



KANADA

ÜLKE RAPORU

Hazırlayan : **ağlar GÖKSU**
Ankara - March, 2011



T.C. Başbakanlık
Dış Ticaret Müsteşarlığı
İHRACATI GELİşTİRME ETÜD MERKEZİ



KANADA

Temel Sosyal ve Ekonomik Göstergeler

Temel Sosyal Göstergeler

Nüfus	33,7 milyon
Yüzölçümü	9 093 507 km ² (%7 çiftlik arazisi, %46 ormanlık)
Dil	İngilizce (%85), Fransızca (%30,7), diğer (%1,7)
Din	Katolik (%95), Protestan, Ortodoks ve diğerleri (%5)
Başkent	Ottawa (1.169.000)
Başlıca şehirleri	Toronto (5.510.000) Montreal (3.696.000) Vancouver (2.286.000) Calgary (1.139.000) Edmonton (1.081.000) Quebec (729.000)
Yönetim şekli	Parlamentar demokrasiye dayalı Anayasal Monarşi, Federasyon
Cumhurbaşkanı	Kraliçe 2. Elizabeth'ı temsilen Genel Vali David Johnston
Başbakan	Stephen Harper
Para Birimi	Kanada Doları (CAD) (Ortalama kur 2009: C\$:ABD\$ 1,14)
Doğal kaynaklar	Uranyum, demir, nikel, çinko, bakır, asbest, kadmiyum, alüminyum, altın, kurşun, molibden, potas, kobalt, gümüş, balık, kereste, tuz, vahşi doğa, kömür, petrol, doğal gaz, hidroenerji

Kaynak: The Economist Intelligence Unit Canada Country Report, Eylül 2010, CIA World Factbook

Temel Ekonomik Göstergeler

	2005a	2006a	2007a	2008a	2009a	2010b	2011b
GSYİH (milyar ABD dolar)	1.133,8	1.278,6	1.424,1	1.499,1	1.336,1	1.548,2	1.616,2
GSYİH (milyar Kanada doları)	1.374	1.450	1.530	1.600	1.527	1.609	1.681
Reel büyüme (%)	3,0	2,8	2,2	0,5	-2,5	2,7	2,1
Kişi başına GSYİH (\$) d	35.039	36.865	38.346	38.940	38.030	39.110	40.114
İşsizlik (ort,; %)	6,8	6,3	6,0	6,2	8,3	7,9	7,4
Enflasyon (dönem sonu,; %)	2,1	1,7	2,4	1,2	1,3	2,2	1,9
Kredi faiz oranı (% , ort.)	4,4	5,8	6,1	4,7	2,4	2,4	3,4
İhracat (fob milyar dolar)	371,5	400,2	431,2	459,2	323,3	405,0	425,6
İthalat (fob milyon dolar)	320,1	356,4	387,0	415,9	327,3	404,7	419,7
Cari denge (milyar dolar)	21,4	18,1	11,9	6,5	-38,1	-27,0	-33,3
Döviz Kuru C\$: ABD \$ (dönem sonu)	1,16	1,17	0,99	1,22	1,05	1,05	1,04
Döviz Kuru ¥:C\$ (dönem sonu)	101,28	102,14	113,06	74,14	88,94	89,05	89,42

a Gerçekleşen. b Economist Intelligence Unit tahmini. c Economist Intelligence Unit projeksiyonu dSatın alma gücü paritesiyle

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, Canada Country Report, Eylül 2010

Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar

ABEDA, ACCT, AfDB (Afrika Kalkınma Bankası), APEC (Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği Forumu), ARF, AsDB (Asya Kalkınma Bankası), ASEAN (Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği-Dialog Ortağı), AG (Avustralya Grubu), BIS (Uluslararası İmar Bankası), CCC (Gümrük İşbirliği Konseyi), CDB (Karayipler Kalkınma Bankası), CE (Avrupa Konseyi), EAPC (Avrupa - Atlantik Ortaklık Konseyi), EBRD (Avrupa Yatırım ve Kalkınma Bankası), ECE (Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu), ECLAC (Birleşmiş Milletler Latin Amerika ve Karayipler Komisyonu), ESA (Avrupa Uzay Ajansı), FAO (Tarım ve Gıda Örgütü), G- 7, G-8, G-10, G-20, IADB (Amerika Bölgesi Kalkınma Bankası), IAEA (Uluslararası Atom Enerjisi Ajansı), IBRD (Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası). ICAO (Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü). ICC

(Milletlerarası Ticaret Odası), ICFTU (Uluslararası Serbest Ticaret Birlikleri Konfederasyonu), ICRM (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Hareketi), IDA (Uluslararası Kalkınma Birliği), IEA (Uluslararası Enerji Ajansı), IFAD (Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu), IFC (Uluslararası Finansman Kurumu), IFRCS (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Toplulukları Federasyonu), IHO (Uluslararası Hidrografi Örgütü), ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), IMF (Uluslararası Para Fonu), IMO (Uluslararası Denizcilik Örgütü), İnmarsat (Uluslararası Denizcilik Uydu Teşkilatı), Intelsat (Uluslararası Telekomünikasyon ve Uydu Örgütü), Interpol (Uluslararası Polis Teşkilatı), IOC (Uluslararası Olimpiyat Komitesi), IOM (Uluslararası Göçmen Teşkilatı), ISO (Uluslararası Standartlar Örgütü), ITU (Uluslararası Haberleşme Birliği), MINURCA, MIPONUH, MONUC (BM Kongo Operasyonu), NAM, NATO (Kuzey Atlantik Asamblesi), NEA (Nükleer Enerji Kurulu), NSG, OAS (Amerika Devletleri Teşkilatı), OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), OPCW, OSCE (Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Örgütü), PCA (Daimi Hakemlik Mahkemesi), UN (Birleşmiş Milletler), UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı), UNDOF (BM Ateşkes Gözlem Misyonu), UNESCO (Eğitim-Bilim ve Kültür Örgütü), UNFICYP (BM Barış Gücü), UNHCR (BM Mülteciler Yüksek Komiserliği), UNIKOM (BM Irak-Kuveyt Gözlem Misyonu), UNMEE (BM Etyopya-Eritre Misyonu), UNMIBH (BM Bosna Hersek Misyonu), UNMIK (BM Kosova Geçici Yönetimi), UNMOP (BM Prevlaka Gözlem Misyonu), UNTAET (BM Doğu Timor Geçiş Yönetimi), UNTSO (BM Mütareke Gözlem Örgütü), UNU, UPU (Dünya Posta Birliği), WCL (Dünya Emek Konfederasyonu), WFTU (Dünya İşçi Sendikaları Federasyonu), WHO (Dünya Sağlık Örgütü), WIPO (Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı), WMO (Dünya Meteoroloji Örgütü), WToO (Dünya Turizm Örgütü), WTO (Dünya Ticaret Örgütü)

Genel Bilgiler

Coğrafi Konum

Kuzey Amerika'nın kuzeyinde, 60 00 kuzey enlemi ve 95 00 batı boylamı arasında bulunan ve hem Atlas hem de Pasifik Okyanusu'na kıyısı olan Kanada, bu her iki Okyanusun yanı sıra Kuzey Buz Denizi'nde de çok uzun kıyılara sahiptir. Ülkenin, güneyde 8.892 km uzunluğundaki sınırıyla ABD haricinde kara komşusu bulunmamaktadır.

Yaklaşık 202 bin kilometre ile dünyanın en uzun kıyılarına sahip ülkesi olan Kanada'nın yüzölçümü, dünya toplam yüzölçümünün %7'sini, Amerika kıtasının ise yaklaşık %41'lik kısmını oluşturmaktadır. 9 milyon kilometrekareyi aşan yüzölçümüne rağmen, ülke nüfusunun büyük kısmı başta güneydeki ABD sınırına yakın bölgeler olmak üzere belirli bölgelerde yoğunlaşmaktadır.

Coğrafyasında batıdaki dağlık ovalar ile güneydoğudaki alçak düzlüklerin ön plana çıktığı ülkenin en yüksek noktası da 5 959 metre yüksekliği ile Logan Dağları'dır.

Ülke doğudan batıya 6 farklı zaman dilimine ve British Columbia (Pasifik Kıyısı), The Cordillera, The Prairies, The Canadian Shield, The Great Lakes (Güney Quebec ve Ontario Eyaletleri), The Atlantic Provinces, ve The Arctic (Kuzey Buz Denizi) olmak üzere 7 coğrafi bölgeye ayrılmaktadır.

Siyasi ve İdari Yapı

1 Temmuz 1867 tarihinde İngiltere'den ayrılarak Federal yapıda bağımsızlığını ilan eden Kanada'da, İngiltere Kraliçesi'ne bağlı bir anayasal monarşi yönetim biçimi benimsenmiştir. Kanada Hükümeti'nin önerisi ile Kraliçe tarafından atanan Genel Vali, Kraliçe'nin ülkedeki temsilcisi olarak görev yapmaktadır.

Ülkenin iki meclisli parlamenter sistemi, 308 üyeli Avam kamarası ile 105 üyeli Senato'dan oluşmaktadır. Avam kamarası üyeleri dört yılda bir yapılan seçimlerle belirlenirken Senato üyeleri Başbakan'ın önerisiyle Genel Vali tarafından atanmaktadır.

10 eyalet (Alberta, British Columbia, Manitoba, New Brunswick, Newfoundland, Northwest, Nova Scotia, Nunavut, Ontario, Prince Edward Adası) ve 3 bölgeden (Quebec, Saskatchewan, Yukon) oluşan federal yapı içinde yönetim yetkileri, Merkezi Hükümet (Federal Government), Eyalet Hükümetleri (Provincial Government) ve Yerel Hükümetler/Belediyeler (Regional Government) arasında paylaşılmaktadır. Eyalet ve Bölgesel Hükümetler anayasa çerçevesinde belirlenmiş kapsamda bağımsızdır. Kuzeybatı (The Northwest) ve Yukon Bağımsız Bölgeleri ise merkezi hükümet tarafından yönetilmektedir.

En son 14 Ekim 2008 tarihinde gerçekleştirilen seçimler sonucunda ikinci kez iş başına gelen Başbakan Stephen Harper, Muhafazakar Parti'nin (Conservative Party) başkanıdır. Bir sonraki genel seçim en geç Ekim 2012'de gerçekleştirilecektir.

Nüfus ve İşgücü Yapısı

Coğrafi yapısından dolayı nüfusun dağınık olduğu Kanada'da kentleşme oranı oldukça yüksektir. Temmuz 2008 resmi tahminlerine göre nüfusu 33,2 milyon kişi olan Kanada'nın, yüzölçümünün 9,09 milyon kilometrekare olduğu göz önüne alındığında ülke dünyanın nüfus yoğunluğu en düşük olan ülkelerinden biridir. Buna karşılık ülke aynı zamanda dünyada kentleşme oranının en yüksek olduğu ülkelerden biridir. Ülke nüfusunun yaklaşık %85'lik kısmı 350 kilometre uzunluğundaki ABD sınırı doğrultusunda yaşamakta olup, bu nüfusun yarısından fazlası büyük şehirlerde yerleşiktir.

Ülkenin orta ve kuzey bölgelerinde de şehirler ve kasabalar olmasına rağmen bunların nüfus yoğunluğu

oldukça düşüktür.

Ülkeye ilk yerleşenler İngiliz ve Fransızlar olmakla beraber ülke nüfusunun kökenleri pek çok farklı ülkeden gelmektedir. Bu kültürel çeşitlilik, 1970'li yılların başından bu yana bir Kanada "ideali" haline gelmiştir.

Ülkede doğum oranı, ölüm oranlarının altında seyretmektedir. Doğum oranları, ülke nüfusunun sabit kalması için gerekli olan kadın başına ortalama %2,1 çocuk oranının altında seyretmektedir. 2000'li yılların başında iyice düşen doğum oranları 2007'den bu yana artış göstermiş olsa da hala oldukça düşük düzeylerde seyretmektedir. Bu durum, yaşlanan bir nüfus yansıtmanın yanı sıra geç yaşta evlenme, kariyer nedeniyle çocuk sahibi olmayı erteleme vb gibi sosyo-kültürel bir değişim eğilimini de göstermektedir.

Nüfus, çok yavaş bir artış hızı gösterse de Kanada hala G7 ülkeleri arasında nüfus artış hızı en fazla olan ülkelerden biridir. Ülke nüfusu 2000 yılından bu yana yıllık ortalama %1'lerde seyreden artış oranları göstermektedir. Kanada'nın geçmişi göz önüne alındığında oldukça düşük olan bu oran, G7 içindeki en yüksek nüfus artış hızı oranıdır. 2001 yılından bu yana ülkenin aldığı göç ise ülke nüfus artışının %66'lık kısmını oluşturmaktadır.

Cinsiyet ve Yaşa göre Kanada Nüfusu*

	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Yaş Grupları	1 000 Kişi			% Pay		
0 - 4	1 837,7	943,4	894,3	5,4	5,6	5,3
5 - 9	1 799,3	925,7	873,6	5,3	5,5	5,1
10 - 14	1 974,6	1 011,8	962,8	5,9	6	5,7
15 - 19	2 252,1	1 153,3	1 098,8	6,7	6,9	6,5
20 - 24	2 321,4	1 192,6	1 128,9	6,9	7,1	6,6
25 - 29	2 347,9	1 185,6	1 162,3	7	7,1	6,8
30 - 34	2 261,7	1 131,7	1 130,0	6,7	6,8	6,6
35 - 39	2 303,0	1 160,6	1 142,4	6,8	6,9	6,7
40 - 44	2 484,7	1 251,8	1 232,9	7,4	7,5	7,2
45 - 49	2 790,1	1 402,8	1 387,3	8,3	8,4	8,2
50 - 54	2 575,4	1 282,9	1 292,5	7,6	7,7	7,6
55 - 59	2 216,8	1 093,2	1 123,6	6,6	6,5	6,6
60 - 64	1 887,6	925,9	961,7	5,6	5,5	5,7
65 - 69	1 407,1	681,7	725,4	4,2	4,1	4,3
70 - 74	1 080,8	507,3	573,5	3,2	3	3,4
75 - 79	908	408,8	499,2	2,7	2,4	2,9
80 - 84	675,6	275,2	400,4	2	1,6	2,4
85 - 89	412,7	143,4	269,3	1,2	0,9	1,6
90 üstü	203,3	54,6	148,6	0,6	0,3	0,9
Toplam	33 739,9	16 732,5	17 007,4	100	100	100

*1 Temmuz 2009 itibarıyla

Kaynak: Statistics Canada, CANSIM

Ülkede eğitim alanındaki kamu harcamaları, sağlık sektörünün hemen arkasından ikinci en büyük bütçe kalemini oluşturmaktadır. Halihazırda ülkede ilkokuldan üniversiteye kadar çeşitli seviyelerde 6,7 milyon öğrenci bulunmaktadır. Zorunlu eğitim yaşı bazı eyaletlerde 6-7 arasında değişirken bazı eyaletlerde ise 15-16'ya kadar çıkabilmektedir. İlk ve orta öğretimin ücretsiz olduğu ülkede son yıllarda özel okul sayısında da hızlı bir artış yaşanmaktadır. Özellikle Ontario bölgesinde özel okullar çok yaygınlaşmış, bu bölgede özel okula devam eden öğrencilerin sayısı tüm öğrencilerin %6'sına kadar ulaşmıştır.

Yapısal olarak ülkedeki işsizlik oranı ABD'ye kıyasla daha fazladır. İşsizlik oranı 1990'lı yılların başından itibaren yavaş yavaş azalarak 2008 yılı başı itibarıyla %6'lara kadar gerilemiş olsa da 2009 yılında tekrar artış trendine geçmiştir.

Ekonomik Sektörlere Göre İstihdam İstatistikleri (1 000 kişi)

	2004	2005	2006	2007	2008
Tüm sektörler	15 947,0	16 169,7	16 484,3	16 866,4	17 125,8

Üretim sektörü	3 989,8	4 002,4	3 985,9	3 993,0	4 021,3
Tarım	326	343,7	346,4	337,2	327
Ormancılık, balıkçılık, madencilik, petrol ve doğalgaz	286,6	306,4	330,1	339,3	340,1
Kamu hizmetleri	133,3	125,3	122	138	151,8
İnşaat	951,7	1 019,5	1 069,7	1 133,5	1 232,2
İmalat	2 292,1	2 207,4	2 117,7	2 044,9	1 970,3
Hizmetler sektörü	11 957,2	12 167,3	12 498,4	12 873,5	13 104,5
Ticaret	2 507,1	2 574,6	2 633,5	2 682,4	2 678,8
Nakliye ve depolama	799,4	793,6	802,2	822,8	857,7
Finans, sigorta, emlak ve leasing	960,6	987,8	1 040,5	1 060,4	1 075,4
Profesyonel, bilimsel ve teknik hizm.	1 018,3	1 050,0	1 089,9	1 136,9	1 200,0
İşletme, bina ve diğer destek hizm.*	630,2	654,4	690	702,1	686,5
Eğitim hizm.	1 035,7	1 106,1	1 158,4	1 183,2	1 192,8
Sağlık ve sosyal yardım	1 733,4	1 734,6	1 785,5	1 846,1	1 903,4
Bilgi, kültür ve eğlence	738	735,1	745	782	759,6
Konaklama ve gıda hizm.	1 012,4	1 004,5	1 015,0	1 069,4	1 073,5
Diğer hizmetler	696,6	693,4	701	723,5	751,1
Kamu idaresi	825,5	833,1	837,4	864,6	925,7

*Şirket yönetimleri, idari ve diğer destek hizmetler

Kaynak: Statistics Canada, CANSIM,

2008 yılının başında ulaşılan düşük işsizlik oranının en önde gelen sebepleri; izlenen sağlıklı para ve maliye politikalarına bağlı olarak makroekonomik istikrardaki gelişme ve işsizlik sigorta sisteminde gerçekleştirilen ve iş aramayı teşvik edici önlemler öngören değişikliklerdir. Her ne kadar kadın ve yaşlı nüfusun iş gücüne katılma oranının artması ile ülkenin işgücü hacmi gelişmiş olsa da, nüfusun giderek yaşlanarak doğum oranlarının azalması ile önümüzdeki yıllarda işgücü arzında sıkıntı yaşanılması beklenmektedir. İşgücü arzının korunması için geçmişte olduğu gibi önümüzdeki dönemlerde de göçmenlerden yararlanılacaktır.

