



KULTURA BIZNESU

GRECJA

© 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, sierpień, 2025

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z greckimi partnerami	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z greckimi partnerami	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli grecka etykieta w praktyce.....	5
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój.....	6
Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych	7
Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu	8
Upominek czy niezręczność? O prezentach w greckim biznesie	10
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji	10
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Grecji.....	11
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać greckim partnerom	11

Kultura biznesu w Grecji

Grecja to kraj o bogatej historii, głęboko zakorzenionych tradycjach i silnym poczuciu tożsamości narodowej. Te wartości mają znaczący wpływ nie tylko na życie codzienne, ale również na sposób prowadzenia działalności gospodarczej. Grecka kultura biznesu łączy w sobie elementy śródziemnomorskiej otwartości, nieformalności i serdeczności z dużym przywiązaniem do relacji osobistych, zaufania i wzajemnego szacunku.

Zrozumienie lokalnych zwyczajów, stylu komunikacji oraz etykiety spotkań jest kluczem do skutecznego nawiązywania i rozwijania relacji handlowych z greckimi partnerami. Wiedza o tym, jak planować spotkania, prowadzić negocjacje czy nawet jak zachować się przy stole, może przesądzić o powodzeniu współpracy.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z greckimi partnerami

Oficjalnym językiem Republiki Greckiej jest grecki, jednak w kontaktach biznesowych najczęściej wykorzystywany jest język angielski. Według danych opublikowanych przez Google Market Finder, aż 51,33 proc. Greków posługuje się językiem angielskim w sposób komunikatywny. Dodatkowo 9,05 proc. społeczeństwa zna dobrze język francuski, a 5,04 proc. – język niemiecki.

Grecy to naród bardzo ekspresyjny, który uwielbia żywiołowe, głośne rozmowy oraz intensywną gestykulację. Charakterystyczne jest również

utrzymywanie bardzo małego dystansu w kontaktach interpersonalnych. Warto być świadomym odmiennych znaczeń niektórych gestów – tradycyjne greckie skinienie głową oznaczające "nie" może być mylnie odebrane jako "tak" przez osoby z innych kręgów kulturowych. Z kolei potwierdzenie, czyli greckie "tak", wyrażane jest poprzez poruszanie głową na boki, co w naszej kulturze jest znakiem przeczenia.

W trakcie rozmów biznesowych z greckimi partnerami niezwykle istotne jest utrzymywanie stałego kontaktu wzrokowego. Należy również pamiętać, że dotyk – taki jak poklepanie po plecach – jest często spotykanym elementem również w profesjonalnych relacjach i nie powinien być odbierany jako naruszenie przestrzeni osobistej.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z greckimi partnerami

Planując współpracę z partnerami z Grecji, należy uważnie dobierać terminy spotkań. Zdecydowanie nie zaleca się organizowania wyjazdów handlowych w okresie letnim, szczególnie w sierpniu, który dla większości Greków jest miesiącem urlopowym. W tym czasie wiele firm jest nieczynnych, a aktywność biznesowa praktycznie zamiera. Równie problematyczny może okazać się czas greckich Świąt Wielkanocnych, tzw. Pascha, które są jednym z najważniejszych i najhuczniej obchodzonych świąt w kraju.

Warto mieć na uwadze, że punktualność nie należy do najważniejszych wartości greckiej kultury biznesowej. Spóźnienie na spotkanie, nawet umówione z wyprzedzeniem, nie jest niczym nadzwyczajnym.

Jednym z najważniejszych elementów budowania relacji w Grecji jest bezpośredni kontakt interpersonalny – to właśnie tradycyjne spotkania

twarzą w twarz uważane są za najbardziej efektywną formę rozmowy. Mimo postpandemicznego wzrostu popularności rozwiązań zdalnych, Grecy przedsiębiorcy pozostają tradycjonalistami. Preferują rozmowy telefoniczne zamiast wideokonferencji na platformach takich jak Zoom czy Teams, a także wykazują ograniczone zainteresowanie cold mailingiem. W zamian za to dużą popularnością w Grecji cieszy się komunikacja za pośrednictwem komunikatorów takich jak Viber czy WhatsApp, które często okazują się bardziej skuteczne w nawiązywaniu relacji biznesowych.

