



KULTURA BIZNESU

ALGERIA

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny. Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Dodatkowe informacje: redakcja@trade.gov.pl

Warszawa, styczeń, 2026

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z algierskimi partnerami.....	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z algierskimi partnerami	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli algierska etykieta w praktyce	5
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój.....	6
Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych	6
Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu	7
Upominek czy niezręczność? O prezentach w algierskim biznesie	8
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji	9
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Algierii	9
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać algierskim partnerom	10

Kultura biznesu w Algierii

Algieria, jako największe państwo Afryki Północnej, jest krajem o bogatej historii, zróżnicowanym społeczeństwie i unikalnej kulturze biznesowej, której zrozumienie jest kluczem do skutecznego nawiązywania i rozwijania relacji handlowych.

Relacje osobiste odgrywają w Algierii kluczową rolę w prowadzeniu interesów – zanim dojdzie do konkretnych ustaleń, niezbędne jest zbudowanie wzajemnego zaufania, co wymaga czasu, cierpliwości i zrozumienia lokalnych zwyczajów. Algierczycy, mimo impulsów do nowoczesności, zachowują wiele tradycyjnych norm społecznych, które mają wpływ na sposób komunikacji, negocjacji czy codziennego funkcjonowania w środowisku biznesowym. Równocześnie społeczeństwo dzieli się na bardziej konserwatywnych muzułmanów oraz zwolenników laickiej kultury zachodniej, co również znajduje odzwierciedlenie w różnorodności podejść do prowadzenia rozmów handlowych.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z algierskimi partnerami

Charakterystyczną cechą algierskich przedsiębiorców jest ich elastyczność w podejściu do branży, w której działają – średnio co dwa lata zmieniają profil działalności firmy, często pod wpływem nowych informacji o potencjalnie bardziej opłacalnych sektorach. Mimo starań algierskiego rządu, przemysł w kraju jest słabo rozwinięty, przez co większość towarów musi być importowana. Największymi graczami na tamtejszym rynku są

Włochy, Francja, Turcja i Chiny, przy czym wpływy Francji regularnie maleją. Algierczycy aktywnie poszukują nowych partnerów handlowych, co otwiera szanse na współpracę dla innych krajów, w tym dla Polski.

W kontekście prowadzenia rozmów biznesowych w Algierii, warto pamiętać, że językami biznesu są francuski oraz algierski dialekt języka arabskiego. W kontaktach interpersonalnych obowiązują zarówno gesty charakterystyczne dla kultury arabskiej, jak i europejskiej. Typowym przywitaniem jest podanie ręki połączone z gestem uderzenia pięścią w serce, co wyraża szacunek i serdeczność.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z algierskimi partnerami

Planowanie spotkań z algierskimi partnerami najlepiej realizować telefonicznie, ponieważ Algierczycy niechętnie korzystają z poczty elektronicznej i często nie odpowiadają na wysyłane maile. Warto mieć na uwadze, że mimo ogólnych stereotypów dotyczących krajów arabskich, Algierczycy przywiązują dużą wagę do umawianych spotkań oraz terminów, traktując je z należytą powagą i starannością.

Same spotkania przebiegają zazwyczaj w przyjemnej atmosferze, sprzyjającej wymianie licznych, interesujących pomysłów handlowych. Należy jednak mieć na uwadze, że pomimo bogactwa koncepcji pojawiających się podczas rozmów, większość z nich ostatecznie nie zostaje wcielona w życie.

Powitania, tytuły i zasady – czyli algierska etykieta w praktyce

Spółeczeństwo algierskie charakteryzuje się dużym egalitaryzmem, dlatego wszelkie próby obnoszenia się ze swoim statusem materialnym czy zamożnością są niemile widziane i mogą zostać negatywnie odebrane. Powitania w Algierii odbywają się zazwyczaj poprzez podanie ręki i wypowiedzenie zwrotu „bonjour” lub „salam alejkum”. Na znak szacunku można również zaciśniętą pięścią delikatnie dotknąć klatki piersiowej na wysokości serca, co jest dobrze postrzeganym gestem.

W relacjach interpersonalnych niezwykle ważne jest okazywanie uprzejmości wobec rozmówcy, która zostaje odwzajemniona. Z kolei wszelkie przejawy arogancji mogą spotkać się z bardzo silną, negatywną reakcją – niekiedy wyrażoną podniesionym głosem, a w skrajnych przypadkach nawet przemocą. Algierczycy mają impulsywną naturę – gdy poczuć się urażeni, reagują gwałtownie, jednak uspokojenie ich, zwłaszcza przy użyciu łagodnego tonu, jest zazwyczaj skuteczne i następuje dość szybko.

