



Informacja dla eksportera

Sektor rolno-spożywczy Królestwa Arabii Saudyjskiej



Opracowano w Departamencie Wsparcia Eksportu KOWR

Warszawa, czerwiec 2023 r.

Spis treści:

1. RYNEK ROLNO-SPOŻYWCZY	3
2. DOSTĘP DO RYNKU	5
2.1 Umowy, regulacje handlowe, istotne przepisy.....	5
2.2 Uzgodnione weterynaryjne świadectwa zdrowia i świadectwa fitosanitarne	6
2.3 Utrudnienia handlowe, zakazy i blokady.....	6
3. SZANSE EKSPORTOWE DLA POLSKICH PRODUKTÓW ROLNO-SPOŻYWCZYCH. 7	
Produkty perspektywiczne w wymianie handlowej:	7
4. WYMIANA HANDLOWA Z POLSKĄ.....	8
5. ABC KULTURY BIZNESOWEJ	9
6. DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE KOWR NA RYNKU ZEA.....	14

KAS (Królestwo Arabii Saudyjskiej)



1. RYNEK ROLNO-SPOŻYWCZY ^{1 2}

Informacja ogólna

- KAS to największa gospodarka spośród krajów arabskich i 18 największa gospodarka na świecie. Liczba ludności to ok. 38,4 mln. Powierzchnia kraju: 2,5 mln km.kw. Religia oficjalna: islam (99% ludności).
- Gospodarka Arabii Saudyjskiej tradycyjnie była w dużej mierze zdominowana przez eksport ropy naftowej. W 2016 r. rząd ogłosił program Saudi Vision 2030, który przewiduje szereg programów i inwestycji mających na celu dywersyfikację gospodarki Arabii Saudyjskiej i zmniejszenie zależności kraju od ropy naftowej i gazu ziemnego. Do znaczących projektów należy NEOM. Inne duże projekty obejmują park energii King Salman, Qiddiya, Diriyah Gate, projekt Morze Czerwone oraz AMAALA.
- KAS jest członkiem unii celnej Rady Współpracy Zatoki Perskiej (GCC), w skład której wchodzi również Kuwejt, Bahrajn, Katar, Oman i ZEA. Członkostwo w unii celnej pozwala m.in. na wewnątrzunijny import bezcłowy 344 produktów rolno-spożywczych, w tym nieprzetworzonych surowców i produktów masowych wykorzystywanych przez branżę przetwórczą.
- Obecnie PKB na mieszkańca wynosi 23 600 EUR i zgodnie z przewidywaniami wzrośnie do około 29 000 EUR do 2040 roku. Arabia Saudyjska jest klasyfikowana przez Bank Światowy jako gospodarka o wysokich dochodach.
- Wzrost dochodu na osobę w ciągu ostatniego dziesięciolecia przyczynił się do zwiększenia wydatków na żywność. Gospodarstwa domowe wydają średnio

¹ "The Food and Beverage Market Entry Handbook: Saudi Arabia", European Research Executive Agency: https://rea.ec.europa.eu/publications/food-and-beverage-market-entry-handbook-saudi-arabia_en

² „Arabia Saudyjska – przewodnik po rynku”, Polska Agencja Inwestycji i Handlu <https://www.paih.gov.pl/publikacje/eksport>

6 400 EUR na produkty spożywcze. Część Saudyjczyków poszukuje żywności o najwyższej jakości i jest w stanie zapłacić za nią odpowiednio wysoką cenę.

