



Charakterystyka rynku

INFORMACJE GOSPODARCZE

UWARUNKOWANIA RYNKOWE



Bezrobocie (2021, prog. MFW)	13,37%
Inflacja (2021, prog. MFW)	7,23%
Populacja (2021, Bank Światowy)	43,85 mln
Przeciętna płaca (mc) (2020, ILOStat)	b.d.

UDZIAŁ SEKTORÓW W GOSPODARCE (wg CIA Factbook)



PKB per capita PPP (2021, prog. MFW)² -6,63% r/r

¹dolar międzynarodowy | ²dla wybranych krajów wartości za rok 2020 wg prognozy MFW

Pozycja Doing Business 2020

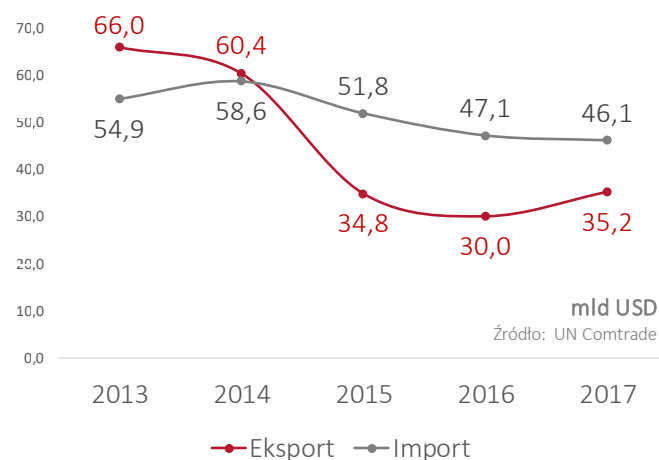


Kategoria:	Pozycja kraju	Polska
Rozpoczęcie działalności	152	128
Rejestracja własności	165	92
Rozwiązywanie sporów handlowych	113	55

Import z Polski (2017)

	Produkty mleczarskie i jaja ptasie 94,00 mln USD
	Pojazdy drogowe 93,46 mln USD
	Tytoń i wyroby tytoniowe 48,07 mln USD
	Maszyny ogólnego zastosowania przemysłowego 27,46 mln USD
	Wyroby z metali 21,70 mln USD

Wymiana handlowa



Źródło danych handlowych: UN Comtrade.

Import ogółem (2017)

	Maszyny ogólnego zastosowania przemysłowego 3 822,93 mln USD
	Żeliwo i stal 3 718,18 mln USD
	Pojazdy drogowe 3 371,01 mln USD
	Zboża i przetwory zbożowe 2 807,76 mln USD
	Maszyny specjalistyczne dla przemysłu 2 419,54 mln USD



Algeria jest największym powierzchniowo państwem Afryki, z liczbą ludności przekraczającą 40 mln, a dzięki zasobom naturalnym należy do grona najbogatszych krajów kontynentu. Rynek algijski jest w dużej mierze nienasycony, jednak zapotrzebowanie na towary importowane w wielu sektorach spełniają firmy francuskie, hiszpańskie, włoskie czy belgijskie. Polscy i Polacy są w Algierii postrzegani pozytywnie i wciąż dosyć rozpoznawalni z uwagi na intensywną współpracę między krajami w zakresie projektów budowlanych w latach 80. ubiegłego wieku.

ELEMENTY KULTURY BIZNESU



Osobisty kontakt z partnerem biznesowym jest istotnym elementem nawiązywania profesjonalnej współpracy. Podstawą trwałej relacji biznesowej w Algierii, podobnie jak w Polsce, jest szacunek i wzajemne zaufanie.



Warto docenić wagę bezpośrednich spotkań. Wskazane jest zaplanowanie spotkania biznesowego z wyprzedzeniem, unikając okresu wakacyjnego oraz miesiąca Ramadanu, kiedy godziny pracy ulegają skróceniu.



Przed nawiązaniem relacji, warto postarać się o rekomendację od osoby znanej już naszemu potencjalnemu partnerowi biznesowemu.



Nawiązanie relacji biznesowej w Algierii wymaga zazwyczaj więcej czasu i osobistego zaangażowania niż w Polsce. Cierpliwość w budowaniu kontaktów jest wyjątkowo ważna.



Warto pamiętać, że Polska i Polacy są w Algierii dobrze postrzegani. Warto wykorzystać ten kapitał!

MOCNE I SŁABE STRONY



Duża populacja;



Stosunkowo wysoki dochód na mieszkańca;



Wysokie zapotrzebowanie na importowaną żywność;



Istniejące związki z Polską i dobry wizerunek Polaków w kraju;



Duże bariery wejścia na rynek, w tym ograniczenia w imporcie (np. podatek DAPS);



Trudność prowadzenia i zakładania przedsiębiorstw, kurcząca się gospodarka, niestabilność polityczna;



Duża zależność gospodarki od rynku surowców; nieprzejrzyste procedury i biurokracja.

PERSPEKTYWY DLA BRANŻ



Spożywcza – rynek w dużej mierze zależny od importu produktów spożywczych, szczególnie tych o długiej dacie przydatności.



Maszyny rolnicze i przemysłowe – w związku z postępującą mechanizacją i industrializacją kraju, pożądane są projekty, w których następuje nie tylko eksport komponentów czy gotowych maszyn, ale też transfer technologii i wiedzy.



Medyczna – w związku z modernizacją służby zdrowia dla potrzeb stale powiększającej się populacji, wszelkie innowacyjne produkty medyczne mają szansę na zaistnienie na rynku algijskim. W przypadku tej branży wskazany jest kontakt z agencjami rządowymi lub ministerstwem zdrowia.



Motoryzacyjna – w dalszym ciągu poszukiwani są w Algierii producenci zespołów do samochodowych instalacji LPG.

PRZYDATNE LINKI:

Doing Business Algeria: [Doing Business in Algeria - World Bank Group](#)

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

tel.: [22 334 99 55](tel:223349955)

paih24@paih.gov.pl

www.paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR



RYNKI ZAGRANICZNE

Przegląd wybranych gospodarek

Przygotowanie:

Departament Strategii i Promocji Gospodarczej
Centrum Eksportu oraz Zagraniczne Biura Handlowe PAIH

Materiał zawiera grafiki pochodzące z serwisu flaticon.com.

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 (t.j. 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.