Na co dzień są to osoby życzliwe i uczynne, a w kontaktach cenią sobie poczucie humoru swojego rozmówcy. W wielu aspektach ich sposób bycia przypomina Polaków – zwracają się do siebie zarówno per „Pan”, jak i po imieniu, w zależności od stopnia zażyłości. Zanim przejdą do właściwego tematu rozmowy, poświęcają czas na upewnienie się, że u ich rozmówcy wszystko w porządku, zadając pytania w rodzaju „ça va?”. Lubią też wspólne posiłki oraz niezobowiązujące, pozabiznesowe pogawędki, które wzmacniają relacje i budują zaufanie.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W Algierii obowiązuje klasyczny styl ubioru w środowisku biznesowym, który odzwierciedla profesjonalizm i szacunek wobec partnerów. W przypadku kobiet szczególnie ważne jest, aby strój był skromny – powinien zakrywać kolana, łokcie oraz szyję. Taki sposób ubierania się nie tylko wpisuje się w lokalne normy kulturowe, ale również świadczy o znajomości zasad panujących w algierskim społeczeństwie i pomaga budować pozytywny wizerunek w relacjach zawodowych.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

Algierczycy na ogół nie prowadzą intensywnego życia towarzyskiego, a społeczeństwo dzieli się na dwie główne grupy – konserwatywnych muzułmanów oraz zwolenników kultury laickiej, często zafascynowanych francuskim stylem życia. Przedstawiciele tej drugiej grupy chętnie odwiedzają lokale serwujące alkohol, które zazwyczaj zlokalizowane są w hotelach lub w centrum miasta, choć często funkcjonują w dość dyskretnych, zakamuflowanych miejscach. Podczas tego rodzaju spotkań panuje swobodna, przyjazna atmosfera, a jedyną zasadą jest zachowanie zwykłej uprzejmości – nie obowiązuje żadna formalna etykieta, a uczestnicy mogą być po prostu sobą.

Z kolei w przypadku konserwatywnych muzułmanów spotkania towarzyskie mają charakter rodzinny i odbywają się w zamkniętych kręgach. Otrzymanie zaproszenia na takie przyjęcie jako cudzoziemiec jest wyrazem dużego zaufania i szacunku. W tego typu sytuacjach nie obowiązują specjalne zasady etykiety, poza jedną istotną kwestią – nie należy przynosić alkoholu

w prezencji, gdyż byłoby to niezgodne z wartościami wyznawanymi przez gospodarzy.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

Styl prowadzenia negocjacji w Algierii ma swoją specyfikę, którą warto dobrze poznać przed rozpoczęciem rozmów biznesowych. Algierczycy przykładają dużą wagę do budowania relacji, dlatego przed przejściem do meritum często prowadzą rozmowy „o niczym”, starając się lepiej poznać swojego partnera. Bezpośredni kontakt osobisty odgrywa kluczową rolę w procesie nawiązywania relacji handlowych, a wspólne posiłki są istotnym elementem budowania zaufania i zacieśniania więzi.

Kiedy jednak przychodzi czas na negocjacje, Algierczycy wykazują się dużą intensywnością i ostrością w podejściu do ustalania warunków współpracy. Najważniejszym elementem dla algierskich partnerów jest osiągnięcie jak najniższej ceny, a w początkowej fazie negocjacji niemal zawsze uznają przedstawioną ofertę cenową za zbyt wysoką. W takich sytuacjach oczekują stopniowego obniżania ceny, ale jednocześnie cenią sobie postawę, która wyraża ciągłe zainteresowanie i determinację w dążeniu do zawarcia umowy.

W algierskiej kulturze negocjacyjnej pozytywnie odbierane jest określenie „agresywny”, które oznacza osobę stanowczą, konsekwentnie narzucającą swoją koncepcję i dążącą do osiągnięcia zamierzonych celów. Taka postawa, wyrażająca silną determinację i nacisk, budzi szacunek i zwiększa szansę na przekonanie partnera do swoich propozycji. Należy jednak unikać gestów dobrej woli, takich jak wcześniejsze ustępstwa z nadzieją na

wzajemność – algierska strona może takie działania uznać za słabość lub porażkę, a nie za przejaw kompromisu.