- KAS sprawuje pieczę nad meczetami w Mekce i Medynie, które są miejscami świętymi dla wyznawców islamu - 1,97 mld muzułmanów na całym świecie. Co roku miejsca te odwiedzane są przez ok. 10 mln wiernych: 2 mln w czasie *Hadżdż* – dużej pielgrzymki (jej daty są ruchome), oraz 8 mln w ramach *Umra* – małej pielgrzymki, przez cały rok.
- Z uwagi na trudne warunki klimatyczne KAS nie jest w stanie wyprodukować wystarczającej ilości produktów rolno-spożywczych, by zaspokoić wewnętrzny popyt na te artykuły. Trzy czwarte żywności konsumowanej w kraju pochodzi z importu.
- Arabia Saudyjska jest w dużej mierze samowystarczalna pod względem produkcji jaj, ogórków i daktyli oraz posiada dużą bazę produkcyjną pomidorów, cebuli, mięsa drobiowego i produktów mlecznych.
- Arabia Saudyjska intensywnie inwestuje w modernizację sektora rolnego, koncentrując się na projektach dotyczących nawadniania i przekształcania pustynnych regionów w zielone obszary bardziej odpowiednie dla rolnictwa dzięki wykorzystaniu podziemnych warstw wodonośnych.
- Ze względu na pustynny klimat kraju oraz wzrost liczby ludności, rząd Arabii Saudyjskiej kupuje grunty rolne poza granicami kraju na potrzeby produkcji żywności. Przykładami takich zakupów są grunty w Argentynie, USA i krajach afrykańskich, takich jak Sudan i Tanzania.
- Sektor przetwórstwa spożywczego w Arabii Saudyjskiej jest dość duży, a inwestycje w tym sektorze osiągnęły rekordowy poziom 55 mld EUR w 2021 r. Główne wytwarzane produkty obejmują przekąski, produkty mleczne, przetworzone owoce i warzywa oraz przetworzone mięso. Ponieważ krajowa produkcja koncentruje się głównie na daktylach i innych produktach bardziej dostosowanych do pustynnego klimatu kraju, Arabia Saudyjska musi importować znaczącą ilość surowców dla krajowego sektora przetwórstwa żywności.
- Arabia Saudyjska jest importerem następujących produktów rolno-spożywczych: zboża (jęczmień, ryż, kukurydza, pszenica, gryka i proso), produkty mleczarskie (głównie sery i twarogi, skondensowane lub słodzone mleko i śmietanka, masło, jaja, kefiry i jogurty, serwatka), mięso (mrożone mięso drobiowe, mrożone i schłodzone mięso wołowe oraz baranina) oraz owoce i warzywa. Główni partnerzy handlowi Arabii Saudyjskiej w zakresie żywności to ZEA, Turcja, USA, Brazylia, Irlandia i Argentyna.
- Królestwo Arabii Saudyjskiej dokonuje zakupów pszenicy od zagranicznych dostawców jedynie w drodze międzynarodowych przetargów organizowanych przez Główny Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności (General Food Security Authority - GFSA). Nie są realizowane bezpośrednie zamówienia. Warunki

uczestnictwa w przetargach dostępne są na stronie Urzędu: <http://www.sago.gov.sa/import/suppliersDocs>.

- Społeczeństwo KAS jest bardzo młode. Liczba urodzeń na kobietę wynosi 2,5, a mieszkańcy w wieku do 25 lat stanowią 50% społeczeństwa. 83% populacji zamieszkuje obszary miejskie. Młodzi konsumenci z wysokim poziomem dochodu netto chętnie sięgają po produkty paczkowane i z wartością dodaną np. słodkie i słone przekąski, słodczyce, napoje, dania typu *convenience* i *fast food*. Młodzi konsumenci są otwarci na nowości i innowacje, w tym na zachodnie trendy spożywcze i produkty.
- W ciągu ostatnich dwudziestu lat KAS dotknęły ogromne zmiany społeczno-kulturowe. Wiele osób otworzyło się na zachodnią kulturę i kuchnię.

2. DOSTĘP DO RYNKU^{3 4 5}

2.1 Umowy, regulacje handlowe, istotne przepisy

- Świadczenie „halal” – w przypadku eksportu wyrobów mięsnych obowiązuje wymóg przedłożenia świadectwa uboju rytualnego „halal” wystawionego przez organizację islamską będącą członkiem Światowej Ligi Muzułmańskiej.
- Zakłady eksportujące mięso, ryby, miód i produkty mleczne muszą zostać zatwierdzone przez SFDA (*Saudi Food and Drug Authority*).
- Opłaty akcyzowe w Arabii Saudyjskiej zostały nałożone na produkty, które mają negatywny wpływ na zdrowie, tj.⁶:
 - 100% wyroby tytoniowe,
 - 50% napoje gazowane,
 - 100% napoje energetyczne,
 - 50% napoje słodzone.

³ „Przewodnik rynkowy dla przedsiębiorców: Arabia Saudyjska”, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości: <https://www.parp.gov.pl/index.php/component/publications/publication/331>

⁴ „Arabia Saudyjska – przewodnik po rynku”, Polska Agencja Inwestycji i Handlu: <https://www.paih.gov.pl/publikacje/eksport>

⁵ “The Food and Beverage Market Entry Handbook: Saudi Arabia”, European Research Executive Agency: https://rea.ec.europa.eu/publications/food-and-beverage-market-entry-handbook-saudi-arabia_en

⁶ “Rynki zagraniczne. Arabia Saudyjska. Informacje podatkowe”, Polska Agencja Inwestycji i Handlu: https://publikacje.paih.gov.pl/rynki_zagraniczne/ARABIA_SAUDYJSKA_podatki/

2.2 Uzgodnione weterynaryjne świadectwa zdrowia i świadectwa fitosanitarne

W wyniku prac podejmowanych przez polskie instytucje fitosanitarne i weterynaryjne mających na celu ułatwienie i uregulowanie zagranicznej wymiany handlowej artykułami rolno-spożywczymi, aktualny dostęp do rynku Królestwa Arabii Saudyjskiej przedstawia się następująco:

Obowiązujące weterynaryjne świadectwa zdrowia

- Świadectwo zdrowia dla wołowiny i produktów z mięsa wołowego wysyłanego z Polski do Królestwa Arabii Saudyjskiej,
- Świadectwo zdrowia dla mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego.