Ülkede uygulanan asgari ücret oranları, eyaletlere ve işverenin politikalarına göre farklılık göstermektedir. Yetişkinler için asgari ücret oranları saat başına 6-10 dolar arasında değişmektedir.

Ülke içindeki işsizlik oranları bölgeye göre büyük farklılıklar göstermektedir. Temmuz 2008 itibarıyla petrol sanayinde patlama yaşanan Alberta'da %3,6 olan oran, Newfoundland'da %13,3 ve en sanayileşmiş bölge olan Ontario'da ise %6,4 olarak gerçekleşmiştir.

2008 yılında ülkede genel olarak istihdam %0,6 artış göstermiştir. En fazla artış sırasıyla inşaat, profesyonel ve teknik hizmetler, sağlık ve sosyal hizmetler ve kamu sektörlerinde gerçekleşirken tarım, ticaret, ormancılık, balıkçılık, madencilik ve imalat sanayinde istihdam düşüşü yaşanmıştır.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Ülkenin üç ana bölgesi ve Prens Edward Adası'nda birincil tarımsal faaliyetler de önem taşıyor olmakla beraber başta British Columbia ve Quebec olmak üzere Kanada'nın tüm bölgelerinde madencilik ve ormancılık çok büyük önem taşımaktadır.

Kanada dünya ormanlarının %10'una sahip ve topraklarının yarısı ormanlarla kaplı bir ülkedir. Bu ormanların %65'i verimli olarak kabul edilmektedir. Ladin en yaygın ağaç türüdür. Ülke dünyadaki en büyük kereste, odun hamuru ve gazete kağıdı ihracatçısıdır. Ormancılık sanayii geleneksel olarak ABD inşaat ve basın sektörlerine aşırı derecede bağımlı olup, bu sektörlerdeki gelişmelerden şiddetle etkilenmektedir.

Ham ağaçların üçte birinden fazlası British Columbia'da kesilmekle beraber kerestenin büyük kısmı Ontario, Quebec ve kısmen de New Brunswick'te üretilmektedir. Her yıl yaklaşık 10 milyar Kanada doları tutarındaki yumuşak kereste ABD'ye ihraç edilmektedir. Bu tutar Kanada kereste üretiminin yaklaşık üçte ikisini ve toplam kereste ihracatının yüzde seksenini oluşturmaktadır.

Özellikle Alberta olmak üzere tüm Batı Kanada'da büyük miktarlarda petrol ve doğal gaz rezervleri bulunmaktadır. Ayrıca Atlantik kıyısında birkaç tane açık deniz petrol çıkarma tesisi bulunmaktadır. Diğer taraftan British Columbia, Manitoba ve Quebec bölgelerinde nehirler önemli bir hidro-elektrik kaynağı olarak kullanılmaktadır.

Kanada toprakları ve su kaynaklarının %12'lik kısmı, kanun gereği federal ve bölgesel hükümetler tarafından milli park, bölgesel park, vahşi yaşam alanı veya ekolojik rezerv olarak korunmaktadır. Ayrıca doğal kaynakların tüketilmesini engellemek amacıyla, hükümet tarafından finanse edilen belirli ari dönüşüm ve doğal havanın venilenmesi programları uygulanmaktadır.

Federal Hükümet, Aralık 2002'de sera gazı emisyonunu azaltma amaçlı Kyoto protokolünü onaylamıştır. Ancak anlaşma gereği 2010 yılı itibarıyla ulaşılması gereken sera gazı emisyon oranlarının gerçekleştirilemeyeceği ortaya çıkmıştır. Her ne kadar Protokolün hedeflerine ulaşmak için çeşitli önlemler uygulanmaya çalışılmış olsa da mevcut sera gazı emisyon oranları arzu edilen düzeyin çok üstündedir. Özellikle konvansiyonel petrol çıkarma tekniklerine kıyasla üç kat daha fazla sera gazı salınımına yol açan Alberta'daki petrol çıkarma sektörünün güçlü lobisi, Protokolün uygulanmasının bölge için mali felakete yol açacağını ifade etmektedir.

Genel Ekonomik Durum

Ekonomik Yapı

Kuzey Amerika pazarı ile hızla gelişen Asya ekonomileri arasında bir köprü görevi gören stratejik pozisyonu ile Kanada, dünyanın en büyük dokuzuncu tüketim pazarıdır. ABD ve Meksika ile gerçekleştirilen Kuzey Amerika Serbest Ticaret Alanı (NAFTA) sayesinde 443 milyonu aşan bir tüketici kitlesine ulaşma imkanı sağlamanın yanı sıra ülke, güvenli iş ve yatırım ortamı ile de dünyanın önde gelen en dinamik ekonomilerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ve G8 üyesi olan Kanada, dünyanın en zengin ekonomilerinden biridir. Sanayileşmiş diğer ekonomilerden farklı olarak Kanada ekonomisinde, ağaç ve petrol sanayii (birincil endüstriler) önemli bir yere sahiptir. Ülke aynı zamanda Güney Ontario merkezli, özellikle otomobil ağırlıklı bir imalat endüstrisine de sahiptir.

Doğal kaynaklar ülke ekonomisinin gelişmesinde kilit bir rol oynamış olmakla beraber toplam ekonomik faaliyetlerin %70'i ve istihdamın ¾'ünü oluşturan hizmetler sektörüyle bugün Kanada ekonomisi oldukça çeşitlenmiştir. Buna karşılık tarım, ormancılık, madencilik, petrol ve doğal gaz da dahil olmak üzere birincil sektörlerin GSYİH içindeki payı %7'lere, imalat sanayinin payı ise %15'lere kadar gerilemiştir.

Ontario gibi bazı bölgelerde çok da fazla önem taşımayan doğal kaynaklar British Columbia ya da Alberta gibi bazı başka bölgelerde çok büyük önem taşıyabilmektedir. Doğal kaynaklar aynı zamanda ülkenin toplam ihracat değerinin de yaklaşık yarısını oluşturmakta olup, ticari dengenin önemli bir unsurudur.

GSYİH'nin Sektörlere Göre Dağılımı (2002 yılı sabit fiyatlarıyla milyon Dolar)

	2005	2006	2007	2008	2009
Tüm Sektörler*	1.158.680	1.191.403	1.218.979	1.226.809	1.194.541
Mal üreten sektörler					
Tarım, ormancılık, balıkçılık	28.404	27.958	27.570	28.034	26.280
Madencilik, petrol ve doğal gaz çıkarımı	55.941	57.271	57.776	55.993	51.476
İmalat	187.901	185.527	181.348	170.350	151.120
İnşaat	66.725	69.462	72.330	75.596	69.256
Kamu hizmetleri	30.527	30.150	31.598	31.236	29.914
Hizmet Üreten Sektörler					
Nakliye ve depolama	55.235	56.829	57.708	57.978	56.018
Bilgi ve kültürel sektörler	42.039	43.583	44.568	45.372	45.314
Toptan ticaret	63.662	66.839	70.107	70.350	66.024
Perakende ticaret	64.841	68.822	71.733	73.789	73.518
Finans ve sigorta, emlak ve kiralama, şirket ve işletme yönetimi	222.677	232.289	240.577	245.223	250.938
Profesyonel, bilimsel ve teknik hizmetler	53.873	57.030	59.246	60.622	60.417
İdari ve destek, atık yönetimi ve onarım hizmetleri	28.555	29.539	30.799	31.180	30.096
Kamu idaresi	65.115	67.452	69.136	71.226	73.216
Eğitim hizmetleri	55.292	57.008	58.413	60.191	61.302
Sağlık ve sosyal yardım	72.735	74.468	76.715	78.909	81.090
Sanat ve eğlence	10.651	10.826	11.087	11.074	11.160
Konaklama ve gıda hizm.	25.982	26.141	26.531	27.245	26.723
Diğer hizmetler (kamu idaresi hariç)	29.633	30.514	31.442	32.100	31.976

*Kuzey Amerika Sanayi Sınıflandırma Sistemi'ne (NAICS) göre

Kaynak: Statistics Canada, CANSIM

ONTARIO EYALETİ İLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ

QUEBEC EYALETİ İLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ

Ekonomik Performans

En son 1991 yılında yaşanan %2,1'lik daralmadan sonra 2009 yılına kadar olan dönem içinde Kanada ekonomik performansının en göze çarpan unsuru hiç ekonomik daralma yaşanmamış olmasıdır. Bu süreçte Kanada ekonomisinin genel olarak düşük işsizlik ve bütçe fazlaları ile sürekli bir büyüme içerisinde olduğu görülmektedir. Kanada 2001 krizini, sadece üç aylık bir daralma ile atlattığına başarmış, ekonomi 2004-2007 yılları arasında yıllık ortalama %3'lerde seyreden oranlarda büyümüştür.

Bu süreçte artan istihdam, düşük enflasyon ve faiz oranları, emlak piyasasındaki canlanma ve azalan vergilere bağlı olarak tüketim harcamalarının hız kazanması, ekonomik büyümenin de temel dinamiğini oluşturmuştur. Buna karşılık tasarruf oranları giderek azalmış bunun bir sonucu olarak hane halklarının borçlanma oranı neredeyse iki kat yükselmiştir.

Aynı dönemde özellikle ABD'nin ithalat talebine bağlı olarak temel ve mamul malların ihracatında da ciddi bir artış yaşanmıştır. Bununla beraber Kanada Dolarının 2002 yılından itibaren değer kazanması, Kanadalı üreticilerin rekabet gücünü olumsuz etkilemiştir.

Serbest piyasa ekonomisi uygulanmakta olan Kanada'da, devletin ekonomik hayata müdahalesi Avrupa ülkeleri kadar olmasa da ABD'ye kıyasla biraz daha belirgindir. Ontario ve Batı eyaletlerinin bir kısmı hariç olmak üzere, genellikle Kanada'nın kişi başına düşen GSYİH'si, ABD'den düşük, Avrupa ekonomilerinden büyüktür.

2009 Yılı İtibarıyla Karşılaştırmalı Ekonomik Göstergeler

	Kanada ^a	ABD ^a	İngiltere ^b	Japonya ^a	Çina
Nominal GSYİH (milyar dolar)	1.336,1	14.119	2.206	5.068	4.806
Kişi başına GSYİH (Satın alma gücü paritesiyle dolar)	38.030	46.021	34.283	32.453 c	6.590
Reel büyüme %	-2,5	-2,6	-4,6	-5,2	7,2
Enflasyon (dönem sonu,; %)	1,3	2,8	2,1	-1,7	1,5
Enflasyon (ort; %)	0,3	-0,3	0,5	-1,4	-0,7
Cari denge (milyar dolar)	-38,1	-378	-32,1	142	297
Cari denge (GSYİH % pay)	-2,9	-2,9	-1,5	2,8	6,1
İhracat (fob-milyar dolar)	323,3	1.068	356	545	1.204
İthalat (fob-milyar dolar)	327,3	1.575	480	502	854

a Gerçekleşen. b Economist Intelligence Unit tahmini. c Economist Intelligence Unit projeksiyonu

Kaynak: The Economist Intelligence, CountryReports, 2009 (İlgili ülke raporları)

Geçtiğimiz yıllarda ülkedeki şirketler de başarılı bir performans sergilemiş, vergi öncesi şirket faaliyetlerinden doğan karlar 2001-2008 yılları arasında %50'den fazla artış göstermiştir. Bu kar artışlarından en fazla madencilik, toptan ve perakende ticaret sektörleri faydalanırken imalat sanayi karları nispeten durgun seyretmiştir. Karlardaki bu gelişme, aslında ekonominin genel olarak sağlıklı yapısının bir yansıması olmuştur. Nitekim 2001-2008 yılları arasında Kanada ekonomisi yıllık ortalama %2,6 reel büyüme sergilemiştir. İmalat ve madencilik sektörlerindeki karların farklı şekilde gelişmesi de Kanada Doları'nın değer kazanmasının, farklı sektörleri farklı şekilde etkilediğini ortaya koymaktadır.

Ulusal düzeyde ele alındığında, gerek güçlü kur gerekse ücret artışlarına bağlı olarak tüketim talebinin çok yükseldiği ve toplam harcamaların büyük bir kısmının özel tüketiciler tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Batı Kanada'daki doğal kaynakların çıkarılması faaliyetlerine adeta "yağan" fonlar sayesinde, yatırım harcamaları da önemli ölçüde yükselmiştir.

Ancak 2009 yılında dünya çapında etkileri hissedilen mali kriz, sanayileşmiş ülkeler içerisinde güçlü bankacılık sistemi ve dış ticaret fazlası ile krizden en az etkilenecek ülke olarak gösterilen Kanada'yı da etkilemiştir.

2008 yılında Kanada'nın (2002 sabit fiyatlarına göre) Reel Gayrisafi Yurtiçi Hasılası 2007 yılına kıyasla 2,1 puan gerilemiş ve 1991 yılından bu yana gözlemlenen en düşük büyüme oranı, %0,4, kaydedilmiştir. Bu düşüşte 2008 yılı son çeyreğindeki ciddi daralmanın etkisi büyük olmuştur. 2008 yılının sonundan itibaren başlayan ekonomik daralma ertesi dönemlerde de devam etmiş ve 2009 yılında %-2,5'lik bir büyüme oranı kaydedilmiştir. Söz konusu daralma 2001 yılından itibaren ekonomik büyümenin itici gücünü oluşturan nihai talebi de etkilemiş ve talepte %1,8 gerileme yaşanırken tüketici harcamalarındaki artış da önceki yılların gerisinde kalmıştır. Hem dayanıklı hem dayanıksız tüketim mallarına yönelik talepte gerileme vardır.

2009 yılında imalat sanayiinde en büyük düşüşler motorlu araç, aksam ve parçaları ile yine motorlu araç yapımında kullanılan plastik parça üretiminde görülmüştür. Petrol ve doğal gaz üretiminin azalması sonucu, enerji sektörü de küçülmüştür. Ekonomik sektörlerdeki en büyük daralma ise ormancılık ve madencilik sektörleriyle ilgili ekonomik faaliyetlerde yaşanmıştır.

2008 yılında büyümeye katkıda bulunan en önemli sektör, başta finans, sigortacılık, perakende satış ve inşaat olmak üzere hizmetler sektörü olmuştur.

2009 yılı kamu gelirlerinde en önemli üç kalem gelir ve tüketim vergisi ile sosyal sigorta fonlarına yapılan katkılar olmuştur. Kurumlar vergisi tahsilatı % 7,7 oranında azalırken tüketim vergisinde (GST) yapılan indirim de toplanan gelirlerin düşmesine yol açmıştır. Giderlerde ise sosyal hizmetler, sağlık ve eğitim harcamaları başta gelmektedir.

2007 yılında ülkede enflasyon %2,3 olarak gerçekleşmiş olup, bu rakam 2003 yılından bu yana kaydedilen en yüksek artıştır. Ancak 2008 yılının özellikle son çeyreğinden itibaren enflasyon gerilemiş ve dönem sonu enflasyon 2008'de %1,2, 2009'da %1,3 olarak gerçekleşmiştir. Tüketici ürünleri sepetinde yer alan ürün gruplarından sadece giyecek ve ayakkabıda fiyat düşüşü yaşanmış olup, en yüksek artışlar konut (%4,4) ve yiyecekte (%3,5) gözlemlenmiştir. Giyecek ve ayakkabıda fiyat düşüşü yaşanması Çin'den yapılan düşük fiyatlı ithalata bağlı olmuştur. Enerji ürünlerinde yaklaşık %10 oranında gerçekleşen fiyat artışı 2008'de de tüketici fiyat endeksi üzerinde etkili olmuştur. Araç, giyecek, ayakkabı ile elektronik ürün fiyatlarında yaşanan düşüşler ise tüketici fiyat endeksinin artışını nispeten dengelemiştir.

Sektörler

Tarım ve Hayvancılık

Sert kuzey mevsimi nedeniyle Kanada topraklarının sadece 68 milyon hektarlık (%7) kısmı tarıma ayrılmıştır. Tarıma elverişli bu topraklar ülkenin güney sınırı boyunca dağılmış bulunmaktadır. Sınırlı tarım alanına karşılık Kanada, başta buğday olmak üzere dünyanın önde gelen tarım üreticilerinden biridir.

Son 50 yılda Kanada tarım sektörü önemli bir yapısal değişim geçirmiş, diğer sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi tarım sektörünün ve tarımda istihdam edilen nüfusun payı giderek azalmış, çiftlikler büyümüş ancak sayıları azalmıştır. Toplam ekilen tarım arazisinde önemli bir değişiklik gözlenmemiş olup, çiftlik başına düşen tarım arazilerinde toplamda artış gerçekleşmiş, bu çerçevede Saskatchewan eyaleti ortalama tarım arazilerinin en yüksek olduğu eyalet olmuştur.

Kanada hayvancılık üretimi açısından değerlendirildiğinde, en büyük sürülerin domuz çiftliklerinde yetiştirilmekte olduğu ve bu alandaki büyümenin son on yılda yaklaşık %150 civarında olduğu hesaplanmaktadır. Yine süt inekleri ve sığır sayısında da artış kaydedilmektedir.

Tarım ve Gıda Ürünlerinde önemli bir üretici konumunda bulunan Kanada, özellikle daha sıcak iklimlerde yetişen ürünlere yönelik talebin karşılama amacıyla düzenli olarak ithalat yapmaktadır. Coğrafi konum nedeniyle dış ticaret ağırlıklı olarak diğer NAFTA (North American Free Trade Agreement) üyeleri olan ABD ve Meksika arasında gerçekleşmesine karşın Avrupa ve Uzakdoğu pazarları da Kanada'nın dış ticaretinde önemli rol oynamaktadır.

