



KULTURA BIZNESU

KANADA

© 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, kwiecień, 2026

Spis treści

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

Kultura biznesu w Kanadzie

Kanada stanowi niezwykle atrakcyjny kierunek eksportowy dla polskich przedsiębiorstw, oferując dostęp do stabilnej, wysoko rozwiniętej gospodarki o dużej sile nabywczej i rosnącym rynku konsumenckim. Dzięki umowie CETA polskie firmy mogą korzystać z szerokich preferencji handlowych, w tym eliminacji większości ceł oraz dostępu do zamówień publicznych na wszystkich szczeblach administracji. Silna obecność Polonii, sprzyja nawiązywaniu relacji biznesowych i zwiększa popyt na polskie produkty, zwłaszcza w sektorze spożywczym. Kanada oferuje również perspektywy rozwoju w wielu branżach, takich jak przemysł elektromaszynowy, lotniczy, meblarski czy rolno-spożywczy, a jednocześnie może pełnić rolę strategicznej bramy do rynku amerykańskiego.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z kanadyjskimi partnerami

Językami oficjalnymi w Kanadzie są angielski i francuski, przy czym w biznesie dominuje angielski. W prowincji Quebec szeroko stosowany jest język francuski. Planując działania handlowe, należy unikać okresu wakacyjnego (lipiec-sierpień) oraz świąt Bożego Narodzenia, kiedy aktywność biznesowa wyraźnie spada. Warto również pamiętać, że Kanada nie jest tożsama ze Stanami Zjednoczonymi i powinna być traktowana jako odrębny rynek o własnych uwarunkowaniach kulturowych. W relacjach interpersonalnych Kanadyjczycy zachowują umiarkowany

dystans (około 30–40 cm), a kontakt fizyczny w środowisku biznesowym jest ograniczony.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z kanadyjskimi partnerami

W Kanadzie istotna jest punktualność, na spotkania należy przychodzić o czasie, a często nawet kilka minut wcześniej. Standardowe godziny pracy to zazwyczaj od poniedziałku do piątku, od 9:00 do 17:00, przy czym preferowaną porą na spotkania są godziny poranne. Propozycje spotkań powinny być składane w formie pisemnej z co najmniej tygodniowym wyprzedzeniem, a raz ustalone terminy nie wymagają dodatkowego potwierdzania. Należy unikać organizowania spotkań w soboty oraz w piątkowe popołudnia. W trakcie rozmów biznesowych dużą wagę przywiązuje się do poszanowania opinii wszystkich uczestników – niezależnie od ich stanowiska czy statusu, każdy oczekuje możliwości wyrażenia swojego zdania i bycia wysłuchanym.

Powitania, tytuły i zasady – czyli kanadyjska etykieta w praktyce

W kontaktach biznesowych w Kanadzie standardową formą powitania jest uścisk dłoni, któremu powinien towarzyszyć uśmiech i kontakt wzrokowy. Warto pamiętać, że w zależności od pochodzenia kulturowego sposób powitania może się różnić, Kanadyjczycy o brytyjskich korzeniach preferują bardziej zdystansowaną formę, natomiast osoby o francuskim pochodzeniu mogą być bardziej bezpośrednie. Relacje zawodowe mają zazwyczaj mniej formalny charakter a powszechną praktyką jest zwracanie się do partnerów biznesowych po imieniu, bez używania formalnych tytułów, które mogą

wprowadzać niepotrzebny dystans i nadawać rozmowie zbyt sztywny ton. Istotnym elementem kontaktów biznesowych jest wymiana wizytówek, które powinny być przygotowane w języku angielskim lub francuskim (a najlepiej w obu).