Najlepszymi godzinami na spotkania biznesowe są przedpołudniowe 10:00–11:00 oraz popołudniowe 14:00–18:00. Warto jednak zaznaczyć, że Grecy nie ograniczają czasu trwania spotkań – niejednokrotnie rozmowy biznesowe przeciągają się do późnych godzin wieczornych. Należy także pamiętać, że greckie środowisko biznesowe nadal zdominowane jest przez mężczyzn, co może stanowić wyzwanie dla kobiet prowadzących rozmowy handlowe.

Powitania, tytuły i zasady – czyli grecka etykieta w praktyce

Typowym sposobem powitania w Grecji, szczególnie w kontekście formalnym, jest uścisk dłoni. W bardziej zażyłych relacjach – zarówno towarzyskich, jak i zawodowych – popularne jest powitanie poprzez uścisk i pocałunek w oba policzki, również pomiędzy mężczyznami. Taka forma powitania świadczy o bliskości i zaufaniu, które mają duże znaczenie w greckiej kulturze społecznej i biznesowej.

Na spotkania biznesowe warto zabrać ze sobą dużą liczbę wizytówek i wręczać je każdej osobie, z którą nawiązuje się kontakt. Wymiana wizytówek to istotny element pierwszego etapu budowania relacji. Choć nie ma

obowiązku tłumaczenia ich na język grecki – wersja angielska jest w pełni akceptowalna – przygotowanie wersji w tym języku może zostać odebrane jako przejaw szacunku i staranności, co z pewnością zostanie pozytywnie odebrane przez lokalnych partnerów. Na wizytówce warto umieścić swoje tytuły zawodowe oraz inne oznaczenia świadczące o wysokich kwalifikacjach – Grecy przywiązują dużą wagę do wykształcenia i pozycji zawodowej.

W relacjach prywatnych, między krewnymi czy bliskimi przyjaciółmi, powszechne jest zwracanie się po imieniu. Również wśród młodszych osób ta forma jest dominująca. W środowisku biznesowym również dość szybko odchodzi się od formalnych zwrotów typu „Pan” i „Pani”, szczególnie jeśli relacja rozwija się pozytywnie i przechodzi na bardziej partnerski grunt.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

Odpowiedni ubiór odgrywa w Grecji istotną rolę w budowaniu profesjonalnego wizerunku. Na oficjalne spotkania biznesowe zaleca się klasyczny strój – garnitur z koszulą i krawatem w przypadku mężczyzn oraz elegancka sukienka lub kostium w subtelnych, stonowanych kolorach dla kobiet.

Warto jednak pamiętać, że w miesiącach letnich – które w Grecji są wyjątkowo gorące – obowiązuje większa swoboda w ubiorze. W takich warunkach Grecy często zdejmują marynarki i rozluźniają krawaty, dostosowując strój do wysokich temperatur, nie tracąc przy tym ogólnej elegancji. Stylizacja powinna więc łączyć profesjonalizm z komfortem, odpowiednim do klimatu i okazji.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

Zrozumienie greckich zwyczajów kulinarnych i towarzyskich ma istotne znaczenie w budowaniu trwałych relacji biznesowych. Tradycyjne godziny posiłków w Grecji różnią się od tych znanych z Europy Środkowej. Lunch przypada zazwyczaj między 12:00 a 14:00, natomiast posiłki wieczorne serwowane są w szerokim przedziale godzinowym – od 18:00 aż do 22:00. Warto zauważyć, że Grecy rzadko umawiają się na śniadania biznesowe, ponieważ poranny posiłek nie jest istotnym elementem ich dnia – często ogranicza się jedynie do filiżanki kawy i tyropity, czyli ciasta francuskiego z nadzieniem serowym.