Diğer sanayileşmiş büyük ülkelerin aksine Kanada çiftçileri üretimleri için devletten büyük sübvansiyonlar almamaktadırlar. Kanada'da çiftçilere yalnızca tabii afet ve kuraklık gibi durumlarda destek verilmektedir.

Süt ürünleri üreten ve tavuk yetiştiren çiftliklere ülkenin hemen her yerinde rastlanmakla birlikte, süt üretiminin Quebec'te, tavukçuluğun ise Ontario'da yoğunlaştığı görülmektedir. Bu sektörlerin üretimleri daha çok iç piyasaya dönüktür.

Tarım Üretim (1 000 Ton)

Tarla Bitkileri	2004	2005	2006	2007	2008
Buğday	24 795,5	25 748,1	25 265,4	20 054,0	28 611,1
Kanola (kolza tohumu)	7 673,6	9 483,3	9 000,3	9 528,5	12 642,9
Arpa	12 556,7	11 677,6	9 573,1	10 983,9	11 781,4
Yulaf	3 467,2	3 282,7	3 852,2	4 696,3	4 272,6
Keten tohumu	516,9	990,6	988,8	633,5	861,1
Çavdar	397,5	330,4	382,9	233,0	316,2
Soya fasulyesi	3 043,9	3 155,6	3 465,5	2 695,7	3 335,9
Mısır	8 836,8	9 332,2	8 989,8	11 648,7	10 592,0
Kuru ot	27 307,4	29 555,1	29 966,2	30 217,4	30 431,5
Kanarya tohumu	300,5	227,2	133,1	162,0	195,6
Mercimek	915,8	1 164,3	692,8	733,9	919,5

Yıllık Ortalama	2007	2008	2009	2010	2011
Hardal tohumu	286,7	183,8	108,2	123,4	161,0
Bezelye	3 097,2	2 993,6	2 519,9	2 934,8	3 571,3

Kaynak: T.C. Ottawa Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği 2009 Yılı raporu

Ülkenin denizlere olan kıyıları ve iç su kaynaklarına bağlı olarak balıkçılık geleneksel olarak önem taşıyan bir sektör olmuştur. Ancak yerli ve yabancılar tarafından yıllarca aşırı avlanma yapılması nedeniyle ülkenin yerel balık çeşitliliği giderek azalmıştır. Halen özellikle British Columbia bölgesi ve Atlantik kıyısındaki balık çiftlikleri ülkenin deniz ürünü üretiminin yaklaşık ¼'ük kısmını gerçekleştirmektedir. Yıllık balık ihracatı 4 milyar Kanada dolarının üzerindedir

Sanayi

Gerek sanayi sektörlerinde verimliliğin artması, gerek hizmetler sektörünün büyümesi gerekse piyasanın belirsiz yapısına bağlı olarak 2002 yılından itibaren Kanada'da sanayi sektöründeki istihdam giderek azalmıştır.

Kanada'nın önde gelen sanayi sektörleri, otomotiv ve yedek parça, telekomünikasyon, elektrikli ve elektronik cihazlar, kimyasallar ve metal ürünleridir. Başta otomotiv olmak üzere ülkedeki pek çok sanayi kolu, ABD üretimi ile entegre halde faaliyet göstermektedir. Ülkedeki imalat sanayinin önemli bir kısmı ABD firmalarının şubelerinden oluşmaktadır. ABD pazarına bu bağımlılık hali, Kanadalı üreticileri ABD pazarındaki ekonomik ve kurla ilgili dalgalanmalara karşı çok duyarlı hale getirmiştir. Ülkenin sanayi sektörleri aynı zamanda başta Çin ve diğer Asya ülkeleri olmak üzere düşük üretim maliyetli ülkelere rekabette olumsuz etkilenmektedir.

Kanada'da en önemli imalat sanayii güneybatı Ontario'daki otomobil endüstrisidir. Bu endüstri 1965 yılında ABD ile imzalanan ve otomobil, otobüs, kamyon, lastik ve yedek parçaların gümrük vergisiz ithaline imkan veren Auto Pact anlaşmasının ardından büyük bir gelişme göstermiştir. Ontario, belli başlı Amerikan ve Japon araba üreticileri ile çok sayıda oto yedek parça firmasının bulunduğu bir eyalettir. Ontario, bugün Amerika otomobil endüstrisinin kalbi durumundaki Michigan'dan daha fazla araç üretmektedir. Otomobil üreticilerinin Kanada'ya olan ilgisinin altında ABD'ye kıyasla daha eğitilmiş olan nüfus ve düşük işgücü maliyetleri yatmaktadır.

2008 yılının ikinci yarısında başlayan otomotiv sanayii krizi Kanada'yı da etkilemiştir. Krizin en temel sebepleri 2003-2008 yılları arasında artan petrol fiyatları sonucu, özellikle General Motors, Ford ve Daimler Chrysler'in ürettiği araçlara olan talebin azalması ve 2007 yılının sonlarına doğru etkisi hissedilmeye başlanan ve halen süren küresel mali kriz sonucu yaşanan ekonomik daralmadır. Otomotiv krizi en çok bu üç firmayı etkilemiş olmakla birlikte Avrupa ve Asya firmaları da azalan satışlardan olumsuz etkilenmişlerdir.

Madencilik

Kanada ekonomisinin gelişiminde mineral ve mineral dışı kaynakların payı çok büyüktür. Prince Edward adası hariç olmak üzere ülkenin tüm eyalet ve bölgelerinde mineral kaynaklar bulunmakla beraber toplam madencilik faaliyetlerinin %90'lık kısmı British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Ontario, Quebec ve Northwest bölgelerinde gerçekleştirilmektedir.

Ülke genelinde 60'tan fazla farklı mineral ürün çıkartılan 884 adet maden ve ocak faaliyet göstermektedir. Kanada dünyanın en büyük potas ve uranyum üreticisi olmanın yanı sıra nikel, çinko ve asbestte dünya ikincisidir. Ülke bunların yanı sıra bakır, kadmiyum, alüminyum, tuz, altın ve kobalt gibi çok sayıda mineralin en büyük üreticilerindendir. Kanada kükürt üretiminde de dünyada ABD'den sonra ikinci sırada yer almakta olup, ülke bu elementin net ihracatçısı konumundadır

Northwest bölgesinde keşfedilen büyük elmas yatakları sayesinde ülke elmas üreten ülkeler sıralamasında da öne çıkmıştır. Halen bu bölgede iki adet elmas madeni faaliyet göstermektedir. De Beers isimli büyük elmas üreticisi firma, Ontario ve Northwest'te iki yeni elmas madeni açmayı planlamaktadır.

Madencilikle ilgili konular yerel idarelerin yetkisinde olduğundan bu konudaki politikalar da yerel yönetimlere paralel olarak farklılıklar göstermektedir. Buna bağlı olarak son on yıllık dönemde özellikle British Columbia bölgesinde maden yatırımlarında dalgalanmalar yaşanmıştır.

İnşaat

Özellikle düşük faiz oranlarına bağlı olarak Kanada'nın inşaat sektörü, özellikle de konut inşaatları son beş yıllık dönemde büyük bir büyüme göstermiştir. Bu eğilim, özellikle büyük şehirlerdeki ofis binalarındaki arz fazlasına ve bütçe gerekçeleri ile kamu altyapı harcamalarındaki azalmaya paralel olarak 2008 yılı başından itibaren tersine dönmüştür.

Yine de 2002-2007 yılları arasında ticari ve kamu amaçlı bina inşaat izinleri sayısında %60 artış yaşanmıştır. İnşaat sektöründeki bu patlama, ağırlıklı olarak batıdaki Alberta ve British Columbia bölgelerinde yoğunlaşmıştır.

TURİZM

Doğal güzellikleri, açık hava faaliyet imkanları ve nispeten temiz ve güvenli şehirleri, Kanada'yı turizm açısından cazip kılmaktadır. Ülkenin gelişmiş altyapısı ve dünyanın en büyük turizm pazarına sahip olan ABD'ye kültürel ve coğrafi yakınlığı, turizm sektörünü destekleyen diğer önemli unsurlar arasında sayılabilir. Ayrıca Kanada, hem yüksek teknolojili hem de yerel ve uluslararası tüketime cevap veren bir eğlence endüstrisine sahiptir.

Ülkeye gelen yabancı turistler içinde ilk sırayı ABD alırken ABD'yi İngiltere, Japonya, Fransa ve Almanya takip etmektedir. Bu ülkelerden gelen turistlerden elde edilen gelirler, ülke içi turizm gelirleri ile beraber ülkenin toplam seyahat ve turizm gelirlerinin %90'lık kısmını oluşturmaktadır.

Enerji

Zengin petrol, doğal gaz, kömür ve uranyum rezervlerine sahip olan Kanada dünyanın üçüncü büyük doğal gaz ve yedinci büyük ham petrol üreticisidir. Ülkenin petrol rezervleri Suudi Arabistan'ın ardından dünyada ikinci sırada bulunmakta olup, başta kuzey Alberta bölgesindekiler olmak üzere ülkenin toplam rezervlerinin 180 milyar varil düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Alberta dışındaki önemli rezervler arasında British Columbia ve Saskatchewan bölgeleri sayılabilir.

Gerek ülke topraklarının büyüklüğü ve zor iklim koşulları, gerekse yüksek sanayileşme düzeyine bağlı olarak, net kişi başına enerji tüketimi açısından Kanada dünyanın en büyük tüketicileri arasındadır. Yine de ülke, ihracata yöneltilen ciddi düzeyde enerji fazlası vermektedir. Bu enerji fazlasının yaklaşık %95'lik kısmı (özellikle petrol ve doğal gaz), ABD pazarına ihraç edilmektedir.

Kanada aynı zamanda dünyanın önde gelen elektrik üreticilerindedir. Başka hiçbir ülkede olmadığı kadar bol nehir ve göl kaynaklarıyla Kanada'nın toplam elektrik üretiminin %60'lık kısmı hidroelektrik, %24'lük kısmı termal üretim (doğal gaz ve kömür) ve geri kalanın büyük kısmı da nükleer elektrik olarak yapılmaktadır. Hidroelektrik özellikle Quebec, British Columbia, Ontario ve Manitoba'da bol ve ucuz olarak üretilmektedir. Bu bol ve ucuz enerji Quebec ve British Columbia'da alüminyum endüstrisi gibi büyük ve önemli bazı endüstrilerin doğmasına imkan sağlamıştır.

Enerji İstatistikleri (petajul olarak)

	2004	2005	2006	2007	2008
Birincil üretim ¹	16 553,7	16 489,9	16 815,5	17 147,9	16 660,5
İhracat ¹	8 822,7	8 662,2	8 898,6	9 331,0	9 206,0
İthalat ¹	3 107,6	3 139,2	2 977,4	3 124,1	3 115,9
Net arz ²	10 014,0	9 946,1	9 879,6	10 405,8	10 120,2
Üretici tüketimi	1 303,2	1 274,0	1 282,3	1 363,9	1 285,5
Kullanılmayan enerji	1 029,3	983,7	1 044,9	1 083,7	1 041,7
Nihai Enerji Talebi	7 681,6	7 688,5	7 552,4	7 958,4	7 793,1
Toplam endüstriyel	2 343,2	2 312,8	2 314,0	2 450,7	2 306,2
Toplam ulaştırma	2 347,3	2 388,8	2 372,3	2 484,0	2 395,9
Tarım	208,9	208,5	211,4	215,6	217,2
Konut	1 313,0	1 296,6	1 243,4	1 336,5	1 360,3
Kamu	131,9	136,1	127,6	122,1	123,6
Ticari ve diğer kurumsal	1 337,5	1 346,1	1 283,8	1 349,7	1 399,7

1. Birincil enerji kaynakları kömür, ham petrol, doğal gaz, doğal gaz sıvıları, hidro ve nükleer enerjidir.

2. Birincil ve İkincil kaynakların net arzı.

Kaynak: Statistics Canada, CANSIM

Hizmetler

Hizmetler sektörü, çalışan nüfusun dörtte üçünü istihdam eden, GSYİH'nın ise üçte ikisini oluşturan büyük ve çok yönlü bir sektördür. En büyük alt sektör, çalışan nüfusun yaklaşık %13'ünü barındıran perakende sektörüdür.

Hizmet sektörünün ikinci en büyük kısmını, nüfusun nispeten daha azının istihdamını sağlayan işletme ve şirket idaresi sektörü oluşturmaktadır. Bu sektör finansal hizmetler, gayrimenkul ve telekomünikasyon endüstrilerini içermektedir. Son yıllarda özellikle Toronto gibi gelişmiş şehirlerde yerleşen bu kesimde ciddi büyüme kaydedilmiştir. Kanada'nın önde gelen bankaları da bu yapıya uygun olarak merkezlerini Toronto'da açmışlardır.

Eğitim ve sağlık sektörleri Kanada'nın en büyük iki sektörü olmakla birlikte, her ikisi de kamu faaliyet alanı olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle sağlık hizmetlerinin hızlı bir gelişme süreci içerisinde olduğu gözlemlenmektedir.

Bankacılık

1980'lerin sonuna kadar dağınık bir yapı sergileyen finansal hizmetler sektörü, 1990'lardan itibaren daha konsantre bir yapıya geçmiş, tüm büyük bankalar komisyonculuk, yatırım fonları ve başta otomobil ve ev sigortaları olmak üzere sigortacılık faaliyetlerine de giriş yapmıştır.

1999 yılında Federal sigortacılık mevzuatında yapılan ve bu firmaların hisse artırımına gitmesine imkan veren düzenlemenin ardından üç büyük hayat sigortası şirketi olan Manulife Financial, Sun Life Financial ve Great-West Life firmaları bugün Kanada'nın en büyük ve faaliyetleri en çeşitli finansal kurumları haline gelmiştir.

1999 yılına kadar ülkede Toronto, Vancouver, Alberta ve Montreal olmak üzere dört adet menkul kıymet borsası bulunurken sermaye piyasasındaki yeniden yapılanma çalışmaları, zaten ülkedeki toplam işlem hacminin %80'lik kısmını elinde bulunduran Toronto Menkul Kıymetler Borsası'nı (TSX) büyük şirketlerin hisselerinin alınıp satıldığı tek borsa haline getirmiştir. Bu yeni düzenleme ile Montreal Borsası 10 yıl boyunca future ve opsiyon işlemlerinin, Vancouver ve Alberta Borsalarının birleştirilmesi ile oluşturulan Canadian Venture Exchange de daha küçük hisse senetlerinin alınıp satıldığı borsalara dönüştürülmüştür.

Ülkenin para ve bankacılık faaliyetlerini, fiyat istikrarını, faiz hadlerini ve para arzını düzenleyen resmi kuruluşlar, Kanada Bankası (Bank of Canada/Merkez Bankası) ve Mali Kurumlar İzleme Ofisi'dir.

Kanada verimli ve güvenilir bir bankacılık sistemine sahiptir. Ülkede 8 000'in üzerinde şube ve 16 800'ün üzerinde bankaya ait ATM bulunmaktadır. Kanada'daki toplam ATM sayısı ise 55 500'ün üzerindedir. Bu açıdan ülke kişi başına düşen ATM sayısı en yüksek olan ülkedir. Banka kartları, internet bankacılığı ve telefon bankacılığı imkanları en iyi şekilde kullanılmaktadır.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Güçlü ve istikrarlı ekonomisi, rekabetçi yatırım ortamı, gelişmiş araştırma ve geliştirme altyapısı ile beraber nitelikli işgücünün varlığı Kanada'yı yabancı yatırımlar için cazip bir ülke haline getirmiştir.

Bu özellikleri ile imalattan bilgi ve iletişim teknolojilerine, gıda işlemeden yenilenebilir enerjiye kadar pek çok sektörde dünyanın önde gelen firmaları Kanada'da yatırım yapmaktadır. Ülke G7 ülkeleri arasında önümüzdeki 5 yıllık dönemde yatırım yapmak için en elverişli ülke olarak gösterilmektedir.

Küresel krizin etkisiyle sınır ötesi birleşmeler ve satın almalarda son iki yıla göre düşüş yaşanmış olmasına rağmen ülkenin Kanada'ya giren Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) istatistikleri olumsuz etkilenmemiştir. 2009 yılında ülkeye yaklaşık 8,6 milyar Dolar tutarında bir DYY girişi yaşanmış olup, 2009 yılında toplam DYY stoku 549,4 milyar Dolara yükselmiştir. Diğer taraftan ülkenin yatırım dengesi geleneksel olarak açık vermekte, ülkeye giren DYY, çıkan DYY'nin altında kalmaktadır.

Kanada'nın Uluslararası Yatırım İstatistikleri (Milyon Dolar)*

	2006	2007	2008	2009
Kanada'dan çıkan DYY	518.839	513.140	641.641	593.291
Kanada'ya giren DYY	437.171	510.139	540.830	549.400

* Yı l sonu

Kaynak: Foreign Affairs and International Trade Canada

Ülkeler İtibarı ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Ülkeler itibarıyla ele alındığında Kanada'da en fazla yatırım yapan ülkenin 288,2 milyar dolara ulaşan kümülatif yatırım tutarı ile ABD olduğu görülmektedir. ABD'yi İngiltere, Hollanda ve İsviçre takip etmektedir.