Negocjowane świadectwa zdrowia

- Mleko i produkty mleczne,
- Produkty rybołówstwa,
- Miód i produkty pszczele.

Produkty pochodzenia roślinnego

Nie ma procedury uzyskiwania dostępu do rynku ze względów fitosanitarnych; wymagane uzyskanie przez eksportera świadectwa fitosanitarnego.

2.3 Utrudnienia handlowe, zakazy i blokady

- Mięso wieprzowe i jego przetwory, alkohol oraz wszelkie produkty je zawierające – zakaz wynikający z zasad religijnych Islamu.
- Mięso drobiowe i produkty z mięsa drobiowego – częściowy zakaz związany z grypą ptaków HPAI, dotyczy województwa łódzkiego, mazowieckiego, warmińsko-mazurskiego i wielkopolskiego, z wyłączeniem produktów podlegającym obróbce termicznej, przeprowadzonej w sposób wystarczający do zabicia wirusa ptasiej grypy oraz zgodny z warunkami i standardami dotyczącymi zdrowia.
- Jaja konsumpcyjne i produkty jajeczne – częściowy zakaz związany z grypą ptaków HPAI, dotyczy województwa łódzkiego, mazowieckiego, warmińsko-mazurskiego i wielkopolskiego. Dotyczy jaj konsumpcyjnych i produktów jajecznych nieprzetworzonych termicznie lub w sposób zapewniający zniszczenie wirusa HPAI.
- Kosztowne i długotrwałe procedury dopuszczania artykułów spożywczych do obiegu towarowego wymagane przez SASO (*Saudi Standards, Metrology and*

Quality Organization). Dodatkowo produkty spożywcze muszą spełniać wymogi SFDA.

- Skomplikowane procedury eksportowe i importowe (które są powoli usprawniane).
- Opakowanie produktu oraz materiały promocyjne skierowane na rynek KAS nie mogą zawierać treści uznawanych za niezgodne z islamem lub saudyjską obyczajnością. Często oznacza to konieczność przygotowania specjalnych opakowań i materiałów na rynek saudyjski. Niektóre kolory, wizerunki zwierząt itp. mają silne konotacje kulturowe.
- Konkurencja cenowa – konieczność rywalizacji z lokalnymi producentami, jak również eksporterami. Produkty wytworzone w krajach Rady Współpracy Zatoki importowane są do KAS bezcłowo.
- Wysokie marże, opłaty półkowe i inne opłaty nakładane przez największych sprzedawców detalicznych na produkty wchodzące na rynek KAS. Niektóre sieci domagają się zwrotu kosztów produktów przeterminowanych.
- Brak świadomości, że produkty z Polski mają potencjał na rynku KAS.