Niezwykle ważną częścią greckiej kultury biznesowej są posiłki w tawernach oraz spotkania przy kawie. To właśnie przy stole – bardziej niż w salach konferencyjnych – buduje się zaufanie, zacieśnia znajomości i omawia potencjalną współpracę. Takie spotkania mają często nieformalny i rozciągnięty w czasie charakter – nie powinno dziwić, jeśli rozmowa przy kawie czy kolacji potrwa do późnych godzin nocnych. Jeśli grecki partner zaprosi Cię na wspólny obiad lub kolację, będzie to zazwyczaj znak, że relacje rozwijają się w pozytywnym kierunku – odmowa takiego zaproszenia może zostać odebrana jako brak zaangażowania.

Typowe dla greckich spotkań przy stole jest wspólne zamawianie potraw, które są serwowane w formie dzielenia się – każdy z gości próbuje różnych dań, co sprzyja atmosferze otwartości i wspólnoty. W wielu dobrych tawernach praktykuje się również zwyczaj zapraszania gości do kuchni, gdzie mogą samodzielnie wybrać świeżą rybę lub mięso, które zostanie następnie przygotowane specjalnie dla nich.

Warto również przygotować się na bardziej spontaniczne elementy greckich spotkań – niejednokrotnie towarzyszą im wspólne śpiewy, tańce i ogólna atmosfera świętowania, która doskonale wpisuje się w południowy, serdeczny charakter Greków. Udział w takich aktywnościach to nie tylko forma uprzejmości, ale również ważny element procesu integracji i wzmacniania wzajemnych relacji.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

Negocjacje z greckimi partnerami to proces wymagający czasu, cierpliwości i konsekwentnego budowania relacji interpersonalnych. Rzadko kiedy dochodzi do zawarcia umowy już podczas pierwszego spotkania – Grecy przywiązują dużą wagę do wzajemnego poznania się i zbudowania zaufania, które stanowi fundament dalszych rozmów biznesowych. Z tego względu należy przygotować się na liczne spotkania i długotrwałe ustalenia.

Przewidzenie czasu trwania negocjacji z grecką stroną bywa trudne – szczególnie w sytuacjach, gdy w rozmowy zaangażowane są instytucje rządowe lub samorząd lokalny. Procesy administracyjne w Grecji cechują się dużą powolnością, co może znacząco wydłużyć finalizację rozmów. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na czas negocjacji jest często hierarchiczna struktura greckich firm – decyzje są podejmowane na najwyższym szczeblu i przekazywane w dół organizacji, co nie sprzyja szybkiemu podejmowaniu decyzji operacyjnych.

Warto mieć na uwadze, że Grecy niechętnie przyznają się do błędów czy opóźnień i nie przepadają za presją czasu. Dlatego ważne jest, aby rozmowy przebiegały w spokojnej atmosferze, bez presji na szybkie rezultaty.

Zanim rozmówcy przejdą do właściwych negocjacji, należy spodziewać się krótkiej, kurtuazyjnej pogawędki – bezpiecznymi tematami są sport (szczególnie piłka nożna), historia i geografia Grecji. Należy natomiast unikać tematów politycznych, zwłaszcza związanych z Turcją, Cyprzem czy Macedonią Północną.

Przedstawiając swoją ofertę, należy zadbać o jej realizm, ale warto również zostawić przestrzeń na manewry – Grecy zazwyczaj nie akceptują pierwszej propozycji jako ostatecznej. Targowanie się to element niemal obowiązkowy greckiego stylu negocjacyjnego, a sam proces często przebiega w sposób ekspresyjny i emocjonalny. Szczególnie dużo czasu poświęca się na uzgadnianie warunków cenowych oraz kredytowych, dlatego dobrze jest mieć bezpieczny margines na ewentualne ustępstwa.