Başlıca Ülkeler ve Ülke Grupları İtibarıyla Doğrudan Yabancı Yatırım Stoku

	2006	2007	2008	2009	Sıra	% pay
					2009	2009
Tüm Ülkeler	437.171	510.139	540.830	549.400		
Avrupa Birliği-27 *	108.201	138.418	165.640	163.714		29,8
NAFTA *	265.328	291.245	283.759	288.540		52,5
APEC *	282.620	311.016	308.552	318.773		58

Kuzey Amerika	209.099	290.982	283.494	288.287		52,5
ABD	265.096	290.983	283.494	288.287	1	52,5
Orta ve Güney Amerika	12.979	14.638	14.825	15.324		2,8
Brezilya	12.868	14.088	14.365	14.845	6	2,7
Avrupa	124.513	156.926	188.242	186.966		34,0
İngiltere	39.409	56.649	66.844	63.469	2	
Hollanda	24.766	36.693	49.184	46.529	3	8,5
İsviçre	14.601	15.862	20.942	21.191	4	3,9
Fransa	17.181	17.237	17.631	18.218	5	3,3
Almanya	8.391	9.108	13.883	13.892	7	2,5
Lüksemburg	6.574	4.184	6.983	9.856	9	
Afrika	1.398	1.641	1.804	1.849		0,3
Asya/Okyanusya	28.581	40.542	47.508	52.720		9,6
Japonya	13.439	13.625	12.589	13.122	8	2,4
Çin	n/a	n/a	5.239	8.854	10	1,6
Avustralya	2.580	4.450	4.767	4.763	11	0,9

* Ülke istatistikleri toplamı olarak

n/a Veri temin edilememektedir.

Kaynak: Foreign Affairs and International Trade Canada

Sektörler İtibarı ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Sektörler itibarıyla yabancı yatırımlara bakıldığında madencilik, petrol ve doğal gaz çıkarma sektörleriyle, imalat ve finans sektörlerinin en fazla yabancı yatırım çeken alanlar olarak öne çıktığı görülmektedir. İmalat sanayi içinde 2009 yılında yabancı yatırımlar en fazla birincil metal üretimi, kimya, petrol ve kömür üretimi, ulaştırma araçları, gıda, içecek ve tütün imalatı sektörlerine yönelmiştir.

Sektörlere Göre Yabancı Yatırımlar

	2006	2007	2008	2009
TOPLAM (tüm sektörler)	437.171	510.139	540.830	549.400
Tarım, ormancılık, balıkçılık ve avlanma [11]	851	1.079	891	1.010
Madencilik ve petrol ve doğal gaz çıkarımı [21]	78.051	94.733	102.033	104.272
Kamu hizmetleri [22]	5.199	6.342	6.449	5.936
İnşaat [23]	2.640	3.657	4.497	4.903
İmalat [31-33]	155.728	188.354	194.317	195.151
Toptan ticaret [41]	31.363	33.036	34.271	35.248
Perakende ticaret [44-45]	15.797	14.505	13.710	14.999
Nakliye ve depolama [48-49]	2.702	3.435	3.991	8.901
Bilgi ve kültürel sektörler [51]	5.565	10.083	10.762	10.192
Finans ve sigorta [52]	61.437	66.294	73.082	71.936
Gayrimenkul, emlak ve leasing [53]	5.280	4.834	5.051	4.762
Profesyonel, bilimsel ve teknik hizmetler [54]	10.831	13.692	13.296	13.586
Şirket ve işletme yönetimi [55]	45.502	50.731	59.657	59.931
Konaklama ve gıda hizmetleri [72]	3.071	3.149	2.823	2.821
Tüm diğer sektörler	13.154	16.214	16.002	15.752
Bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT)	20.897	17.359	20.932	21.561

* Sektör sınıflandırmaları Kuzey Amerika Sanayi Sınıflandırma Sistemi'ne (North American Industry Classification. System-NAICS) göre yapılmıştır

Kaynak: Foreign Affairs and International Trade Canada

Ülkede İş Kurma Mevzuatı

Kanada'da şirket kuruluşu oldukça basite indirgenmiş durumdadır. Kanada içinde ya da Kanada dışında ikamet edenler, şahsen ya da internet aracılığıyla şirketlerini kurabilmektedirler. Kanada'da ikamet edenler ikamet adresi göstermek durumundadırlar. Kanada dışında ikamet edenler ise durumlarını kuruluş belgelerinde belirtmek zorundadırlar.

Ülkede şirket kurmak isteyen ve Kanada vatandaşı olmayan yabancı yatırımcılar, Kanada Yatırım Kanunu hükümlerine tabidir. Bu çerçevede öncelikle hükümet ile bağlantıya geçerek bildirimde bulunmak ya da gözden geçirme başvurusu yapmak gerekmektedir.

Şirket kurma hükümleri federal ve yerel kanunlara tabi olabilmektedir. Eğer tek bir bölgede faaliyet gösterecek şirket kuruluyorsa o zaman o bölgenin yerel kanunları geçerli olmaktadır. Eğer şirket Kanada'nın birkaç eyaletinde birden faaliyet gösterecekse federal hükümlere tabi olacaktır. Ayrıca bankalar gibi bazı iş kollarında sektör spesifik hükümler uygulanmaktadır.

Ülkede şube açmak ise iki şekilde olabilmektedir. Eğer şube sadece bir şehirde faaliyet gösterecekse şubenin ve şube isminin yerel tescil bürolarında tescil ettirilmesi gerekmektedir. Birden fazla bölgede, ya da eyalette, ya da ülke çapında faaliyet gösterecek şubeler ise eyalet ya da bölge tescili yaptırmalıdır. Bir yabancı şirketin Kanada şirketler hukukuna tabi olan şubeleri ülkede aynen Kanadalı şirketler gibi hak ve yükümlülüklerle tabi olmaktadır. Aynı durum irtibat büroları için de geçerlidir.

Şubeler, Kanada içinde gerçekleştirdikleri faaliyetlerden doğan borç ve yükümlülüklerden sadece kendi başlarına sorumlu olmakta, şubenin bağlı olduğu yabancı şirket etkilenmemektedir.

Ülkede joint venture için özel bir yasal düzenleme mevcut değildir. Bu tarz faaliyetler sadece taraflar arasında yapılan sözleşmelerle düzenlenmektedir. Yapılacak joint venture sözleşmesi, işbirliği ya da ortak faaliyetlerin sınırlarını kesin olarak belirlemeli, tarafların katkısını, karların paylaşımını ve yönetim biçimini ortaya koymalıdır.

Yatırımlara Sağlanan Teşvikler

Ülkede yabancı yatırımlara doğrudan sağlanan bir vergi avantajı ya da muafiyeti bulunmamakla beraber uygulanan vergi oranları diğer G7 ülkelerine göre daha düşüktür.

Diğer taraftan ülkenin İhracat Geliştirme Ajansı (Export Development Corporation-EDC) Kanadalı ihracatçılara ve yabancı yatırımcılara ticaretle ilgili finansman ve risk yönetim hizmetleri sağlamaktadır. Ayrıca ülkede kurulmuş şirketlerin desteklenmesi amacıyla "Bilimsel Araştırma ve Deneysel Gelişim Programı, "Endüstriyel Araştırma Destek Programı" gibi çeşitli destek programları uygulanmaktadır.

Kanada yatırım ortamı ve devlet yardımları eyaletten eyalete farklılık gösterebilmektedir. Yatırımın büyüklüğüne göre ya da yer aldığı sektöre göre faydalanılacak devlet yardımı farklılık arz etmektedir. Büyük çaplı yatırımlar için, Başbakanlığa bağlı olarak çalışan yatırım kurumu (www.investincanada.gc.ca) ile temas kurulmak suretiyle yatırımın her safhasında bürokratik ya da ekonomik yardımlardan faydalanmak mümkündür.

Şirket Birleşmeleri ve Marka Satınalmalar

Doğrudan Yabancı Yatırımlar, yerli bir firmanın diğer bir ülkede yeni şirket kurmasından (greenfield investments), diğer ülkede yerleşik bir şirket ile birleşmesine (mergers) veya o ülkede yerleşik bir şirkette kontrol sağlayacak miktarda hisse satın almasına (acquisitions) kadar uzanmaktadır. Dünyadaki DYY'nin önemli bir kısmı sınır ötesi şirket birleşmeleri veya satın almalar şeklinde gerçekleşmekte olup, bu durum Kanada için de geçerliliğini korumaktadır.

2009 yılında Kanada'nın yurt dışında gerçekleştirdiği satın alma ve birleşmelerin hacim olarak % 56,8'i Kuzey Amerika'da, Kanada içinde gerçekleşen satın alma ve birleşmelerin % 55'i yine Kuzey Amerika kaynaklı olmuştur. Kanada'daki satın alma ve birleşmelerin güncel olarak <http://www.crosbieco.com/ma/index.html> adresinden takip edilmesi mümkündür.

Kanada'da sınır ötesi şirket birleşmeleri ve satın almalar konusuna özel bir politika izlenmemekte, ülkeye DYY çekilmesi ve ülkenin rekabet gücüne ve ekonomik kalkınmasına katkı sağladığı için Kanadalı şirketlerin uluslararası pazarlarda DYY yapması teşvik edilmektedir. Kanadalı şirketlerin yurt dışında yapacakları yatırımlar konusunda, Dışişleri ve Uluslararası Ticaret Bakanlığı tarafından uygulanan Küresel Ticaret Destek Programı (Global Commerce Support Program) altında yer alan Yatırım İşbirliği Programı (Investment Cooperation Program-INC) ve Kanada İhracat Geliştirme İdaresi tarafından sağlanan destekler olmak üzere iki önemli destek programı ön plana çıkmaktadır.

Kanada Hükümeti, küresel ticaret stratejisi ile yurt dışı ve yerli yatırım, ihracat, hizmetler, üretim gibi ekonominin tüm sektörlerini birlikte değerlendiren bir politika izlemektedir. Hükümet, yurt içinde ve yurt dışında yatırım konularında firmaların karşılaştığı engellerin tespiti ve çözüme kavuşturulması amacıyla da sürekli olarak ilgili şirketler ve taraflardan bilgi toplamaktadır.

► Dış Ticaret

Ülkenin Dış Ticareti

Yıllara Göre Kanada'nın Dış Ticareti (Milyar Dolar)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011 ^a
İhracat	388,3	419,0	453,6	315,1	387,3	425,6
İthalat	350,1	379,0	407,1	319,8	391,6	419,7
Denge	38,2	40,0	46,4	-4,6	-4,3	5,9
Hacim	738,4	797,9	860,7	634,9	778,9	845,3

Kaynak: 1. Trade Data Online

^aTahmin (Economist Intelligence Unit Canada Country Report, September 2010)

2009 yılındaki krizle birlikte dış ticaret hacmi %26,2 oranında azalan Kanada son on yılda ilk defa açık vermiştir. 2010 yılında ise yine dış ticaret açığı vermesine rağmen dış ticaret hacminde %22,5'lik bir artış kaydedilmiştir.

Ülkenin ihracat yapısına bakıldığında, hizmetler ve sanayinin ihracat payının giderek artması ile tarımsal ürünler, kereste, madenler, maden cevherleri ve enerji gibi hammadde niteliğindeki kaynak ürünlerin ihracatında gerileme yaşandığı görülmektedir. Ancak son yıllarda mal fiyatlarında yaşanan artışlara bağlı olarak bu gelişme dış ticaret değerlerine çok fazla yansımamaktadır.

Son yıllarda kereste, doğal gaz, petrol gibi hammadde fiyatlarındaki artışa paralel olarak ülke güçlü bir ihracat performansı sergilemiş olmakla beraber Kanada Doları'nın giderek değer kazanması bu performansı kısmen baltalamaktadır.

İhracatında Başlıca Ürünler

Ülkenin 2010 yılı ihracatında mineral maddelerin payı %23,6, nakil vasıtaları %15,8, makine, mekanik, elektronik ve elektrikli aygıtların payı %11,3, tarım ve gıda sanayi ürünleri %10,1; metal ve metal eşyaların payı %8,9, kimyasal ürünlerin payı ise %6,9, kağıt ve kağıt ürünleri %4,8, kıymetli ve yarı kıymetli metal ve taşların payı ise %5,4, plastik ve mamulleri %3,8'dir.

Kanada'nın Fasıllar İtibariyle İhracatı (Milyar Dolar)

HS Ürün adı	2008	2009	2010	%pay
2709 Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	63,26	37,50	50,44	13,0
8703 Otomobil, steysin vagonlar	32,39	23,27	36,88	9,5
2711 Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	34,03	16,06	17,33	4,5
2710 Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	16,76	10,49	14,34	3,7
7108 Altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde)	7,65	7,32	13,52	3,5
8708 Kara taşıtları için aksam, parçaları	10,44	6,10	8,79	2,3
8802 Diğer hava taşıtları, uzay araçları	6,47	6,84	6,74	1,7
7601 İşlenmemiş alüminyum	6,90	4,26	5,85	1,5
2701 Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar	5,78	4,34	5,81	1,5
3104 Potaslı mineral/kimyasal gübreler	5,92	3,21	5,05	1,3
4407 Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç; kalın >=6 mm	5,04	3,45	4,90	1,3
4703 Sodalı ve sülfatlı odun hamuru	4,90	3,20	4,80	1,2
1001 Buğday ve mahlut	6,56	5,27	4,54	1,2
8411 Turbojetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri	4,63	3,90	3,98	1,0
3004 Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	4,91	4,93	3,87	1,0
3901 Etilen polimerleri (ilk şekillerde)	4,29	2,87	3,56	0,9
1205 Rep/kolza tohumları	3,64	3,05	3,30	0,9
2601 Demir cevherleri ve konsantreleri	2,90	2,95	3,10	0,8
8517 Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	4,45	3,20	3,09	0,8
7501 Nikel matları, nikel oksit sinterleri ve nikel metalürjisinin diğer ara ürünleri	3,17	1,32	2,71	0,7
4801 Gazete kağıdı (rulo veya tabaka)	4,00	2,45	2,70	0,7
8407 Patlamalı motorlar	2,34	1,83	2,66	0,7
8803 Balon, hava gemisi, planör vb. diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	2,27	2,23	2,40	0,6
4802 Sıvanmamış kağıt ve karton (perfore edilmemiş kart ve şeritler)	3,40	2,75	2,38	0,6

7102 Elmaslar	2,63	1,69	2,34	0,6
Diğer	204,83	150,66	171,87	44,4
Toplam	453,56	315,13	386,95	100,0

Kaynak: Trade Data Online

İthalatında Başlıca Ürünler

Kanada'nın Fasıllar İtibariyle İthalatı (Milyar Dolar)

HS Ürün adı	2008	2009	2010	%pay
2709 Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	31,85	18,59	23,06	5,9
8703 Otomobil, steysin vagonlar	25,30	17,00	22,31	5,7
8708 Kara taşıtları için aksam, parçaları	17,76	13,08	17,82	4,6
8704 Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	8,66	7,52	11,23	2,9
2710 Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	9,84	6,08	9,25	2,4
3004 Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	7,85	8,34	8,61	2,2
8471 Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	8,00	6,50	8,11	2,1
7108 Altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde)	3,55	3,95	7,35	1,9
8517 Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	5,84	5,44	7,30	1,9
8407 Alternatif-rotatif kıvılcım ateşlemeli, içten yanmalı motorlar	4,98	2,86	4,24	1,1
2711 Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	4,70	3,10	3,98	1,0
8411 Turbo jetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri	4,09	3,97	3,76	1,0
8528 Televizyon alıcıları, video monitörleri ve projektörler	4,06	3,05	3,49	0,9
8542 Elektronik entegre devreler	3,46	3,06	3,43	0,9
8803 Balon, hava gemisi, planör vb. diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	3,46	3,30	3,15	0,8
8544 İzole edilmiş tel, kablo; diğer izole edilmiş elektrik iletkenleri	2,82	2,21	2,99	0,8
9401 Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam-parçaları	2,89	2,28	2,92	0,7
4011 Kauçuktan yeni dış lastikler	2,57	2,59	2,83	0,7
8481 Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazları için musluk, tıpa, valfler	2,73	2,30	2,61	0,7
8701 Traktörler	2,22	1,74	2,55	0,7
8409 İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	2,17	1,94	2,51	0,6
8429 Kendinden hareketli buldozerler, angledozerler, greyderler vb. iş makineleri	3,25	1,63	2,49	0,6
9403 Diğer mobilyalar vb. aksam, parçaları	2,70	2,13	2,49	0,6
3002 İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	1,69	1,92	2,40	0,6
8413 Sıvılar için pompalar sıvı elevatörleri:	2,13	1,82	2,33	0,6
Diğer	238,57	193,36	227,85	58,3
Toplam	407,13	319,77	391,07	100,0

Kaynak: Trade Data Online

2010 yılında Kanada'nın toplam ithalatının %92,4'ünü sanayi ve madencilik ürünleri %7,6'sını ise tarım ve gıda sanayi ürünleri oluşturmuştur. Ülkenin ithalatında makine, mekanik, elektronik ve elektrikli aygıtların payı %25,1, nakil vasıtalarının payı %17,1, mineral maddelerin payı %11,2, kimyasal ürünlerin payı ise %9, metal ve metal eşyaların payı %6,9, tarım ve gıda sanayi ürünleri %7,5, plastik ve mamulleri %4,9, kıymetli ve yarı kıymetli metal ve taşlar %3,3, tekstil ve hazır giyim %3,1'dir.

Kanada'nın 2009 yılı ithalatında küresel krizin de etkisiyle %21,4 oranında azalma kaydedilmiş olup, toplam 97 fasıl içinde sadece 7 fasıl ithalatında artış görülmüştür. 2010 yılında ise durum tersine dönerken toplam ithalatı %22,5 oranında artış göstermiş ve 97 fasılın 91'inde ithalat artışı kaydedilmiştir.

2010 yılında Kanada'nın toplam sanayi ve madencilik ürünleri ithalatı %22,8 oranında artış göstermiş olup, ikili fasılda incelendiğinde ithalatında en fazla artış olan kalemler, %68,6 ile nikel ve nikelen eşya, %67,3'le kalay ve kalaydan eşya, %66,1 ile metal cevherleri, %55,7 ile demir ve çelik, %52,9 ile

çin ve çin'den eşya, %32 ile kıymetli ve yarı kıymetli metal ve taşlar olmuştur. İthalatında en fazla azalmanın yaşandığı fasıllar ise %43,2 ile kurşun ve kurşundan eşya, %11,6 ile fotoğraf ve sinemacılıkta kullanılan eşya, %1,8 ile sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar olmuştur.