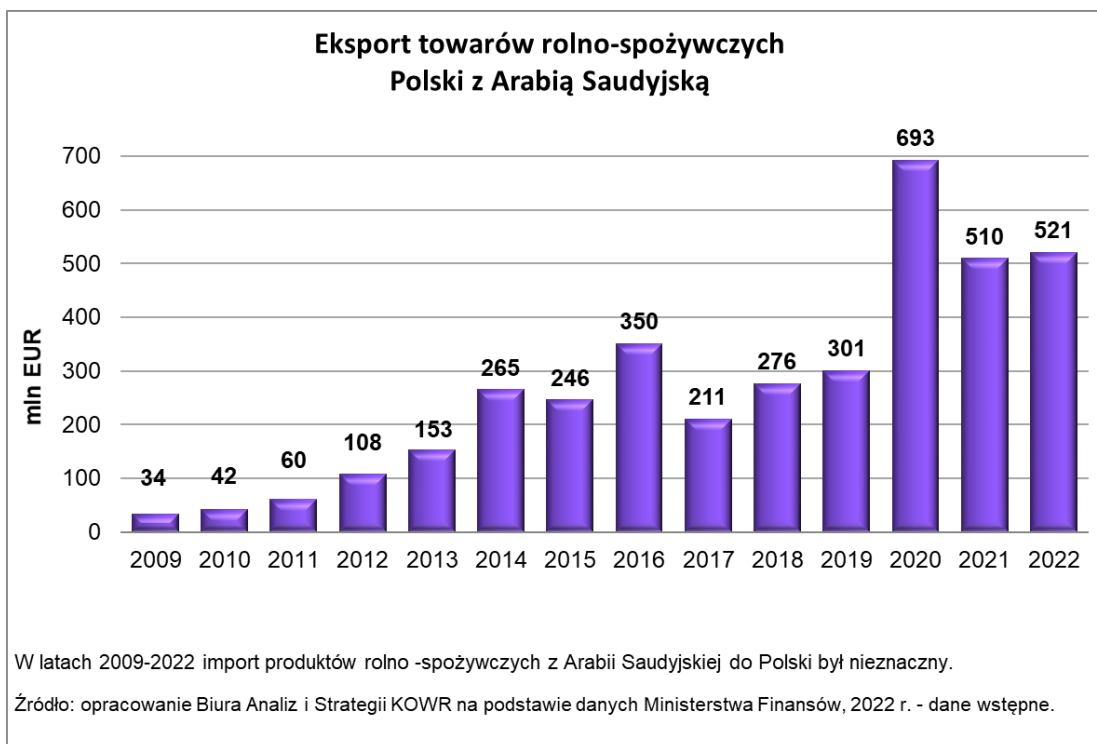
3. SZANSE EKSPORTOWE DLA POLSKICH PRODUKTÓW ROLNO-SPOŻYWCZYCH

Produkty perspektywiczne w wymianie handlowej:

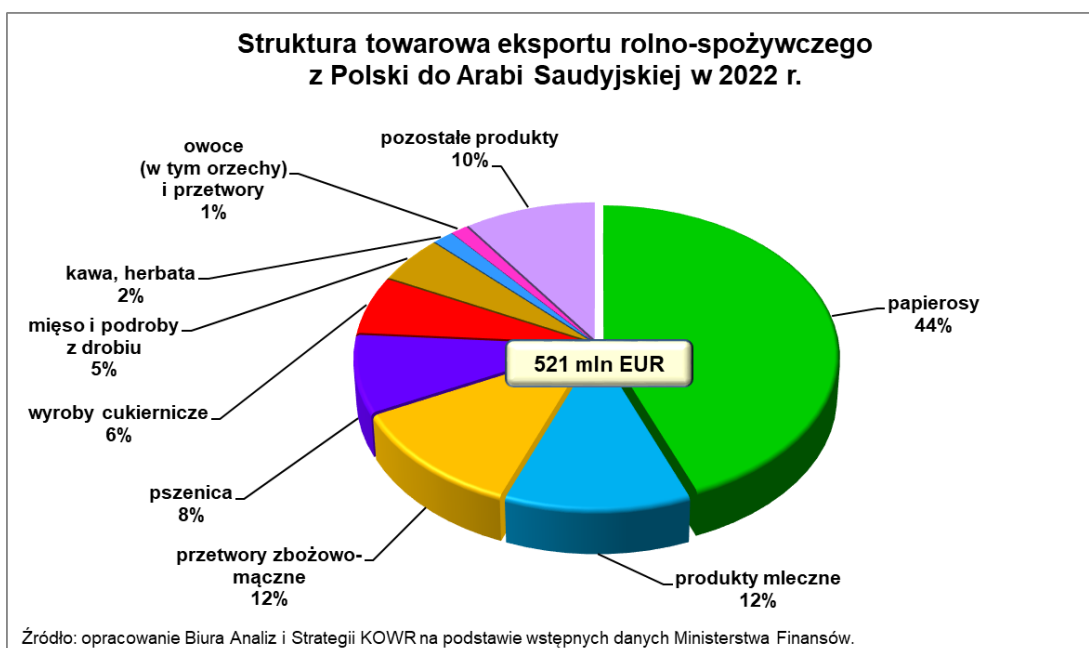
- Produkty mleczne,
- Mięso wołowe i drobiowe halal
- Zboża, głównie pszenica
- Produkty dla niemowląt,
- Cukier,
- Oleje i tłuszcze,
- Przetwory owocowe i warzywne,
- Przekąski,
- Napoje bezalkoholowe,
- Czekolady i słodycze,
- Produkty halal.
- Produkty prozdrowotne, dietetyczne, superfoods.