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W kanadyjskim środowisku biznesowym, zwłaszcza w dużych miastach, preferowany jest ubiór tradycyjny i stonowany. W mniejszych miejscowościach i na obszarach wiejskich styl ubioru jest zazwyczaj mniej formalny. Po godzinach pracy Kanadyjczycy ubierają się swobodniej, dostosowując strój do okazji.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

W Kanadzie obowiązują dość jasno określone godziny posiłków, śniadania spożywa się zazwyczaj między 7:00 a 9:00, lunch między 12:00 a 14:00, a kolację między 18:00 a 21:00. Spotkania biznesowe często odbywają się przy posiłkach. Warto planować obiady (odpowiadające raczej polskiej kolacji) tak, aby partnerzy mogli udać się na nie bezpośrednio po pracy. Rozpoczęcie posiłku należy do gospodarza lub gospodyni. W sektorze usług powszechnie przyjęte są napiwki na poziomie 15–25%. Jeśli zostaniesz zaproszony na drinka przez partnera biznesowego, warto przyjąć zaproszenie, ponieważ odmowa bez wyraźnego powodu może zostać odebrana jako nietakt, a takie spotkania sprzyjają budowaniu bardziej osobistych relacji.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

W Kanadzie proces podejmowania decyzji biznesowych jest zazwyczaj oparty na dokładnej analizie wszystkich dostępnych informacji, dlatego finalne ustalenia zapadają dopiero po ich zebraniu. Komunikacja ma charakter bezpośredni i przejrzysty. Zarówno w rozmowach jak i w korespondencji e-mailowej czy telefonicznej oczekuje się jasnych i zwięzłych przekazów. Po wstępnym powitaniu często pojawia się prośba o prezentację firmy, którą poprzedza krótka, niezobowiązująca rozmowa. W negocjacjach warto przedstawiać realistyczną ofertę wyjściową, pozostawiając jednak pewien margines do dalszych ustępstw, przy czym uzgadnianie cen i warunków kredytowych może być czasochłonne. Kluczowe znaczenie ma terminowość w realizacji zobowiązań, takich jak dostawy czy płatności. Dobrymi tematami do rozmów są sport (np. hokej), pogoda czy podróże, natomiast należy unikać kwestii politycznych i religijnych. Proces negocjacyjny często wymaga kilku spotkań, choć formuła zdalna jest powszechnie akceptowana. Ważne jest także budowanie partnerskiej, przyjaznej atmosfery współpracy, opartej na podejściu zespołowym, a nie rywalizacyjnym.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w kanadyjskim biznesie

W Kanadzie wręczanie prezentów podczas pierwszego spotkania biznesowego nie jest powszechną praktyką. Jeśli jednak zostaniesz zaproszony do domu partnera, mile widziane są drobne upominki, takie jak wino lub deser, np. tort. Prezenty zazwyczaj są otwierane od razu po ich

otrzymaniu. W relacjach biznesowych, szczególnie w sektorze prywatnym, dopuszczalne są niewielkie upominki, natomiast w kontaktach z przedstawicielami sektora publicznego obowiązują ograniczenia, nie mogą oni przyjmować prezentów o wartości przekraczającej 50 CAD.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W komunikacji biznesowej w Kanadzie dużą wagę przywiązuje się do sprawnej i efektywnej wymiany informacji. Odpowiedzi na wiadomości e-mail powinny być udzielane możliwie szybko, najlepiej w ciągu 24 godzin. E-mail jest preferowaną formą kontaktu, a korespondencja powinna być precyzyjna, rzeczowa i zawierać jasne elementy zachęcające do działania.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Kanadzie

Kanadyjczycy już od pierwszego spotkania mogą sprawiać wrażenie bardzo otwartych i bezpośrednich, jednak budowanie rzeczywistego zaufania biznesowego wymaga czasu i zazwyczaj wielu kolejnych kontaktów. Jednocześnie dużą rolę odgrywają spotkania o mniej formalnym charakterze, które sprzyjają nawiązywaniu relacji i pogłębianiu współpracy.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać kanadyjskim partnerom

Prezentacja oferty dla partnerów kanadyjskich powinna być przygotowana w sposób szczegółowy i precyzyjny, a materiały informacyjne najlepiej opracować w języku angielskim lub francuskim. Jednocześnie same prezentacje powinny być przejrzyste i zwięzłe, z ograniczoną ilością tekstu

oraz wykorzystaniem elementów wizualnych. Dopuszczalne jest również wprowadzenie lekkich, humorystycznych akcentów, które mogą pozytywnie wpłynąć na odbiór i zaangażowanie odbiorców.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Toronto

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