2010 yılında Kanada'nın toplam tarım ve gıda sanayi ürünleri ithalatı ise %10,9 oranında artış göstermiş olup, tütün ve tütün mamulleri %40,8 ile ithalatı en çok artan kalem olurken, tahıllar %5,9'luk düşüşle ithalatı en çok azalan kalem olmuştur.

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticareti

Kanada'nın ülkeler itibarıyla dış ticaretine bakıldığında, ABD ile Kanada arasındaki ticari ilişkilerin dünyadaki en büyük ikili ticaret akımını oluşturmaktadır. ABD hem ihracatta hem ithalatta Kanada'nın en büyük ticari ortağıdır.

Kanada'nın ihracat yaptığı diğer önemli pazarlar arasında Çin, Japonya ve Meksika'nın yanı sıra İngiltere ve Almanya başta olmak üzere AB ülkeleri, G. Kore, Brezilya ve Hindistan'ı saymak mümkündür. Kanada'nın 2010 yılı ihracatında Türkiye %0,21'lik payıyla 24'üncü sırada yer almış olup, bir önceki yıla göre Kanada'nın Türkiye'ye ihracatı %4,6 oranında artış göstermiştir.

Kanada'nın İhracatında Başlıca Ülkeler (Milyar Dolar)

Sıra	Ülke	2008	2009	2010	%pay
1	ABD	352,24	236,50	289,80	74,89
2	İNGİLTERE	12,19	10,58	15,75	4,07
3	ÇİN	9,82	9,77	12,84	3,32
4	JAPONYA	10,40	7,28	8,93	2,31
5	MEKSİKA	5,48	4,21	4,86	1,26
6	ALMANYA	4,21	3,27	3,82	0,99
7	G. KORE	3,60	3,09	3,60	0,93
8	HOLLANDA	3,47	2,41	3,12	0,81
9	BREZİLYA	2,42	1,40	2,49	0,64
10	NORVEÇ	2,65	1,54	2,46	0,63
11	FRANSA	3,04	2,35	2,28	0,59
12	HİNDİSTAN	2,27	1,88	2,02	0,52
13	BELÇİKA	3,21	1,66	2,02	0,52
14	İTALYA	2,18	1,57	1,87	0,48
15	HONG KONG	1,66	1,31	1,84	0,48
16	AVUSTRALYA	2,01	1,55	1,70	0,44
17	İSVİÇRE	1,22	1,04	1,58	0,41
18	TAYVAN	1,46	0,97	1,25	0,32
19	RUSYA FED.	1,40	0,78	1,16	0,30
20	BAE	1,37	1,14	1,10	0,29
21	ENDONEZYA	1,38	0,85	1,03	0,26
22	İSPANYA	1,06	0,99	0,95	0,25
23	SUUDİ ARABİSTAN	0,95	1,02	0,95	0,25
24	TÜRKİYE	1,16	0,78	0,82	0,21
25	SİNGAPUR	0,77	0,95	0,81	0,21
26	MALEZYA	0,78	0,69	0,76	0,20
27	FİLİPİNLER	0,52	0,46	0,66	0,17
28	TAYLAND	0,67	0,50	0,63	0,16
29	KOLOMBİYA	0,66	0,53	0,63	0,16
30	MISIR	0,59	0,56	0,61	0,16
31	BANGLADEŞ	0,27	0,55	0,58	0,15
32	ŞİLİ	0,68	0,56	0,57	0,15

33 VENEZUELLA	0,83	0,54	0,54	0,14
34 PAKİSTAN	0,52	0,36	0,53	0,14
35 PERU	0,36	0,38	0,46	0,12
36 G. AFRİKA CUM.	0,88	0,39	0,45	0,12
37 İSVEÇ	0,54	0,33	0,45	0,12
38 İSTAİL	0,55	0,31	0,38	0,10
39 FİNLANDİYA	0,95	0,29	0,38	0,10
40 KUBA	0,72	0,28	0,38	0,10
41 AVUSTURYA	0,45	0,35	0,36	0,09
42 SRİ LANKA	0,37	0,29	0,34	0,09
43 İRLANDA	0,44	0,47	0,32	0,08
44 YENİ ZELANDA	0,43	0,27	0,31	0,08
45 DANİMARKA	0,40	0,54	0,30	0,08
46 CEZAYİR	0,83	0,31	0,29	0,08
47 TRİNİDAD TOBAGO	0,26	0,23	0,29	0,07
48 PORTEKİZ	0,20	0,18	0,29	0,07
49 ARJANTİN	0,25	0,15	0,28	0,07
50 EKVADOR	0,22	0,24	0,26	0,07
DİĞER	8,59	6,48	6,85	1,77
TOPLAM	453,56	315,13	386,95	100,00

Kaynak: Trade Data Online

Kanada'nın ithalatında da ABD, Çin ve Meksika en önemli ülkeler olarak göze çarpmaktadır. 2010 yılında Kanada'nın ithalatı bulunan ilk 50 ülkeden 44 tanesinden ithalatının arttığı öte yandan sadece 6 ülkeden ithalatının azaldığı görülmektedir. 2010 yılında Kanada'nın ABD'den ithalatı %20,5, Çin'den ithalatı %24,2, Meksika'dan ithalatı ise %48,2, AB 27'den ithalatı ise %17,4 oranında artış göstermiştir. İthalatında en büyük daralma ise %48'5'lik azalmayla Azerbaycan, %24,9'luk azalmayla İrlanda'dan olmuştur. Kanada'nın 2010 yılı ithalatında Türkiye %0,17'lik payıyla 46'ncı sırada yer almış olup, bir önceki yıla göre Türkiye'den ithalatı %25,2 oranında artış göstermiştir.

Kanada, ABD ile olan dış ticaret fazlasına bağlı olarak genel dış ticaret dengesini yıllarca pozitif seviyelerde tutmayı başarmıştır. 2010 yılında Kanada'nın ABD'ye olan dış ticaret fazlası 92,6 milyar dolar olmuştur. Dış ticaret fazlası verdiği ülkeler arasında ikinci sırada yer alan İngiltere'ye ise Kanada'nın 5,5 milyar dolarlık fazlası bulunmaktadır. Kanada'nın Türkiye olan ticaretinde ise Trade Data Online verilerine göre 2010 yılında 124 milyon dolarlık fazla verdiği görülmekte olup, ticaret fazlası verdiği ülkeler arasında Türkiye 15'inci sırada yer almıştır.

Ancak son yıllarda Çin başta olmak üzere diğer önemli ticaret ortaklarıyla olan ticaretinde verdiği açıktan dolayı ülkenin dış ticaret dengesi de negatif yönde gelişmeye başlamıştır. Bununla beraber gerek hükümet yetkilileri, gerekse iş çevreleri özellikle Çin ile kurulan iyi ilişkileri bir tehdit değil fırsat olarak değerlendirmekte ve Çinli yatırımcılara sıcak bakmaktadır.

Kanada'nın dış ticaret açığı verdiği ülkeler arasında Çin 30,3 milyar dolarlık açıkla ilk sırada yer almakta olup, bu ülkeyi 16,6 milyar dolarla Meksika, 7,1 milyar dolarla Almanya ve 4,1 milyar dolarla Japonya izlemektedir. En fazla ticaret açığı verdiği diğer ülkeler arasında sırasıyla Cezayir (3,2 milyar dolar), Peru (3,1 milyar dolar), Fransa (%3,0 milyar dolar) ve İtalya (%2,6 milyar dolar) gelmektedir. Kanada AB ile ticaretinde de 2010 yılında yaklaşık 13 milyar dolarlık açık vermiştir.

Kanada'nın İthalatında Başlıca Ülkeler (Milyar Dolar)

Sıra	Ülke	2008	2009	2010	%pay
1	ABD	213,18	163,57	197,05	50,4
2	ÇİN	39,99	34,73	43,12	11,0
3	MEKSİKA	16,81	14,48	21,45	5,5
4	JAPONYA	14,35	10,81	13,01	3,3

5 ALMANYA	11,55	9,55	10,55	2,0
6 İNGİLTERE	11,78	8,22	10,38	2,7
7 G. KORE	5,64	5,19	5,97	1,5
8 FRANSA	5,68	4,93	5,26	1,3
9 İTALYA	4,80	3,89	4,51	1,2
10 TAYVAN	3,73	2,93	3,87	1,0
11 PERU	2,30	2,52	3,54	0,9
12 CEZAYİR	7,22	3,30	3,44	0,9
13 BREZİLYA	2,52	2,26	3,18	0,8
14 İSVİÇRE	2,95	3,02	2,85	0,7
15 NORVEÇ	5,83	3,13	2,69	0,7
16 TAYLAND	2,32	2,01	2,34	0,6
17 KAZAKİSTAN	0,22	1,40	2,22	0,6
18 MALEZYA	2,74	2,03	2,21	0,6
19 HİNDİSTAN	2,10	1,75	2,06	0,5
20 İSVEÇ	2,10	1,57	2,03	0,5
21 SUUDİ ARABİSTAN	2,06	1,34	1,96	0,5
22 IRAK	2,13	1,12	1,86	0,5
23 DANİMARKA	1,64	1,41	1,82	0,5
24 ŞİLİ	1,68	1,52	1,82	0,5
25 BELÇİKA	2,07	1,27	1,67	0,4
26 NİJERYA	0,87	0,40	1,62	0,4
27 HOLLANDA	2,04	1,64	1,62	0,4
28 RUSYA	1,80	1,43	1,59	0,4
29 ANGOLA	2,60	1,20	1,58	0,4
30 AVUSTRALYA	1,54	1,42	1,57	0,4
31 ARJANTİN	0,60	0,61	1,51	0,4
32 İRLANDA	1,87	1,92	1,44	0,4
33 İSPANYA	1,61	1,16	1,42	0,4
34 ENDONEZYA	1,01	0,88	1,22	0,3
35 AVUSTURYA	1,42	1,03	1,14	0,3
36 VİETNAM	0,89	0,92	1,14	0,3
37 SİNGAPUR	1,18	1,00	1,10	0,3
38 FİNLANDİYA	0,80	0,83	1,01	0,3
39 İSRAİL	1,14	0,83	0,98	0,2
40 POLONYA	0,79	0,66	0,96	0,2
41 FİLİPİNLER	0,77	0,64	0,86	0,2
42 BANGLADEŞ	0,61	0,71	0,81	0,2
43 VENEZUELLA	1,32	0,80	0,76	0,2
44 KOLOMBİYA	0,60	0,64	0,70	0,2
45 G. AFRİKA CUM.	0,79	0,55	0,69	0,2
46 TÜRKİYE	0,66	0,55	0,69	0,2
47 EKVATOR GİNESİ	0,08	0,30	0,65	0,2
48 KÜBA	0,84	0,44	0,63	0,2
49 SURİNAM	0,57	0,47	0,58	0,1
50 AZERBAYCAN	1,09	1,02	0,53	0,1
DİĞER	11,85	9,95	13,04	3,3
TOPLAM	407,13	319,77	391,07	100,0

► Dış Ticaret Politikası ve Vergiler

Dış Ticaret Politikası

Ülkenin dış ticaret politikasının en önemli bağlayıcı etkenlerinden biri ABD ve Meksika ile gerçekleştirilmiş olan Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması'dır. Bu anlaşmaya zemin hazırlayan gelişme, öncelikle ABD ile Kanada arasında 1988 yılında imzalanan ABD-Kanada Serbest Ticaret Anlaşması olmuştur. İkili bölgesel entegrasyonlar içinde en kapsamlılarından biri olarak kabul edilen bu anlaşma, iki ülke arasındaki ticarete tarifelerin kaldırılması, tarife dışı engellerin azaltılması ve hizmetler ticaretinin liberalleştirilmesi gibi hususları öngörmüştür.

ABD'nin bir yandan Kanada, diğer yandan Meksika ile yaptığı Serbest Ticaret Anlaşmaları, sonuçta ABD-Kanada-Meksika arasında Kuzey Amerika kotasını içine alacak şekilde bir Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması'nın (NAFTA) yolunu açmıştır.

12 Ağustos 1992 tarihinde imzalanan ve 1 Ocak 1994'te yürürlüğe giren NAFTA ile söz konusu üç ülke arasındaki ticaret ve yatırım ilişkileri liberalize edilmiştir. Taraf olan üç ülke, Anlaşma kapsamında kendi aralarındaki ticarete tüm tarife ve tarife dışı engelleri kaldırmayı ve üçüncü ülkelere karşı ulusal tarifelerini sürdürmeyi taahhüt etmektedir.

Hem sanayi hem de tarım ürünlerini kapsayan anlaşma çerçevesinde sanayi ürünlerindeki gümrük vergilerinin on yıllık süre içinde sıfırlanması, bazı hassas tarım ürünleri için daha uzun süreli bir takvim uygulanması ilkesi benimsenmiştir. Çevre korunması, fikri mülkiyet hakları, kara ve hava taşımacılığı gibi hizmetlerle de ilgili düzenlemeler içeren Anlaşma, ileri düzeyde bir entegrasyon öngörmektedir.

ABD ile Kanada arasında STA kapsamında 1998 yılında tamamen kaldırılan tarifeler, 2008 yılı itibarıyla Kanada ve Meksika arasında da sıfırlanmıştır. Bunun tek istisnası Kanada menşeli süt ürünleri, kümes hayvanları, yumurta ve şeker gibi bazı tarımsal ürünlerdir. Bu ürünler, Kanada tarafından anlaşma dışında tutulmuştur.

Diğer taraftan Kanada'nın çeşitli ülkelerle imzalamış olduğu Serbest Ticaret Anlaşmaları bulunmaktadır. Halen, Şili, Peru, EFTA, Kosta Rika, İsrail ve NAFTA (ABD-Meksika) ile imzalanmış olan Serbest Ticaret Anlaşmaları yürürlüktedir. 2008 yılında Kolombiya ve 2009 yılında Ürdün ile de Serbest Ticaret Anlaşmaları imzalanmış olmakla beraber bunlar henüz yürürlüğe girmemiştir.

2009 yılı sonu itibarıyla müzakereleri devam eden Serbest Ticaret Anlaşmaları Panama, Kore, ANDEAN Ülkeleri, Karayipler Topluluğu ve Ortak Pazarı, Dominik Cumhuriyeti, Orta Amerika 4 Ülkeleri (CA4 Ülkeleri- El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua) ve Singapur'dur.

Diğer taraftan Fas ve Ukrayna ile Serbest Ticaret Anlaşması yapılabilmesine yönelik görüşmeler devam etmektedir. Ayrıca Kanada ile AB ve Kanada ile Hindistan arasında kapsamlı bir "ekonomik işbirliği" anlaşması için müzakereler başlatılmıştır.

Kanada'nın Ürdün, Polonya, Rusya, Arjantin, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Ukrayna, Letonya, Filipinler, Trinad ve Tobago, Barbados, Romanya, Ekvator, Mısır, Venezuela, Panama, Tayland, Ermenistan, , Uruguay, Lübnan, Kosta Rika, Hırvatistan ve Peru ile Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşmaları bulunmaktadır. Kanada ile El Salvador (1999) ve Güney Afrika Cumhuriyeti (1995) arasında imzalanan anlaşmalar ise henüz yürürlüğe girmemiştir.

Madagaskar ve Hindistan ile Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşması için yürütülen müzakereler tamamlanmıştır. Bahreyn, Tunus, Tanzanya, Endonezya, Vietnam, Moğolistan, Çin ve Kuveyt ile ise müzakereler sürmektedir.

İthal edilecek eşyanın gerektirdiği insan, hayvan ve bitki sağlığı ve güvenliği ya da teknik normlara uygunluğu, ilgili Bakanlıkların (Tarım, Çevre, Sanayi vb.) kontrolüne tabidir. Söz konusu kontroller, gümrüklerde malın fiili ithalat aşamasında yapılmaktadır.

Tarifeler ve Diğer Vergiler

Kanada'da ithalatta alınan gümrük vergileri koruma amaçlı olup, gelir saiki ön plana çıkmamaktadır. İthalatta hem spesifik hem de ad valorem gümrük vergileri uygulanmaktadır. Her yıl yenilenen tarifelere Kanada Sınır Hizmetleri Ajansının web sitesinden ulaşmak mümkündür. (<http://www.cbsa.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/menu-eng.html>). Ayrıca Kanada Gümrük Tarife Kanunu'na ilişkin açıklamalar konusunda Ottawa Ticaret Müşavirliğimizin raporu için lütfen burayı tıklayınız.

Kanada'nın çeşitli ülkeler ile imzalamış olduğu serbest ticaret anlaşmalarının (STA) en önemli sonucu, bu ülkeler menşeli ürünlere getirilen tercihli düzenlemedir. Söz konusu düzenleme ile STA imzalanmış olan ülkelerin ürünleri gümrük vergisiz ithal edilebilmektedir.

Güncel tarife bilgilerine ve ülkelerin tercihli rejimden ne ölçüde yararlandıkları bilgisine <http://www.cbsa.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2009/01-99/tblmod-1-eng.html> sitesinden ulaşmak mümkündür.

Kanada ÷lkemizi Genel Tercihli Tarifeler kapsamında değerlendirmekte ve g÷mrük vergilerini daha dñş÷k oranlarda uygulamaktadır.

Özellikle AB ÷lkeleri, Kanada'nın tekstil ürünleri, hazır giyim, kumaş, ayakkabı ve gemi inşaa sektörü ürünlerinde uyguladığı yüksek tarifelerden dolayı ÷lkede rekabet edememekten şikayetçi olmaktadır.