Greccy partnerzy doceniają, gdy rozmowa prowadzona jest w sposób dający im poczucie kontroli – warto tak kierować dialogiem, aby mieli przekonanie, że decyzje podejmowane są z ich inicjatywy. Co ciekawe, przy każdym ustępstwie warto zasygnalizować swoje niezadowolenie – pozwala to partnerowi odczuć satysfakcję z dobrze przeprowadzonych negocjacji.

Na koniec, nie można zapominać o ogromnym znaczeniu dumy narodowej i patriotyzmu wśród Greków. W rozmowach warto odnieść się do wyjątkowości Grecji, piękna jej krajobrazów czy bogactwa dziedzictwa kulturowego – taka postawa z pewnością zyska sympatię rozmówców i może korzystnie wpłynąć na przebieg dalszych negocjacji.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w greckim biznesie

W relacjach biznesowych z Grekami należy zachować ostrożność przy wręczaniu prezentów. Nie jest wskazane obdarowywanie partnerów podczas pierwszego spotkania – taka sytuacja może zostać odebrana jako nie na miejscu. Z czasem jednak, gdy relacja się zacieśnia, wręczenie drobnego upominku może być mile widziane. Dobrym wyborem są prezenty nawiązujące do Polski, takie jak alkohol, kosmetyki czy eleganckie akcesoria biurowe. Równie dobrze sprawdzi się dobra butelka wina lub czekoladki.

Jeśli natomiast zostaniemy zaproszeni do domu greckiego partnera biznesowego, sytuacja wymaga innego podejścia. Gospodarzowi warto podarować słodkości lub alkohol – polska wódka jest w Grecji ceniona i często postrzegana jako wykwintny upominek. Żonie gospodarza dobrze jest wręczyć bukiet kwiatów, a dzieciom – drobne prezenty, które wyrażą naszą uprzejmość i troskę o miłą atmosferę.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W relacjach z greckimi partnerami biznesowymi korespondencja najczęściej prowadzona jest w języku angielskim, który stanowi podstawowy środek komunikacji międzynarodowej w świecie greckiego biznesu. Większość przedsiębiorców posługuje się nim na poziomie umożliwiającym swobodną wymianę informacji, dlatego tłumaczenie wiadomości na język grecki nie jest wymagane. Jednak, podobnie jak w przypadku materiałów promocyjnych czy wizytówek, dostosowanie treści do języka ojczystego odbiorcy może zostać odebrane jako wyraz szacunku i zaangażowania.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Grecji

Imprezy targowe pozostają jednym z najlepszych sposobów na znalezienie potencjalnych partnerów handlowych w Grecji. Dużym ułatwieniem w umawianiu spotkań może być posiadanie rekomendacji bądź listu polecającego od renomowanych organizacji, stowarzyszeń lub znanych firm. Propozycje spotkań warto kierować na piśmie, jednak dobrą praktyką jest telefoniczne potwierdzenie ich na kilka dni przed ustalonym terminem.

Od samego początku nawiązywania relacji Grecy prezentują się jako osoby serdeczne, otwarte i komunikatywne. Ich życzliwość oraz bezpośredni styl sprawiają, że proces pierwszego kontaktu przebiega zazwyczaj w przyjaznej atmosferze, co stanowi doskonałą podstawę do budowania dalszej współpracy.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać greckim partnerom

W kontaktach z greckimi partnerami biznesowymi kluczową rolę odgrywa starannie przygotowana i rzetelna prezentacja oferty oraz firmy. Powinna ona być szczegółowa, precyzyjna i oparta na konkretnych danych, które w jasny sposób przedstawiają zakres działalności, możliwości współpracy oraz przewagi konkurencyjne.

Materiały informacyjne mogą być przedstawione w języku angielskim – to standardowy i akceptowany środek komunikacji w greckim środowisku biznesowym. Jednakże przygotowanie choćby części prezentacji w języku greckim, bądź udostępnienie tłumaczenia najważniejszych dokumentów, może być odebrane jako gest szacunku i zaangażowania, który zwiększy szanse na zbudowanie pozytywnego wrażenia i trwałej relacji.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Atenach

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