, a nie tylko operacyjna”* – dodaje Piotr Sawicki.

Dopiero w kolejnym kroku pojawiają się kwestie formalne – jak numer EORI (identyfikator firmy w systemie celnym) czy poprawna klasyfikacja towarów (HS/CN) – które warunkują sprawną odprawę celną i terminowość dostaw.

***„W praktyce to właśnie połączenie tych elementów – od modelu dostawy, przez dokumentację, aż po operacyjną realizację – decyduje o powodzeniu eksportu. Dlatego w ramach GLS Global firmy mogą liczyć na wsparcie w uporządkowaniu całego procesu, co pozwala ograniczyć ryzyko błędów i szybciej przejść od planów do realnej sprzedaży na rynkach poza UE”.***

– dodaje Piotr Sawicki z GLS Poland.

## **„World Tour” biznesu – eksport jako stały element strategii**

GLS Poland rozwija komunikację usług międzynarodowych w ramach koncepcji „World Tour” – pokazując eksport jako proces powtarzalny możliwy do skalowania z zaufanym partnerem, a nie jednorazowe działanie.

W tym podejściu Europa pozostaje „codzienną sceną”, natomiast USA i rynki Azji to kolejne przystanki na trasie rozwoju biznesu – dostępne dzięki jednej, spójnej sieci logistycznej, wspieranej przez lokalną obecność i partnerów operacyjnych na rynkach docelowych.

***„Wsparcie polskich eksporterów nie powinno być traktowane jako projekt specjalny, tylko standardowy proces. Naszą rolą jest sprawić, żeby był on dla klientów przewidywalny i bezproblemowy – niezależnie od tego, czy mówimy o wysyłkach do Berlina, Nowyego Jorku czy Szanghaju”.*** – podsumowuje dyrektor zarządzający GLS Poland Tomek Zwiercan.

### **Kontakt dla mediów**

#### **Małgorzata Markowska, GLS Poland**

E-mail: [malgorzata.markowska@gls-poland.com](mailto:malgorzata.markowska@gls-poland.com)

Telefon: +48 695 354 791

#### **Katarzyna Pacelik (Mamak), PR Calling**

E-mail: [katarzyna.mamak@prcalling.pl](mailto:katarzyna.mamak@prcalling.pl)

Telefon: +48 571 273 612

### **O Grupie GLS**

Grupa GLS jest jednym z największych niezależnych dostawców usług kurierskich w Europie, z rozwiniętą aktywną obecnością w prawie wszystkich krajach kontynentu. W ramach sieci spółek zależnych, działa również w Kanadzie i na Zachodnim Wybrzeżu USA. Każdego dnia pozwala to GLS sprawnie dostarczać klientom i społecznościom miliony paczek i związanych z nimi historii. Swoją siecią GLS zarządza proaktywnie – rynki, na których działa, łączy w sposób elastyczny i zwinny, reagując na ich szybkie zmiany i dynamikę. Firma jest dumna z tego, że zapewnia swoim klientom wysokiej jakości usługi w ponad 40 krajach. Sieć GLS składa się z ponad 120 centrów dystrybucyjnych, ponad 1,6 tys. filii, ponad 36,6 tys. pojazdów odpowiadających za ostatni etap dostawy i 6,5 tys. samochodów liniowych. Gwarantuje to doskonałą elastyczność i zwiększony zasięg działania. W latach 2023/2024 Grupa GLS wygenerowała rekordowe przychody w wysokości 5,6 miliardów euro, dostarczając 905 milionów paczek na wszystkich obsługiwanych rynkach. Więcej informacji na stronie [gls-group.com](http://gls-group.com).