Kanada'da vergi konularını idare etmek ve vergi kanunlarını hazırlamak, federal hükümete bağlı olarak faaliyet gösteren Kanada Gelir Ajansı'nın (Canada Revenue Agency-CRA) yetkisi altındadır. En yaygın gör÷len vergiler Gelir Vergisi, İstihdam Sigorta Primleri (EI), Kanada Emeklilik Planı katkı payları (CPP), Bölgesel Satış Vergileri (PST) ve Mal ve Hizmet Vergileridir (GST)

Kanada'da uygulanmakta olan kurumlar vergisi oranı %38 olmakla beraber çeşitli muafiyet ve istisnalar sonucu gerçekte bu oran daha düşük uygulanmaktadır. Özellikle küçük işletmeler ile üretim ve katma değer oluşturan firmalar lehine düşük oranlar uygulanması mümkündür.

Ülkede, federal kurumlar vergisine ek olarak her eyaletin ayrı ayrı uyguladığı vergi oranlarının da dikkate alınması gerekmektedir. Örneğin 2009 yılında Ontario'da faaliyette bulunan bir firmanın ödeyeceğı kurumlar vergisi oranı indirim sonrasında %19,5 iken Ontario eyaletinin ayrıca uyguladığı %14 oranındaki vergi ile toplam yük %33,4'e yükselmektedir.

Kurumlar Vergisi Oranları

	2008	2009	2010	2011	2012 ve sonrası
Federal Oranlar					
Federal vergi	%38	%38	%38	%38	%38
Federal indirim	%10	%10	%10	%10	%10
	%28	%28	%28	%28	%28
Vergi indirimi	%8,5	%9	%10	%11,5	%13
Federal vergi oranı	%19,5	%19	%18	%16,5	%15
Eyalet Vergileri					
British Columbia	%11,5	%11	%10,5	%10	%10
Alberta	%10	%10	%10	%10	%10
Saskatchewan	%12,5	%12	%12	%12	%12
Manitoba	%13,5	%12,5	%12	%12	%12
Ontario	%14	%14	%14	%14	%14
Quebec	%11,4	%11,9	%11,9	%11,9	%11,9
New Brunswick	%13	%13	%13	%13	%13
Nova Scotia	%16	%16	%16	%16	%16
Prince Edward Adası	%16	%16	%16	%16	%16
Newfoundland	%14	%14	%14	%14	%14

Kaynak: T.C. Ottawa Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği 2009 Yılı raporu

Küçük İşletmeler İçin Kurumlar Vergisi Oranları

	2008	2009	2010	2011	2012 ve sonrası
Federal vergi	%38	%38	%38	%38	%38
Federal indirim	%10	%10	%10	%10	%10
	%28	%28	%28	%28	%28
Küçük işletmelere yönelik vergi indirimi	%17	%17	%17	%17	%17
Federal vergi oranı	%11	%11	%11	%11	%11
Eyalet Vergileri					
British Columbia	%3,92	%2,5	%2,5	%2,5	%2,5
Alberta	%3	%3	%3	%3	%3
Saskatchewan	%4,5	%4,5	%4,5	%4,5	%4,5
Manitoba	%2	%1	%1	%1	%1
Ontario	%5,5	%5,5	%5,5	%5,5	%5,5
Quebec	%8	%8	%8	%8	%8
New Brunswick	%5	%5	%5	%5	%5

Nova Scotia	%5	%5	%5	%5	%5
Prince Edward Adası	%3,48	%2,38	%1,28	%1	%1
Newfoundland	%5	%5	%5	%5	%5

Kaynak: T.C. Ottawa Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği 2009 Yılı raporu

Gelir üzerinden alınan vergiler de federal ve eyalet bazında ayrı ayrı tahsil edilmektedirler. 2009 yılı itibarıyla Federal Gelir Vergisi, ilk 40 726 Kanada dolarına kadar %15, ikinci 40 726 Kanada dolarına kadar %22, izleyen 44 812 Kanada dolarına %26 ve 126 264 Kanada doları üzerinde de %29 olarak uygulanmaktadır. Eyaletler itibarıyla alınan gelir vergilerine ise <http://www.cra-arc.gc.ca/tx/ndvds/fq/txrts-eng.html> linkinden ulaşılabilir.

Kanada'da KDV yerine ona benzeyen Federal Mal ve Hizmet Vergisi (GST) uygulanmaktadır. Bu vergi, Kanada'da üretilen ya da Kanada'ya ithal edilen çoğu mal ve hizmet için uygulanmaktadır. GST oranı %5 olmakla beraber, Nova Scotia, New Brunswick ve Newfoundland ile Labrador eyaletleri bu %5'lik oranı %8 oranındaki Satış Vergisi ile birleştirerek Armonize Satış Vergisi (HST) adıyla ve %13 oranında uygulamaktadır.

Bu verginin %0 olarak uygulandığı ürünler temel market ürünleri, tarımsal ürünler, ilaç ve tıbbi hizmetler ile ihracat ürünleridir. Ayrıca sağlık hizmetleri, eğitim hizmetleri, mali enstitülerin sunduğu hizmetler ve uzun vadeli konut kiralari bu vergiden muaf tutulmaktadır.

Ontario, Manitoba ve Quebec de dahil olmak üzere pek çok eyalette brüt maaşlar üzerinden bordro vergisi (payroll tax) uygulanmaktadır. Bu verginin oranları bölgesine göre %0,98 ile %4,26 arasında değişmektedir.

Kanada'da belirli petrol ürünleri, taşıt yakıtları ve otomotiv klimalarında özel tüketim vergisi söz konusudur. Bu vergiler GST (ya da HST) uygulanmadan önce alıcı ya da ithalatçı tarafından ödenmektedir. Bu özel vergi, kurşunlu benzin ve kurşunlu uçak yakıtlarında litre başına 11 Cent, kurşunsuz benzin ve kurşunsuz uçak yakıtlarında litre başına 10 Cent, dizel yakıt ve uçak yakıtlarında litre başına 4 cent ve otomobillerde kullanılacak klima başına 100 dolar olarak uygulanmaktadır.

Diğer taraftan alkollü içecekler, şarap, bira ve tütün ürünlerinin hem ülke içinde üretiminde hem de ithalatında özel tüketim vergisi uygulanmaktadır.

Tarife Dışı Engeller

Kanada'nın ihrac ürünlerimize yönelik tarife dışı engellemeleri bulunmamaktadır. Öte yandan Anti-Damping uygulamaları çerçevesinde Türkiye menşeli veya çıkışlı çelik inşaat borularının Kanada'ya ithalinde Kanada Uluslararası Ticaret Mahkemesi'nin 23 Aralık 2003 tarihli kararına dayalı anti-damping vergisi uygulaması, 2008 yılında da devam etmiştir. Kanada tarafınca yapılan soruşturmalara Kanada Sınır Servisleri Ajansının web sitesinden ulaşmak mümkündür (<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html>).

Ülkemiz tarafından Kanada menşeli yönlendirilmiş lif levha (YLL-OSB) ithalatı ile ilgili olarak 14 Haziran 2008 tarihinde başlatılan anti-damping soruşturması 18 Aralık 2008 tarihinde sonuçlandırılmış olup, söz konusu ürünün Kanada'dan dampingli fiyatlarla ithal edildiği tespit edilmiş ve bu ülke menşeli ithalatta CIF bedeli üzerinden %14,93 oranında gümrük vergisi uygulanması kararı alınmıştır.

Türkiye ile Ticaret

Genel Durum

Türkiye ile Kanada arasındaki ikili ticaret hacmi, mevcut ekonomik ve ticari potansiyelinin altında seyretmekle beraber istikrarlı bir artış eğilimi göstermektedir. Nitekim 1990 yılından bugüne ülkemiz ile Kanada arasındaki ticaret hacmi birkaç istisna yıl hariç olmak üzere artış göstermiş, 1990 yılından 2008 yılına 8 kat artmıştır. 2009 yılında küresel krizin de etkisiyle ticaret hacmi düşüş göstermesine rağmen 1,2 milyar dolar seviyesinin üzerinde gerçekleşmiştir. Yine de her iki ülkenin de birbirleriyle olan ticaret hacminin toplam ticaret hacimleri içindeki payı %1'lerin altında seyretmektedir. Ayrıca Kanada ile dış ticaretimizin dengesi, kronik olarak ülkemiz aleyhinde gelişmektedir.

Küresel krizin de etkisiyle 2009 yılında bir önceki yıla kıyasla Türkiye'nin Kanada'ya ihracatında %32,5, Türkiye'nin Kanada'dan ithalatında %34,4 ve iki ülke arasındaki dış ticaret hacminde %33,9 oranında azalma gözlenmiştir. Aynı dönemde Türkiye'nin Kanada ile olan dış ticaret açığı da %35,3 oranında azalmıştır.

2010 yılı incelendiğinde ise bir önceki yılın aynı dönemine göre Türkiye'nin Kanada'ya ihracatının %41,8, iki ülke dış ticaret hacminin ise %9,3 oranında arttığı görülmektedir. Öte yandan Türkiye'nin Kanada'dan ithalatı %2,4, Kanada ile olan dış ticaret açığımız ise %27,3 oranında azalmıştır.

Türkiye-Kanada Dış Ticaret Değerleri (1 000 Dolar)

	İHRACAT	İTHALAT	DENGE	HACİM
1989	64,5	178,4	-114,0	242,9

1990	64,0	182,7	-118,7	246,7
1991	54,6	155,5	-100,8	210,1
1992	54,1	105,2	-51,1	159,4
1993	49,7	140,8	-91,1	190,5
1994	79,4	137,2	-57,8	216,5
1995	96,1	292,7	-196,6	388,8
1996	100,4	343,6	-243,2	443,9
1997	116,7	311,1	-194,3	427,8
1998	155,5	176,3	-20,8	331,8
1999	149,1	176,3	-27,2	325,3
2000	173,4	256,4	-83,0	429,8
2001	171,7	129,1	42,6	300,8
2002	239,9	321,5	-81,6	561,4
2003	221,3	244,9	-23,6	466,2
2004	346,6	368,8	-22,3	715,4
2005	364,8	447,1	-82,3	811,9
2006	378,5	674,7	-296,2	1053,2
2007	369,9	866,8	-496,9	1236,6
2008	501,4	1428,0	-926,6	1929,4
2009	338,3	937,4	-599,1	1275,7
2010	479,6	915,3	-435,7	1394,9
2010*	21,9	111,9	-89,9	133,8
2011*	39,5	73,0	-33,5	112,6

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

* Ocak ayı verileri

Türkiye'nin Kanada'ya ihracatının %80'i sanayi, %20'si tarım ürünlerinden oluşmaktadır. Tarım ve gıda sanayi ürünleri ihracatında fındık, kuru üzüm, kuru kayısı, zeytinyağı ve kuru incir, madencilik ve sanayi ürünleri ihracatında ise oto ve oto yan sanayi, demir-çelik ürünleri, mermer, karolar, hazır giyim ve ev tekstili ürünleri ön plana çıkmaktadır.

Türkiye'nin Kanada'ya 2010-2011 Ocak ayı İhracatında Başlıca Ürünler

Türkiye'nin Kanada'ya İhracatında Başlıca Ürünler (Milyon Dolar)

HS ÜRÜN ADI	2008	2009	2010	% değ.
7214 DEMİR/ÇELİK ÇUBUKLAR (SICAK HADDELİ, DÖVÜLMÜŞ, BURULMUŞ, ÇEKİLMİŞ)	39,6	15,3	46,9	206,7
8703 OTOMOBİLİ, STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI	0,0	26,9	45,8	70,2
0802 DİĞER KABUKLU MEYVELER (TAZE/KURUTULMUS) (KABUGU ÇIKARILMIS/SOYULMUS)	13,4	21,2	45,0	112,7
6802 YONTULMAYA, İNŞAATA ELVERİŞLİ İŞLENMİŞ TAŞLAR (KAYAGAN HARIÇ)	43,5	33,1	44,7	35,4
6908 SIRLI SERAMİKTE DÖŞEME, KALDIRIM TAŞLARI, ŞÖMİNE, DUVAR KAROSU	30,0	22,8	32,6	43,3
7113 KIYMETLİ METALLER VE KAPLAMALARINDAN MÜCEVHERCİ EŞYASI	14,5	11,0	13,8	25,6
7216 DEMİR/ALAŞIMSIZ ÇELİKTE PROFİL	0,0	8,7	10,6	22,0
7306 DEMİR/ÇELİKTE DİĞER TÜPLER, BORULAR, İÇİ BOŞ PROFİLLER	17,9	7,7	10,4	35,7
8904 RÖMORKÖRLER VE İTİCİ GEMİLER	0,0	0,0	9,2	-
0806 ÜZÜMLER (TAZE/KURUTULMUS)	9,7	13,7	9,2	-32,8
6204 KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	11,0	7,5	8,6	14,1
0813 MEYVE (KURUTULMUS) (0801, 0806'DE KILER HARIÇ)08. FASILDAKI SERT VE KABUKLULARIN	7,2	7,7	6,9	-10,3
4009 VULKANİZE EDİLMİŞ KAUÇUKTAN BORU VE HORTUMLAR VE DONANIMLARI	5,3	2,5	6,8	173,7

6109	TİŞÖRT, FANİLA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	8,4	5,1	6,5	26,4
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	8,5	6,1	6,4	5,5
8462	METALLERİ DÖVME, İŞLEME, KESME, ŞATAFLAMA PRESLERİ, MAKİNELERİ	4,6	3,2	6,4	99,0
7606	ALUMİNYUM SAC, LEVHA VE ŞERİTLER, KALINLIK>0, 2MM	4,6	2,1	5,4	154,7
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR, SOĞUTUCULAR, ISI POMPALARI	8,0	2,0	5,3	158,6
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	4,7	4,0	4,5	13,1
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	9,3	3,9	4,4	14,2
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	5,3	3,6	4,3	18,6
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	4,0	3,4	4,2	26,4
5702	DOKUNMUŞ HALILAR, YER KAPLAMALARI (KİLİM, SUMAK, KARAMAN VB)	4,4	3,2	4,1	29,0
7312	DEMİR-ÇELİK TELLERDEN ÖRME HALAT, KABLO, ÖRME HANTLAR	3,2	1,7	3,5	109,9
1806	ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	2,5	2,1	3,3	56,9
8422	YIKAMA, TEMİZLEME, KURUTMA, DOLDURMA VB. İŞLER İÇİN MAKİNE, CİHAZ	4,3	3,6	3,2	-9,4
2001	SEBZE, MEYVE, SERT KABUKLU MEYVE VE YENİLEN DİĞER BİTKİ PARÇALARI	2,1	2,5	3,2	28,7
1905	EKMEK, PASTA, KEK, BİSKÜVİ VS. İLE BOŞ İLAÇ KAPSÜLÜ MÜHÜR GÜLLACI VS.	3,2	3,1	3,2	3,6
5511	SUNİ-SENTETİK DEVAMSIZ ELYAFTAN İPLİKLER (PERAKENDE)	3,2	3,0	3,2	6,9
7202	FERRO ALYAJLAR	0,0	0,0	3,0	-
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	3,6	2,6	3,0	16,8
0804	HURMA, INCİR, AVOKADO VE GUAVA ARMUDU, MANGO, MANGOST (TAZE/KURUTULMUS)	2,1	2,9	2,9	2,8
2606	ALUMİNYUM CEVHERLERİ VE KONSANTRELERİ	3,0	0,0	2,8	-
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	3,2	1,9	2,8	53,2
8482	HER NEVİ RULMANLAR	0,5	1,1	2,7	153,9
7013	MASA, MUTFAK, TUVALET, EV TEZYİNATI VB İÇİN CAM EŞYA	5,0	3,6	2,6	-28,5
5506	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (TARANMIŞ, İLERİ İŞLEM GÖRMÜŞ)	2,8	1,6	2,4	44,7
2203	BİRALAR (MALT TAN)	1,7	2,2	2,3	5,0
0304	BALIK FILETOLARI VE DİĞER BALIK ETLERİ (TAZE/SOGUTULMUS/DONDURULMUS)	0,6	1,9	2,1	15,3
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, ŞERİTLERLE DOKUMALAR	2,4	2,1	2,1	-3,7
TOPLAM (DİĞERLERİ DAHİL)		501,4	338,3	479,6	41,8

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

Kanada'dan ithalatımıza bakıldığında ise, ülkemizin genel ithalat yapısına paralel bir yapı gözlemlenmekte olup, genellikle hammadde ve yarı mamul ürünler ön plana çıkmaktadır. Türkiye'nin Kanada'dan ithalatının %78'i sanayi, %22'si tarım ürünlerinden oluşmaktadır. Türkiye'nin Kanada'dan ithalatında taşkömürü, mercimek, gazete kağıdı, demir-çelik hurda ve döküntüleri, buğday, hava taşıtı, su buharı kazanları, altın, ilaç, kuluçkalık hindi yumurtaları, soya fasulyesi, işlenmemiş nikel, demir cevheri, gibi genel itibariyle hammaddeler yer almaktadır.