4. WYMIANA HANDLOWA Z POLSKĄ

- Arabia Saudyjska jest największym odbiorcą polskich produktów rolno-spożywczych spośród państw Bliskiego Wschodu i Afryki Północnej (MENA), a także czwartym pod względem wartości importerem polskich towarów rolno-spożywczych ogółem spośród krajów pozaunijnych. Eksport rolno-spożywczy z Polski do Arabii Saudyjskiej wykazywał stały wzrost od 2017 do 2020 roku, osiągając najwyższą wartość w roku 2020 (693 mln EUR). W roku 2021 i 2022 jego wartość spadła o ponad 20% w stosunku do 2020 r. zachowując wciąż wysoki poziom w stosunku do okresu przed pandemią. Spadek eksportu w 2021 r. związany był głównie ze znacznym zmniejszeniem eksportu pszenicy do KAS tj. o 53% w stosunku do 2020 r. (w wyniku zmiany dostawców, w 2021 r. KAS zaczęła eksportować pszenicę głównie z Ukrainy i Rosji). Import produktów rolno-spożywczych z Arabii Saudyjskiej jest nieznaczny.
- Szczególnie duże znaczenie ma eksport **produktów mleczarskich** (w 2022 r. Arabia Saudyjska była 5. pozaunijnym kierunkiem produktów mleczarskich) oraz **pszenicy** (7. pozaunijny kierunek eksportu dla pszenicy z Polski w 2022 r.).



- W 2022 r. w strukturze polskiego eksportu do KAS dominowały takie towary rolno-spożywcze jak: **wyroby tytoniowe, produkty mleczne, przetwory zbożowo-mączne**, pszenica, **wyroby cukiernicze, mięso i podroby z drobiu, kawa i herbata, owoce i przetwory**.



5. ABC KULTURY BIZNESOWEJ^{7 8 9}

Warto wiedzieć – wybrane kwestie obyczajowe i kulturowe:

- Islam reguluje niemal każdy aspekt życia w KAS. Stanowi podstawę przepisów prawa, zasad codziennego postępowania i kontaktów. Prawo nie przewiduje wyznawania innych religii przez obywateli KAS (zgodnie z prawem szariatu oficjalne odejście od islamu karane jest śmiercią). Obowiązuje zakaz publicznego praktykowania religii innych niż islam przez cudzoziemców.
- Do KAS nie wolno wwozić żadnych produktów alkoholowych i wieprzowych, broni, symboli kultu religijnego innego niż islam ani zdjęć, filmów i wszelkich publikacji, które – w bardzo szerokim sensie – mogłyby zostać zinterpretowane jako pornograficzne. Kary za wykroczenia i przestępstwa są zazwyczaj wyższe i bardziej dotkliwe niż w Europie. Przestępstwa obyczajowe karane są aresztem i chłostą. Za posiadanie narkotyków grozi kara śmierci.

⁷ „Różnice kulturowe w międzynarodowych relacjach biznesowych”, Ministerstwo Spraw Zagranicznych: <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/roznice-kulturowe-w-miedzynarodowych-relacjach-biznesowych>

⁸ „Przewodnik rynkowy dla przedsiębiorców: Arabia Saudyjska”, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości: <https://www.parp.gov.pl/index.php/component/publications/publication/331>

⁹ „Arabia Saudyjska – przewodnik po rynku”, Polska Agencja Inwestycji i Handlu: <https://www.paih.gov.pl/publikacje/eksport>

- W kulturze islamu kontakty z kobietami spoza swojej rodziny są niewskazane i mogą zostać uznane za zniewagę. W większych miastach Saudyjki dosyć swobodnie kontaktują się jednak z mężczyznami.
- Homoseksualizm zagrożony jest wysokimi karami – od kary chłosty, poprzez pozbawienie wolności, teoretycznie do kary śmierci włącznie.
- Wiara i religia postrzegane są jako podstawowe wartości. Nie należy krytykować islamu ani żadnej innej religii. Arabowie cenią pobożność i szanują ludzi, którzy szczerze wyznają swoją wiarę (lepiej nie wspominać o tym, że jest się ateistą lub agnostykiem).
- Święta muzułmańskie wpływające na ciągłość pracy w KAS to *Eid Al Adha* – Święto Ofiarowania (ruchome, trwa ok. 5 dni) oraz Ramadan – miesiąc postu (święto ruchome). Ramadan to najważniejszy okres w roku dla każdego muzułmanina. Obowiązuje wtedy zakaz jedzenia i picia oraz palenia (zakaz jedzenia i picia w miejscach publicznych obowiązuje wszystkich przebywających w tym czasie w KAS). Ramadan kończy się jednym a najważniejszych muzułmańskich świąt: *Eid Al Fitr* (Świętem Zakończenia Postu).
- Weekend w Arabii Saudyjskiej przypada w piątek i sobotę. Ze względów religijnych sklepy oraz lokale usługowe zamykane są codziennie w ciągu dnia na czas modlitw.
- W restauracjach, parkach, bankach i innych instytucjach publicznych obowiązuje segregacja według płci. Istnieją oddzielne pomieszczenia dla mężczyzn oraz rodzin. Zasady te nie dotyczą większości sklepów i kompleksów handlowych.
- Zakazane są publiczne tańce, muzyka i kino (poza imprezami zamkniętymi, odrębnymi dla kobiet i mężczyzn, oraz miejscami prywatnymi).
- Wymagany jest szacunek wobec osób starszych (niezależnie od ich statusu społecznego) oraz osób o wysokiej hierarchii społecznej.
- Muzułmanie wierzą, że wiele spraw ma z góry zaplanowany obrót (wola boska), a próba zmiany biegu wydarzeń nie przyniesie skutku.
- Społeczeństwo saudyjskie jest w dużym stopniu islamocentryczne i konserwatywne. Jest jednak przyzwyczajone do kontaktów z cudzoziemcami oraz innymi kulturami. Cudzoziemcy, którzy przestrzegają lokalnego prawa i obyczajów, mogą liczyć na bardzo gościnne przyjęcie i życzliwość.