Kluczowe jest zachowanie spokoju i konsekwentne trzymanie się swojego stanowiska, dopóki druga strona nie zacznie wykazywać oznak gotowości do ustępstw. Warto mieć jednak świadomość, że nawet jeśli algierscy negocjatorzy zgodzą się na pewne ustępstwa w trakcie rozmów, może to być jedynie taktyka pozwalająca utrzymać kontakt i relację. W praktyce mogą później nie zrealizować ustalonych warunków, wracając do swoich pierwotnych postulatów. Dlatego kluczowe jest, aby również po zakończeniu negocjacji zachować czujność i ściśle kontrolować realizację ustaleń, aby mieć pewność, że wypracowane warunki zostaną faktycznie dotrzymane.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w algierskim biznesie

W algierskim świecie biznesu upominki są mile widziane i stanowią istotny element budowania pozytywnych relacji. Algierczycy z dużą sympatią podchodzą do wszelkiego rodzaju prezentów, które traktowane są jako gest uprzejmości i wyraz szacunku wobec partnera. Wręczenie drobnego upominku może pomóc w przełamaniu lodów, zacieśnieniu kontaktów oraz stworzeniu bardziej przyjaznej atmosfery sprzyjającej dalszej współpracy. Dobrym wyborem są słodkie, owoce lub kwiaty, natomiast należy unikać wręczania alkoholu.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W korespondencji z algierskimi partnerami biznesowymi istotne jest dostosowanie stylu i kanałów komunikacji do rodzaju podmiotu, z którym prowadzona jest współpraca. W przypadku dużych firm oraz administracji publicznej konieczne jest zachowanie formalnego tonu w pismach i dokumentach. Jednak sama formalna korespondencja rzadko wystarcza. Aby pisma zostały rozpatrzone, należy dodatkowo przypominać się telefonicznie oraz stosować naciski za pomocą nieformalnych kanałów komunikacji. Tylko takie podejście zwiększa szanse na skuteczne załatwienie sprawy.

W relacjach z mniejszymi firmami preferowane są bardziej bezpośrednie formy kontaktu, takie jak rozmowy telefoniczne czy komunikacja przez WhatsApp, które są szybkie i wygodne dla obu stron. Choć czasami zdarza się, że mniejsze przedsiębiorstwa odpowiadają również na maile, to nawet w takich przypadkach konieczne jest późniejsze telefoniczne ponaglenie, aby uzyskać odpowiedź. Niezależnie od wybranego kanału, aktywne podtrzymywanie kontaktu jest kluczowe dla sprawnej i skutecznej komunikacji w algierskim środowisku biznesowym.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Algierii

Nawiązywanie kontaktów biznesowych w Algierii najlepiej rozpocząć od uczestnictwa w targach handlowych oraz wydarzeniach organizowanych we współpracy z ambasadą, które stanowią doskonałą okazję do poznania potencjalnych partnerów i nawiązania pierwszych relacji. W przypadku największych algierskich firm proces budowania kontaktów jest znacznie

bardziej wymagający – dostęp do tych przedsiębiorstw jest ograniczony, a relacje z nimi tworzy się stopniowo, często przez wiele lat.

Z kolei mniejsi przedsiębiorcy są znacznie bardziej otwarci na współpracę i zazwyczaj sami zgłaszają się do ambasady z zapytaniami dotyczącymi możliwości biznesowych. W takich przypadkach ambasada przekazuje ich prośby oraz propozycje do Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu (PAIH), co umożliwia nawiązanie bezpośredniego kontaktu i rozpoczęcie rozmów o potencjalnej współpracy. Taki model działania ułatwia budowanie sieci kontaktów i zwiększa szanse na skuteczne wejście na algierski rynek.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać algierskim partnerom

Przygotowując prezentację dla algierskich partnerów biznesowych, warto zadbać o to, aby była ona przejrzysta, konkretna i dobrze zbalansowana pod względem treści wizualnej oraz merytorycznej. Kluczowe znaczenie ma przedstawienie wizualizacji produktu, która pozwoli odbiorcom lepiej zrozumieć jego wygląd i funkcjonalność. Niezbędne jest również zawarcie szczegółowych danych technicznych oraz opisu funkcji oferowanego rozwiązania, co podkreśli jego wartość i zastosowanie w praktyce.

Jednak najważniejszym elementem prezentacji, który wywiera największe wrażenie na algierskich partnerach, jest atrakcyjna cena. W algierskim modelu negocjacyjnym koszt odgrywa kluczową rolę, dlatego warto odpowiednio wyeksponować konkurencyjność cenową oferty, co zwiększy szanse na zainteresowanie i rozpoczęcie rozmów handlowych.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Algierze

Opracowanie: Redakcja portalu Trade.gov.pl

ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

www.trade.gov.pl



**Polska Agencja
Inwestycji i Handlu**
Grupa PFR