Türkiye'nin Kanada'dan 2010-2011 Ocak ayı İthalatında Başlıca Ürünler

Türkiye'nin Kanada'dan İthalatında Başlıca Ürünler (milyon dolar)

HS ÜRÜN ADI	2008	2009	2010	% değ.
2701 TAŞKÖMÜRÜ; TAŞKÖMÜRÜNDEN ELDE EDİLEN BRİKETLER, TOPAK VB. KATI YAKITLAR	182,8	225,0	225,6	0,3
0713 KURU BAKLAGILLER (KABUKSUZ) (TANELERİ İKIYE AYRILMIS)	221,7	124,7	184,9	48,3
4801 GAZETE KAĞIDI (RULO VEYA TABAKA)	104,6	62,1	64,6	4,1
7204 DEMİR/ÇELİK DÖKÜNTÜ VE HURDALARI, BUNLARIN KÜLÇELERİ	242,7	97,2	44,7	-54,0
8802 DİĞER HAVA TAŞITLARI, UZAY ARAÇLARI	56,8	82,1	33,0	-59,8

3004	TEDAVİDE/KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	37,8	26,3	26,4	0,4
7502	İŞLENMEMİŞ NİKEL	28,6	14,2	22,9	60,8
8543	KENDİNE HAS FONKSİYONLU ELEKTRİKLİ MAKİNE VE CİHAZLAR	4,9	7,4	20,1	172,1
2601	DEMİR CEVHERLERİ VE KONSANTRELERİ	37,1	43,9	17,4	-60,3
4703	SODALI VE SÜLFATLI ODUN HAMURU	53,7	9,8	13,7	40,1
3904	VİNİL KLORÜR/HALOJENLİ DİĞER OLEFİN POLİMERLERİ (İLK ŞEKİLDE)	3,6	3,1	12,2	294,5
3002	İNSAN VE HAYVAN KANI, SERUM, AŞI, TOKSİN VB. ÜRÜNLER	4,6	5,9	12,1	106,1
4802	SIVANMAMIŞ KAĞIT VE KARTON (PERFORE EDİLMEMİŞ KART VE ŞERİTLER)	14,3	4,9	11,8	142,4
8805	HAVA TAŞITLARINI FIRLATMA, İNİŞ VB. CİHAZ VE TERTİBATI	0,6	0,7	9,8	1270,0
8908	SÖKÜLECEK GEMİLERLE, SUDA YÜZEN SÖKÜLECEK DİĞER ARAÇLAR	0,0	0,0	7,0	-
8517	TELLİ TELEFON-TELGRAF İÇİN ELEKTRİKLİ CİHAZLAR	11,2	9,4	6,9	-26,5
8483	TRANSMİSYON MİLLERİ, KRANKLAR, YATAK KOVANLARI, DİŞLİLER, ÇARKLAR	6,6	5,0	6,9	37,9
0407	KUS VE KÜMES HAYVANLARININ KABUKLU YUMURTALARI	5,3	3,4	5,7	64,8
4410	YONGA PANO VB. LEVHALAR	3,5	2,6	5,6	116,7
8531	ELEKTRİKLİ SES/GÖRÜNTÜLÜ İŞARET CİHAZLARI	3,4	2,8	5,6	100,0
8207	EL ALETLERİNİN, MAKİNELİ ALETLERİN DEĞİŞEBİLİR PARÇALARI	0,9	0,7	5,4	635,0
8526	RADAR CİHAZLARI; HAVA, DENİZ TRAFİĞİNE YARDIMCI, RADYO-KONTROL CİHAZLARI	0,3	0,8	5,1	503,7
8202	EL TESTERELERİ VE TESTERE AĞIZLARI	3,1	3,4	4,8	42,4
4810	BİR/İKİ YÜZÜ KAOLİN, İNORGANİK MADDE SIVANMIŞ KAĞITLAR	3,3	3,8	4,2	9,9
8431	AĞIR İŞ MAKİNE VE CİHAZLARININ AKSAMI, PARÇALARI	7,7	8,0	4,1	-48,2
8479	KENDİNE ÖZGÜ FONKSİYONLU MAKİNE VE CİHAZLAR	3,9	1,0	3,9	298,1
9027	FİZİKSEL, KİMYASAL TAHLİLLERE MAHSUS CİHAZLAR, MİKROTOMLAR	2,7	3,0	3,6	22,5
8525	RADYO/TELEVİZYON YAYINI İÇİN VERİCİ CİHAZLAR; TELEVİZYON, DİJİTAL, GÖRÜNTÜ KAYDED	3,1	3,7	3,6	-3,4
8421	SANTRİFÜJLE ÇALIŞAN KURUTMA, FİLTRE, ARITMA CİHAZLARI	2,1	2,1	3,3	62,4
4803	TUVALET-TEMİZLİK KAĞITLARI	0,8	1,7	2,9	74,1
8502	ELEKTROJEN GRUPLARI, ROTATİF ELEKTRİK KONVERTİSÖRLERİ	0,2	0,5	2,9	522,3
7601	İŞLENMEMİŞ ALUMİNYUM	3,1	1,9	2,8	44,0
8415	KLİMA CİHAZLARI-VANTİLATÖRLÜ, ISI, NEM DEĞİŞTİRME TERTİBATLI	0,0	0,0	2,6	22267,6
8411	TURBOJETLER, TURBO-PROPELLER, DİĞER GAZ TÜRBİNLERİ	0,2	0,1	2,5	3853,5
7306	DEMİR/ÇELİKTE DİĞER TÜPLER, BORULAR, İÇİ BOŞ PROFİLLER	0,0	0,0	2,5	183396,2
4804	KRAFT KAĞIT/KARTONLAR-SIVANMAMIŞ-RULO VEYA TABAKA HALİNDE	3,2	1,1	2,4	125,0
1204	KETEN TOHUMU	0,1	0,2	2,4	988,2
8528	TELEVİZYON ALICILARI, VİDEO MONİTÖRLERİ VE PROJEKTÖRLER	1,4	1,7	2,4	45,1
8480	METAL DÖKÜMÜ İÇİN KASALAR, PLAKALAR, KALIP MODELLERİ	1,0	0,1	2,4	2137,2
9406	PREFABRİK YAPILAR	0,0	0,1	2,3	1613,0
	TOPLAM (DİĞERLERİ DAHİL)	1428,0	937,4	915,3	-2,4

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

İki Ülke Arasındaki Anlaşma ve Protokoller

Kanada ile Türkiye arasında Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması mevcut değildir.

2008 yılı Ağustos ayında Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması teknik düzeyde tamamlanmıştır. İki ülke tarafından ayrı ayrı iç hukuki prosedürlerin tamamlanması ile beraber söz konusu anlaşmanın yürürlüğe girmesi beklenmektedir.

İki Ülke Arasındaki Ticaretin Altyapısını Düzenleyen Anlaşma ve Protokoller

Anlaşma	İmza Tarihi	İmza Yeri
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi	01.04.2003 (parafe)	-
Tekstil Ticareti Alanında İşbirliğini Öngören Mutabakat Zaptı	27.06.1995	Ankara
Yüksek Düzeyli Ticari ve Ekonomik İstişarelere İlişkin Mutabakat Zaptı	10.04.1996	Ankara
Enerji Alanında İkili İşbirliği ile İlgili Mutabakat Zaptı	11.09.1998	-
Yüksek Düzeyli İstişareler I. Toplantısı Zaptı	24.09.1998	Ankara
Yüksek Düzeyli İstişareler II. Toplantısı Zaptı	22.06.2000	Ottava

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

Yukarıda sayılan Anlaşma ve Protokollerin yanı sıra Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne bağlı olarak faaliyet gösteren Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), Kanada İmalatçılar ve İhracatçılar Birliği (Canadian Manufacturers & Exporters-CME) ile birlikte 2002 yılında Türkiye-Kanada İş Konseyi'ni kurmuştur.

Türkiye-Kanada Yatırım İlişkileri

Türkiye ile Kanada arasındaki yatırım ilişkilerinin dinamik tarafını Kanadalı firmaların Türkiye'de gerçekleştirdikleri yatırımlar oluşturmaktadır. Türk firmalarının Kanada'daki faaliyetleri ise oldukça sınırlı düzeydedir.

Türkiye'den Kanada'ya yönelik olarak gerçekleştirilen doğrudan yabancı sermaye girişleri, 2007 yılındaki 19.136 milyon ABD doları düzeyinden 2008 yılında %22 gerileyerek 14.922 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Aynı dönemde, Kanadalı firmaların ülkemizde gerçekleştirdikleri yatırım miktarı ise bir önceki yıla kıyasla %110 artarak 23 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu yatırımların 2008 yılında Kanada'ya toplam doğrudan yabancı sermaye girişleri içerisindeki payı yaklaşık binde 1,5 olmuştur.

Diğer taraftan Türkiye'de yatırım yapan Kanadalı firma sayısı 2007 yılında 33 iken 2008 yılında 19 yeni firma daha ülkemize yatırım yapmıştır. Bu firmaların 8 tanesi 50 000 ABD dolarının altında, 7 tanesi 50 000-200 000 ABD doları arasında, 2 tanesi 200 000-500 000 ABD doları arasında ve 2 tanesi de 500 000 ABD dolarının üstünde bir sermayeye sahiptir.

1954-2008 yılları arasında ülkemizde yatırım yapmış bulunan Kanadalı firma sayısı 132 olup, söz konusu rakam 1 Haziran 2009 itibarıyla 141'e ulaşmıştır. Kanadalı firmalar tarafından yatırım yapılan sektörler ve yatırımcı firma sayısı şu şekildedir. Ticaret, motorlu taşıt ve ev eşyaları onarımı (27), Gayrimenkul, kiralama ve iş faaliyetleri (26), İmalat sanayi (22), Madencilik ve taş ocakçılığı (19), Ulaştırma, haberleşme ve depolama (14), Diğer toplumsal, sosyal ve kişisel hizmet faaliyetleri (6), Oteller ve lokantalar (4), Eğitim hizmetleri (5), İnşaat (9), Elektrik, gaz ve su (4), Mali aracı kuruluşların faaliyetleri (2), Sağlık işleri ve sosyal hizmetler (2), Tarım, avcılık ve ormancılık (1).

Türk işadamlarının Kanada'da yaptıkları yatırımlar çoğunlukla Kanada'ya yerleşmiş ve vatandaşlık kazanmış kişilerin kurdukları veya ortak oldukları Kanadalı firmalar olup, ülkemize sermaye transferi sağlamamaktadırlar.

İki Ülke Arasındaki Ticarete Yaşanan Sorunlar

Navlun ve sigorta giderlerinin yüksek olması bazı ürünlerin ülkemizden Kanada'ya sevkiyatını olumsuz etkilemekte, bu ürünlerin ABD üzerinden Kanada'ya girişine yol açmaktadır. Ülkemiz menşeli ürünler, Kanada pazarında dış ticaret istatistiklerine yansımaları daha fazla yer almaktadır.

Kanadalı ithalatçıların yaşadıkları en önemli sorun ihracatçılarımız ile temas kuramama, taleplerinin zamanında ve istenilen özelliklerde karşılanmaması ve dil problemidir.

Ülkede standartlar ile etiketleme ve paketleme konusundaki düzenlemelerin farklı oluşu, Avrupa'ya dönük ihracat yapan ve Avrupa uygulamalarına alışık olan ihracatçı firmalarımız bakımından zorluk teşkil etmektedir. Bu konudaki ihmâl, ihracatçılarımız açısından ciddi zararlarla sonuçlanmaktadır.

Yatırımcılarımız açısından Kanada yüksek vergi oranları nedeniyle çok cazip gelmemektedir. Merkezi hükümet yanında federal hükümetlerin de ayrıca tahsil ettiği vergiler toplam vergi yükünü artırılmaktadır.

Pazar ile İlgili Bilgiler

FİKRİ, SİNAİ MÜLKİYET HAKLARI

Ülkede federal düzeyde fikri mülkiyet ile ilgili olarak yasal yetkili kuruluşu Kanada Fikri Mülkiyet Ofisi (CIPO) olmakla beraber çeşitli bölgesel ve eyalet bazında düzenlemeler de söz konusu olabilmektedir. 2008 yılında CIPO'ya 41 321 patent, 47 586 ticari marka, 9 321 telif hakkı ve 5 174 endüstriyel tasarımlar başvurusu yapılmıştır.

Patentlerle ilgili Paris Konvansiyonu'nun yanı sıra Patent İşbirliği Anlaşması'na da taraf olan Kanada'da patent uygulamaları Patent Kanunu (Patent Act) ile düzenlenmektedir. Diğer pek çok ülkede olduğu gibi Kanada'da da ilk başvuru sahibinin hakları korunmaktadır. Patent süresi 20 yıldır.

Ülkede ticari markalar ile ilgili hususlar Ticari Marka Kanunu ve Ticari Marka Yönetmeliği ile düzenlenmektedir. Markalar hemen ya da gelecekte kullanım amacıyla tescillenebilmektedir. Yaklaşık 12-15 ay arasında süren tescil işlemleri ile ticari markalar 15 yıl süre ile korunmakta, istenirse 15 yılın sonunda bu süre 15 yıl daha uzatılabilmektedir.

Fikri mülkiyet hakları ile ilgili olarak Berne Konvansiyonu'na da taraf olan ülke aynı zamanda Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) üyesidir.

Dağıtım Kanalları

Kanada ticari hayatında özellikle Ortadoğu kökenli Kanada vatandaşı olan araçların etkinliği göze çarpmaktadır. Dağıtım kanallarını da ellerinde bulunduran bu araçların, ürünlerin pazarlanması bakımından sağladığı imkanların değerlendirilmesinde yarar bulunmaktadır.

Marka ve ürünlerini yeterince tanıtan ihracatçıların doğrudan alıcılara ulaşabilmeleri en sağlıklı adım olacaktır. Araçlardan kaynaklanan problemlerden ihracatçılarımız olumsuz şekilde etkilenenmektedir.

Kanada pazarında faaliyet gösteren firmalara ait detaylı sektörel bilgilere (<http://strategis.ic.gc.ca/app/ccc/search/cccBasicSearch.do?language=eng&portal=1>) adresli web sitesinden ulaşılabilir.

Kanada'da mortgage ve kira giderleri hariç perakende harcamalar, aile bütçelerinin yaklaşık %50-55'ini oluşturması itibarıyla perakendecilik sektörünün oldukça gelişmiş durumda olduğu görülmektedir. 2008 verilerine göre perakende satışları GSYİH'nin %27'sini oluşturmaktadır. Tüketim harcamaları içerisinde perakende pazarında mal ve hizmetlere yapılanlar en büyük payı teşkil etmektedir.

Son yıllarda perakende pazarında ortaya çıkan en büyük değişim teknolojik ilerlemedir. Perakende piyasasında teknoloji her geçen gün daha fazla kullanılmakta, internet mal ve hizmet satın alınmasında ve ödemelerde önemli bir yer tutmaktadır.

2008 yılında perakende piyasasında 426 milyar Kanada doları tutarında satış gerçekleşmiş olup, mali krizin etkisi ile Kanada perakende piyasasında 1996 yılından bu yana gözlemlenen en düşük artış kaydedilmiştir. Kanada'da perakende satışların en fazla olduğu eyaletler, nüfus ile de orantılı olarak Ontario ve Quebec eyaletleridir. Satış sıralamasında altıncı sırada olan Saskatchewan eyaleti perakende satışları 1991'den bu yana görülen artış trendini sürdürerek %10,6 ile ülke genelindeki en yüksek artış göstermiştir. Artış sıralamasında bu eyaleti Newfoundland ve Labrador takip etmektedir. En düşük artış British Columbia eyaletinde görülürken Alberta'da yeni araç satışlarına bağlı olarak düşüş kaydedilmiştir.

Büyük perakendeciler arasındaki birleşmelerin de neticesiyle ülkede halen üç büyük gıda perakende zinciri faaliyet göstermektedir. Bunlar Loblaw (1577 anakent), Sobeys (1705 market) ve Metro (1628 market) marketleridir.

Gıda perakende pazarında dikkat çeken bir başka gelişme de gıda dışı satışları bulunan zincirlerin ürün portföylerine gıda ürünlerini de dahil etmeye başlamış olmalarıdır.

Süpermarketler Kanadalı tüketiciler tarafından en çok tercih edilen birimler olup, yılda ortalama olarak her Kanadalı tüketici 100,3 defa süpermarkete gitmektedir. Büyük hipermarketlere gerçekleşen ziyaret sayısı da yılda 22,5 olarak gerçekleşmektedir.

Kanada'da yaklaşık 29 000 adet civarı küçük market mevcut olup, bazıları belirli bölgelerde yoğunlaşmış iken, bazıları ulusal düzeyde faaliyet göstermektedir. Küçük market segmentinin önümüzdeki dönemde daha da büyümesi beklenmektedir. Yine marketlerde sunulan ürünlerde çeşitlilik artırılmaya çalışılmakta olup, tüketicilerin daha sık buradan alışveriş yapmaları için çeşitli faaliyetler yürütülmektedir.

Tüketici Tercihleri

2009 yılı itibarıyla Kanada nüfusunun yaklaşık 33,7 milyon kişi olduğu tahmin edilmekte olup, bu nüfus yılda ortalama olarak %1 büyümektedir. Yüksek gelir ve eğitim düzeyine sahip yaşlı insanların sayısının toplam nüfus içinde artması (%30 civarı), bu kesimin tüketici tercihlerinde baskın etkisini ortaya

çıkarmaktadır. Bu yaş grubuna yönelik ürünler sağlık yönünden vurgulanmakta, daha küçük porsiyonlar halinde üretilmekte, kolayca açılır ve etiket bilgileri kolay okunur halde satışa sunulmaktadır.

Ülkenin gıda tüketim yapısı incelendiğinde, bir bütün olarak daha sağlıklı ve lezzetli olarak değerlendirilen gıda tüketiminde artış olduğu görülmektedir. Bu çerçevede taze ürünlere yönelik talebin arttığı ve zeytinyağı dışında yağ tüketiminde önemli bir düşüş olduğu görülmektedir.

Kanada'da gıda tüketimi kolay hazırlanabilirlik, sağlıklı olması, lezzet ve fiyat kriterleri çerçevesinde şekillenmektedir. Tüketicilerin kişisel tercihleri çerçevesinde zaman zaman ürünlerde bir veya birkaç unsur alım kararında etkili olup, tüketiciler kendi yaşam tarzlarını en iyi ifade ettiğini düşündükleri ürünlere yönelmektedir.

Özellikle gıda tüketim tercihlerinde demografik veriler ve yaşam tarzı önemli olup, Kanada'da demografik, kültürel ve ekonomik farklılıkların çoğalmasıyla tüketim eğilimleri de daha karmaşık hale gelmektedir. Farklı ülke ve kıtalardan göçmenlerin bu ülkeye yerleşmesiyle etnik köken, yaşam tarzı ve damak tatları da mevcut kültüre eklenmiştir. Bu yüzden bu pazarı anlamak ve bu çerçevede ürün sunabilmek, başarılı olabilmek için önemli bir adım olarak düşünülmektedir.