Kultura biznesowa:

- Poczucie wspólnoty i wzajemne powiązania odgrywają ogromne znaczenie przy prowadzeniu biznesu. Warto dotrzeć do ludzi związanych z władzą, budować jak najwięcej znajomości w kręgach biznesowych. Rozbudowana sieć kontaktów to podstawa powodzenia w interesach. Niekiedy lepiej postawić na współpracę z lokalnym partnerem, który ma zdecydowanie większe możliwości w tym zakresie, lub zatrudnić lokalnych pracowników.
- Podstawą do prowadzenia biznesu jest relacja. Saudyjczycy nie lubią oschłości i sformalizowanych układów. Należy uzbroić się w cierpliwość przy budowaniu relacji osobistej, która jest podstawą dla stosunków biznesowych. Więzy buduje

się poprzez kontakt bezpośredni, a nie poprzez maile i telefony. Może to potrwać bardzo długo i lepiej nie nastawiać się na natychmiastowy zysk. Warto przyjąć propozycję poznania rodziny potencjalnego partnera, w miarę możliwości zaprosić go do Polski na swój koszt. Często najbardziej produktywne są właśnie kontakty na gruncie prywatnym. Chcąc odnieść sukces, trzeba nastawić się na dłuższą współpracę z partnerem o odmiennej mentalności i kulturze, co może stanowić spore wyzwanie.

- Rozmowy biznesowe są długie i nie zawsze skupiają się na głównym temacie rozmowy.
- Trzeba nastawić się na długie negocjacje i nie ponaglać saudyjskiego partnera – określenie terminu na podjęcie decyzji może przynieść odwrotny skutek. Saudyjczycy lubią się targować i szanują osoby biegłe w tej dziedzinie. Pochwały nie oznaczają automatycznie akceptacji propozycji biznesowej, a chłodne przyjęcie – jej odrzucenia. Odpowiedzi w czasie negocjacji trzeba rozpatrywać w kontekście, zwracać uwagę na dodatkowe komentarze i język ciała. Elementem strategii negocjacyjnej bywa zachowanie milczenia lub przeciąganie w czasie nieudzielenia odpowiedzi zamiast bezpośredniej odmowy.
- Saudyjczycy mają inne poczucie czasu. Mogą spóźniać się na spotkania, zwlekać z odpowiedzią nawet kilka miesięcy, nie przestrzegać wymaganych terminów. Określenia „jutro” czy „za dwa dni” często są używane w przybliżeniu.
- Wysyłając delegację do KAS, warto zadbać, by przewodniczył jej mężczyzna o wysokiej randze. Nie zaleca się wysyłania delegacji pod przewodnictwem kobiety lub składającej się z samych kobiet.
- Kobiety mogą zostać chłodniej potraktowane lub wręcz zignorowane podczas spotkań biznesowych. Kobieta podająca dłoń mężczyźnie przy powitaniu może zostać zignorowana; lepiej nie podejmować ryzyka, by uniknąć niezręczności.
- Saudyjczycy powszechnie posługują się językiem angielskim, możliwość komunikowania się po arabsku przyjmowana jest jednak jako duży ukłon w ich stronę.
- Wizytówki są ważną częścią kultury biznesowej. Powinny być dwustronne – sporządzone w języku angielskim i arabskim. Dobrze widziane są materiały promocyjne w języku arabskim.
- Saudyjczycy są bardzo gościnni wobec zagranicznych partnerów biznesowych. Podejmują ich z honorami i oczekują wzajemności.
- Saudyjczycy doceniają obcokrajowców, którzy interesują się ich kulturą. Są dumni i wrażliwi, źle znoszą krytykę. Zachowanie honoru będzie dla nich ważniejsze niż najlepiej zapowiadający się biznes.
- Lepiej unikać częstych zmian wśród osób wyznaczonych do kontaktu z partnerem saudyjskim. Saudyjczycy mają poczucie, że wiążą się z osobą, a nie z firmą.

Spotkania i prezenty:

- Należy umówić spotkanie z kilkutygodniowym wyprzedzeniem, uwzględniając pory modlitwy. Lepiej nie umawiać spotkania na określoną godzinę, lecz na porę dnia. Standardowe godziny pracy to 8:00-12:00 i 15:00-18:00. W czasie Ramadanu muzułmanie pracują przez 6 godzin dziennie.
- Warto przybyć na spotkanie punktualnie, partner saudyjski może się spóźnić.
- W trakcie powitania miłym gestem jest przepuszczenie przodem rozmówcy znajdującego się po prawej stronie.
- Przy przedstawianiu się partnerowi biznesowemu należy przywitać się uściskiem dłoni, rozpoczynając od najstarszej / najwyższej rangą osoby. Niespokrewnione ze sobą osoby przeciwnej płci raczej się nie dotykają (lepiej nie inicjować takiego kontaktu, by uniknąć niezręczności). Kobiety podają sobie ręce lub całują się w policzek.
- Rozmowy biznesowe rozpoczynają się od poruszenia tematów takich jak zdrowie, rodzina, zainteresowania. Pomaga to zbudować więź i zaufanie.
- Często najważniejszą osobą na spotkaniu jest milczący obserwator siedzący obok pracownika, który zadaje pytania.
- Prezenty są mile widziane. Warto zaopatrzyć się w podarunki związane z Polską (albumy i obrazy z wyłączeniem tematyki sprzecznej z islamem, wyroby z bursztynu, srebrne ozdoby, porcelana, kryształy, przedmioty związane z końmi, galanteria skórzana, prezenty nawiązujące do działalności firmy, bombonierki – bez alkoholowego nadzienia i żelatyny!).
- Jeśli jesteśmy zaproszeni do domu, możemy wręczyć gospodarzowi jakiś drobiazg np. daktyle lub słodycze.
- Mężczyźni wstają, gdy kobiety wchodzi do pomieszczenia. Wszyscy wstają, gdy pojawiają się nowi goście i gdy wchodzi lub wychodzi osoba starsza / wysoka rangą.
- Mężczyźni przepuszczają kobiety w drzwiach i ustępują im miejsca, jeśli nie ma wolnych.
- Jeśli mężczyzna chce zapalić papierosa w towarzystwie, powinien poczęstować wszystkich. Palenie papierosów w towarzystwie przez kobiety może być źle postrzegane (nie jest też akceptowane w miejscach publicznych).
- Lepiej nie wyrażać zbytniego podziwu dla przedmiotów w odwiedzonym domu lub biurze, ponieważ gospodarz może później nalegać, byśmy przyjęli je w prezencie.
- Gospodarz odprowadza gości na pożegnanie do bramy, samochodu lub windy.
- Osoba, która zaprosiła innych do restauracji, zazwyczaj płaci za wszystkich.
- Przy posiłku nie sięga się do wspólnego półmiska lewą ręką ani niczego się nią nie podaje (jest uważana za nieczystą). Nie zaczyna się jeść, zanim nie zrobi tego najstarszy mężczyzna w towarzystwie.

Co robić:

- Zwracać się do partnera, używając odpowiedniego tytułu (np. Doktor, Szejk, *Ustad* – Profesor).
- Zapoznać się ze strukturą partnera saudyjskiego i kontaktować się z osobą, która jest naszym odpowiednikiem w hierarchii firmy.
- Pamiętać o wysłaniu życzeń z okazji Ramadanu i innych świąt muzułmańskich. W zależności od otwartości partnera na kulturę zachodnią można wysłać także życzenia na Nowy Rok (ale nie na Boże Narodzenie czy Wielkanoc).

Czego nie robić:

- Wyrażać bezpośredniej krytyki: należy być nawet przesadnie delikatnym. Krytyka jest odbierana jako osobista obraza.
- Pytać partnera saudyjskiego o żonę i córki: zamiast tego należy zapytać ogólnie o rodzinę i dzieci.
- Odmawiać zaoferowanego poczęstunku. Jeśli nasz partner jest w trakcie postu, warto powstrzymać się przed jedzeniem i pić w jego obecności.
- Krytykować religii, rodziny królewskiej, polityki władz saudyjskich. Lepiej nie wyrażać zdecydowanego stanowiska w kwestii polityki na Bliskim Wschodzie.
- Publicznie wyrażać uczuć wobec przeciwnej płci: okazywanie uczuć pomiędzy kobietą a mężczyzną jest źle widziane, nawet jeśli są oni małżeństwem. Powszechnie akceptowane jest okazywanie uczuć i bliskość fizyczna (np. obejmowanie się) wśród osób tej samej płci.
- Fotografować innych bez pozwolenia. W KAS obowiązuje również zakaz fotografii meczetów, a także obiektów, które można uznać za posiadające znaczenie strategiczne lub wojskowe, budynków instytucji państwowych i ambasad. Nie wolno też robić zdjęć w samolocie do i z KAS, w tym także zdjęć typu „selfie”.

Język ciała:

- Uścisk dłoni na przywitanie trwa dłużej, niż jesteśmy do tego przyzwyczajeni. Przy dłuższej znajomości można przywitać się specyficznym rodzajem pocałunku bez dotykania drugiej strony.
- Zaleca się unikanie chaotycznej gestykulacji, głośnego zachowania oraz niedbałego ułożenia ciała podczas rozmowy. Opieranie się o ścianę i trzymanie rąk w kieszeniach uznawane są za brak szacunku. Lepiej nie krzyżować nóg i nie siadać w pozie, która sprawia, że podeszwy butów są widoczne, ponieważ uważane jest to za zniewagę.
- Saudyjczycy podejmują silny kontakt wzrokowy, który dobrze jest utrzymać. Interpretowane jest to jako oznaka szczerości.
- Dystans od rozmówcy jest krótszy niż przyjęło się to w Polsce.
- Należy pamiętać, by w żadnym wypadku nie używać lewej ręki (jest uważana za nieczystą).

Odpowiedni ubiór:

- W przypadku mężczyzn na spotkaniach biznesowych obowiązuje tradycyjny garnitur i krawat. Ubiór kobiety powinien być skromny, nie podkreślać sylwetki oraz zakrywać, co najmniej, obojczyki, kolana i ramiona. Warto zawsze mieć przy sobie chustę w pogotowiu.
- Kobiety i mężczyźni powinni postawić na stonowane kolory.
- Saudyjczycy nie aprobują ubrań w męskim stylu u kobiet i długich włosów u mężczyzn.
- Ubiór tradycyjnych strojów arabskich przez obcokrajowców może zostać odczytany jako brak szacunku.
- Nieprzestrzeganie zasad może przyciągnąć uwagę i wywoływać gniewne reakcje.

Przydatne zwroty:

tak – na'am

nie – laa

dziękuję – szukran

dziękuję bardzo – szukran džazilan

proszę (o coś) – min fadlak

przepraszam (za coś) – ana asif (m), ana asifa (k)

cześć – ahlan; marhaba

dzień dobry – sabah alhair

do widzenia – ma'assalama

nie rozumiem – ana laa afham

jak się masz? – kayfa haluk?

jak się nazywasz – ma ismak?

nazywam się... – ismi ...

Arabowie są bardzo dumni ze swojego języka. Warto nauczyć się kilku podstawowych zwrotów, by zjednać sobie ich sympatię.

6. DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE KOWR NA RYNKU ZEA

- W 2023 roku KOWR planuje organizację misji przedsiębiorców z branży rolno-spożywczej połączoną z udziałem w targach **Foodex Saudi (Rijad, Arabia Saudyjska) w dn. 17-20.09.2023 r.** Planowana jest organizacja stoiska narodowego o powierzchni 96 m². Do udziału w misji zgłosiło się 16 firm, reprezentujących następujące branże sektora spożywczego: bezglutenowe i niskobiałkowe produkty piekarnicze, owoce i warzywa mrożone, koncentraty owocowe i warzywne, słodczyce, produkty śniadaniowe, mleko w proszku, przyprawy, zioła, wafle ryżowe, owsianki, żywność naturalna, mieszanki z

liofilizowanych owoców, superfoods, suplementy diety, herbata i kawa, świeże jabłka, proszki owocowe, granola, hummus.

- W roku 2022 KOWR zorganizował misję handlową polskich przedsiębiorców oraz stoisko narodowe o powierzchni 108 m.kw. podczas targów **FOODEX SAUDI 2022 w Jeddah w dn. 28 lutego – 3 marca 2022 r.** Udział w wydarzeniu wzięło 10 firm oferujących następujące grupy produktowe: owoce, soki, przetwory owocowo-warzywne, słodyczne, produkty zbożowo-mączne w tym ciastka, produkty mleczne, napoje energetyczne, przekąski funkcjonalne, dania warzywne i pasty.
- W 2017 r. została zorganizowana misja handlowa i stoisko narodowe na targach **Saudi Agriculture w Rijadzie (8 – 11.10.2017 r.)** z udziałem 6 firm z branż: mleczarskiej, mięsnej, rybnej, ciastkarskiej oraz zdrowych dodatków (bakalie, nasiona i zioła).

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