Ülkede giderek daha fazla kadının çalışma hayatına girmesi nedeniyle zaman, tüketici tercihlerini belirleyen önemli bir faktör olarak ortaya çıkmıştır. Tüketim mallarının hızlı erişilebilir, kolay hazırlanabilir ve pratik biçimlerde sunulması tercih sebebi olmaktadır.

Ülkedeki eğitimli sofistike tüketicilerin yüksek fiyatlı, kaliteli, markalı ve prestijli ürünlere yönelik bir talebi bulunurken düşük gelire sahip tüketicilerin de fiyata duyarlı olduğu unutulmamalıdır.

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Tüm sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Kanada'da da ticari tanımlama uygulamaları malın kalitesi kadar önem kazanmış bulunmaktadır. Etiketleme başta olmak üzere, ürünlere göre değişen ve kimi zaman ayrıntılı olarak belirlenmiş ticari tanımlamalar ülke pazara girişte üzerinde durulması gereken önemli bir alandır.

Doğrudan tüketime yönelmiş ürünlere ilişkin getirilmiş olan bu düzenlemeler, gıda ürünleri ve gıda dışı tüketim ürünleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Gıda ürünlerinin etiketlenmesi konusundaki düzenleme Gıda ve İlaç Kanunu (Food and Drugs Act) ile düzenlenmiş olup, besin değerlerinin paketler üzerinde gösterilmesi zorunluluğu getirilmiştir.

Gıda dışı ürünler, Tüketici Paketleme ve Etiketleme Kanunu (Consumer Packaging and Labelling Act) ve Tüketici Paketleme ve Etiketleme Yönetmeliği (Consumer Packaging and Labelling Regulations) ile düzenlenmiştir. Tüketicilerin satın aldıkları ürüne ilişkin doğru ve anlamlı bilgilere ulaşabilmesi amacıyla yapılan düzenlemeler, ürünün adı, net miktarı, satıcının adı ve nereden ithal edildiği gibi bilgilerin etiket üzerinde bulunmasını zorunlu kılmaktadır.

Diğer taraftan tekstil ürünleri için Tekstil Etiketleme Kanunu (The Textile Labelling Act), değerli madenler için ise Değerli Madenler İşaretleme Kanunu (The Precious Metals Marking Act) ile düzenlemeler getirilmiştir. Ancak aynı zamanda federal düzeyde getirilmiş bir takım düzenlemelerin bulunması halinde, ayrıca o gerekliliklerin de karşılanması gerekmektedir.

Ulaştırma ve Taşımacılık Maliyetleri

Türkiye-Kanada arasındaki denizyolu taşımacılığında, 40 tonluk konteynerlerin fiyatları, 5 000 – 6 000 Dolar arasında değişmektedir. Ancak son yaşanan krizin etkisi ile bu fiyatların zaman zaman 2 500-3 000 Dolara kadar gerileyebildiği gözlemlenmektedir. Denizyolu taşımacılığında teslim süresi yaklaşık 25-26 gün arasında değişmektedir.

Diğer taraftan 7-14 tonluk konteynerlerin uçak kargo yoluyla taşınmasında ise ortalama 5 000- 6 000 dolar arasında değişen ücretler uygulanmaktadır.

Ülkeye kargo aracılığı ile gönderimlerde ulaşım süresi 1-2 gün olup, dosyalara 15-20, paketlere 25-50, kolilere ise büyüklüğüne bağlı olarak 25 ile 250 Euro arasında değişen fiyatlar uygulanmaktadır.

İşadamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar

Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler

Ülkede kültürel anlamda en fazla öne çıkan özellik "çok kültürlülük" yaklaşımı ve bunun günlük hayata yansımalarıdır. Ülkede çok sayıda farklı etnik ve kültürel topluluk bulunmaktadır. Her yıl ülkeye dünyanın dört bir tarafından çalışmak ve yerleşmek üzere gelen yabancılar da bu kültürel çeşitliliği büyütülmektedir.

Kanadalı şirketlerle yapılacak iş görüşmeleri, genellikle ABD'ye kıyasla daha ciddi ve resmi bir havada gerçekleşmektedir. Görüşmelerde randevu saatine dikkat edilmesi, dakik olmaya özen gösterilmesi, özellikle büyük şehirlerdeki görüşmelere resmi giysi ile gidilmesi ve kartvizit bulundurulması yararlı olmaktadır. Ancak görüşme yapılacak şirket veya kurum kırsal kesimdeyse, o zaman daha az resmi, hatta spor kıyafetler ile görüşme yapmak mümkün olmaktadır.

Toplantılarda genellikle nezaketin ön plana çıktığı ve herkesin sırayla fikrini beyan ettiği Anglo-Sakson yaklaşımı ön plana çıkmakta, dolayısıyla söz kesme gibi davranışlar hoş karşılanmamaktadır. Karar alma süreçleri mutlaka somut kanıt ve gerekçeler üzerine kurulu olduğundan toplantılara hazırlıklı gitmekte fayda vardır.

Para Kullanımı

Kanada'nın para birimi Kanada Doları'dır. Ancak ülkede ABD Doları da aynı şekilde kabul edilmektedir. Bir Kanada Doları 100 sent (¢) etmektedir. Madeni para birimleri, 5¢, 10¢, 25¢, 1 Dolar ve 2 Dolar'dır. 2, 5, 10, 50, 100, 500 ve 1000 Dolarlık banknotlar da tedavüdedir.

Pasaport ve Vize İşlemleri

Kanada diplomatik pasaport (kırmızı), üst düzey memurlar için düzenlenen hususi pasaport (yeşil), hizmet pasaportu (gri) ve umuma mahsus pasaport (lacivert) hamili vatandaşlarımıza vize uygulamaktadır.

Vize başvuruları Kanada'nın Ankara Büyükelçiliği'ne şahsen, posta yoluyla (kurye/kargo) ya da yetki verilmiş başka kişiler aracılığıyla yapılabilmektedir. İstanbul'daki Fahri Başkonsolosluk vize başvurularını kabul etmemektedir. Vize başvuruları Pazartesi, Salı, Çarşamba ve Perşembe günleri 09.00-11.00 arasında kabul edilmektedir.

Vize başvurusunda talep edilen belgeler:

- En az altı ay geçerli pasaport
- Ziyaretçi vizesi başvuru formu
- Tek girişli vize için 75 Kanada Doları, çok girişli vize için 150 Kanada Doları başvuru ücretinin ödendiğine dair orijinal banka dekontu
- 2 adet vesikalık fotoğraf
- Ziyaret süresince yapılacak masrafların karşılanabileceğini gösteren maddi destek bilgileri
- Ziyaretin amacını açıklayan bilgi ve davet mektubu

Vize başvurularının seyahatten en az altı hafta önce yapılmasında fayda vardır. Ancak, ülkede altı aydan daha uzun bir süreyle ziyaretçi olarak bulunmak için sağlık muayenesi zorunluluğu vardır. Dolayısıyla bu hallerde vize başvurusunun gidiş tarihinden birkaç ay önce yapılmasında fayda görülmektedir.

Diğer taraftan, resmi ve umuma mahsus pasaport hamili Kanada vatandaşları ülkemize giriş yaparken vizeye tabidir. Umuma mahsus pasaport hamilleri 90 gün ikamet süreli müteaddit giriş vizelerini sınır kapılarında alabilirler.

Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

Ülkede haftalık çalışma saatleri 35-40 saat arasındadır.

Resmi tatiller

1 Ocak	Yeni yıl günü
21 Mart	Good Friday
24 Mart	Paskalya
19 Mayıs	Victoria Day
1 Temmuz	Kanada Günü
4 Ağustos	Kent Bayramı
7 Eylül	İşçi Bayramı
12 Ekim	Şükran günü
11-12 Kasım	Anma Günü
25-26 Aralık	Noel tatili

Kaynak: T.C. Ottawa Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği 2009 Yılı Raporu

Bu resmi tatillerin yanı sıra eyaletlerde farklı tatil günleri olabilmektedir.

Kullanılan Lisan

Kanada'nın resmi dilleri İngilizce ve Fransızcadır. Ülkede her iki dili konuşanların oranı %17'dir. Kalan nüfus ise ya İngilizce ya da Fransızca konuşmaktadır. Sadece Fransızca konuşan nüfus Quebec'de yoğunlaşmıştır.

Diğer taraftan ülkede yerleşik farklı etnik ve kültürel gruplar arasında 200'den fazla farklı yerel dil konuşulmakta olduğu tahmin edilmektedir.

Ulaşım

Ülkenin milli havayolu sistemi dahilinde 26 havaalanı, 594 sertifikalı destek havaalanı ve kalkış ve inişler için 1 820 adet pisti bulunmaktadır. Doğu-Batı hattının en işlek havalimanı, toplam yolcu trafiğinin yaklaşık yarısını gerçekleştiren Toronto'dadır. 2007 yılı itibarıyla ülkedeki havalimanlarında 71,5 milyon yolcuya hizmet verilmiştir.

Ülkede 300'den fazla yerel ve uluslararası ticari liman bulunmaktadır. Atlantik ve Pasifik Okyanusları ile Kuzey Buz Denizi'ne kıyısı bulunan ülke aynı zamanda Great Lakes/St. Lawrence Denizyolu ile dünyanın en uzun iç denizyolu hattına sahip ülkesidir. Ülkenin en büyük uluslararası limanları Halifax, Montreal ve Vancouver limanlarıdır. Kanada'nın batı limanları, Kuzey Amerika'dan Asya-Pasifik bölgesine en kısa denizyolu ulaşım mesafesi imkanı sağlamaktadır.

Ülkenin demiryolları yılda yaklaşık 355 milyon metrik ton yük taşımaktadır. Bunun büyük bir kısmı, Kanada ile diğer NAFTA ülkeleri arasındaki yük taşımacılığına hizmet etmektedir. Ülkenin en büyük iki demiryolu şirketi olan Kanada Pasifik Demiryolu ile Kanada Ulusal Demiryolu ağı toplamda yaklaşık 53 000 kilometre uzunluğundadır.

Ülkenin uzunluğu 900 000 kilometreye ulaşan ve altyapı bakımından yeterli bir karayolu ağı bulunmaktadır. Ülkedeki 10 bölgeyi birbirine bağlayan TransKanada karayolu, dünyadaki en uzun ulusal karayolu olmanın yanı sıra 18 önemli sınır hattı ile beraber ABD karayolu ağı ile de tam entegre olmuştur.

Kanada ile ABD arasındaki ticaretin çok büyük bir hızla gelişmesi, iki ülke arasında yolcu ve yük trafiğini kolaylaştırma yönünde önlem alınmasını gerekli kılmış, bu çerçevede iki ülke arasında bir "Güvenli ve Akıllı Sınır Yaratma Aksiyon Planı" geliştirilmiştir. Bu Plan kapsamında Windsor-Detroit, Sarnia-Port Huron, ve Fort Erie-Buffalo sınırlarında düşük risk taşıdığı önceden onaylanmış ticari mallar için hızlı geçiş hatları oluşturulmuştur. Bu ve benzer önlemler sayesinde iki ülke arasında sınırda bekleme süresi ortalaması 10 dakikaya kadar düşmüştür.

Türk Hava Yolları'nın (THY) İstanbul Toronto arasında Perşembe ve Cumartesi günleri seferleri bulunmaktadır. Kanada havayolları Air Canada ve Canadian Airlines'ın da Ankara ve İstanbul'a uçuşları bulunmaktadır. Ülkede en yaygın olarak kullanılan uluslararası havaalanları Vancouver, Toronto, Montreal ve Halifax'tır.

Ülke içi ulaşımında en fazla tercih edilen araç otobüstür. Otobüs ağı en yaygın toplu taşıma sitemidir ve genellikle demiryolu hizmetlerine kıyasla daha ucuzdur. Mesafelerin uzun olmasından dolayı ülke içi ulaşımında havayolları da kullanılmaktadır. Ancak uçak yolculuğu oldukça pahalıdır.

Kanadalılar trafikte yolun sağ tarafını kullanırlar. Herhangi bir ülkeden alınan geçerli bir sürücü belgesi Kanada'da üç ay geçerlidir.

Haberleşme

Ülkede sabit telefon hattı sayısı yüksek olmakla beraber son yıllarda azalma göstermektedir. 2000 yılında her 100 kişi başına 67 sabit telefon hattı ile tepe noktasına ulaşan sabit telefon sektöründe 2008 yılında aynı oran 53'e kadar gerilemiştir. Buna karşılık mobil telefon kullanma oranı çok hızlı bir biçimde artmaktadır. 2008 yılı itibarıyla mobil hat abone sayısının 21,5 milyon olduğu tahmin edilmektedir.

Pek çok ev, okul ve işyerinde İnternet kullanımı yaygındır. İnternet fatura ödeme, bilet satın alma ve rezervasyon yapma gibi faaliyetlerin yanı sıra işletmeden işletmeye (b2b) elektronik ticaret için de yoğun olarak kullanılmaktadır.

Yerel Ölçü Birimleri

Kanada'da metrik sistem uygulanmakla beraber aynı zamanda ABD'nin ölçü birimleri yaygın olarak kullanılmaktadır.

Sağlık

Ülkede sağlık hizmetlerinin kalitesi son derece iyi olmakla beraber aynı ölçüde pahalıdır. Sağlık hizmetlerinden günlük faydalanma ücreti ülke vatandaşı olmayanlar için 50\$ ile 1000\$ arasında değişmektedir. Ülke vatandaşı olmayanlara ücretsiz herhangi bir sağlık hizmeti söz konusu değildir.

İklim

Çok geniş yüzölçümüne sahip olan Kanada'da zengin bir iklim çeşitliliği bulunmaktadır. Ancak nüfusun daha yoğun olarak yerleştiği Amerika sınırları boyunca ağırlıklı olarak 4 mevsim yaşanmaktadır.

Ülkede yaz mevsiminde gündüz sıcaklığı 35 ve daha üstündeki derecelere ulaşabildiği gibi kış mevsimlerinde -25 derecelere kadar düşebilmektedir. Özellikle ülkenin doğusundaki Rocky Dağlarından gelen şiddetli kasırgalar, yağış ve kar getirmektedir. İlkbahar ve sonbahar mevsimleri daha ılımlı geçmektedir.

Aşağıdaki tablo ülkedeki 17 şehir ve bölgede en sıcak ve en soğuk aylarda ortalama en yüksek gündüz sıcaklıklarını göstermektedir.

Güvenlik

Kanada'da şehirlerde suç olayları düşüktür. Özellikle cinayet, silahlı soygun, tecavüz gibi ağır suçlara ülke genelinde nadiren rastlanır. Buna karşılık yankesicilik gibi küçük suçlar diğer gelişmiş ülkelerdeki gibi görülebilmektedir.

Pasaportun kaybedilmesi veya çalınması durumunda hemen yerel polis karakoluna ve en yakın Türk elçilik veya konsoloslukuna bilgi verilmesi gereklidir.

Genel Değerlendirme ve Öngörüler

Ancak son yıllarda Kanada'nın ABD ile olan ticaret hacminde görülen düşüşün ve buna karşılık diğer ülkeler ile olan ticaretinin artmaya başlamasının, ihracatçılarımızın değerlendirmesi gereken bir gelişme olduğu düşünülmektedir. İhracatçılarımızın, ABD ve Kanada pazarlarının yakınlık ve benzerliklerinden faydalanarak, ABD'ye düşük pazara girişi stratejilerini Kanada pazarını da dikkate alan bir çerçevede içerisinde değerlendirmeleri, sigorta ve navlun maliyetlerini düşürerek ihracatımızın artışına katkı sağlayacaktır.

Kanada pazarında Çin başta olmak üzere, ürün kategorilerine göre değişen ülke ve ülke gruplarının rekabeti açık ve yoğun bir şekilde kendini göstermektedir. Özellikle değişik ülke kökenli Kanadalılar, geldikleri ve bağlarını halen korudukları ülkelerle ticarete daha fazla ağırlık vermektedir. Bununla birlikte küreselleşmenin ticaret kalıplarını benzer hale getirmesi, bu tür etnik kanallar üzerinden işleyen ihracat ve ithalatın sınırlarını her geçen gün daraltmaktadır. Öte yandan iç pazar açısından değerlendirildiğinde Kanada'da etnik yapının çeşitliliği nedeniyle demografik, kültürel ve ekonomik farklılıkların tüketicilerin satın alma kararlarında büyük ölçüde etkili olduğu görülmektedir.

Pazarlamada kimi zaman araçlar daha etkin olsa da ülke ithalatçılarının doğrudan ihracatçı/imalatçı/üretici ile temasa geçme istekleri her zaman gündemdedir. Bu çerçevede, firmalarımızın bu iki seçeneği mümkün olan en optimum şekilde kullanmaya çalışmalarında yarar bulunmaktadır.

Diğer taraftan ülkede ürün ve sektör tanıtımı, hatta satış amaçlı olarak ihracatçılarımızın elektronik ticaretin imkanlarını daha etkin kullanabileceği düşünülmektedir. Pek çok ithalatçı için, firma ve ürünleri hakkında İngilizce ve Fransızca olarak hazırlanmış doyurucu bir web sitesinin ve firmaya özel bir e-posta adresinin bulunması bir rekabet avantajı yaratabilmektedir.

İhracatçılarımızın Kanada'da düzenlenen uluslararası fuarlara katılmaları ürünlerini tanıtmaya, rakiplerini ve pazarı tanıma açısından önemlidir. Ancak bu etkinliklere yetinilmemeli ve mutlaka önceden tespit edilmiş firmalar ziyaret edilmeli ve birebir tanıtım yapılmalıdır.

Fason üretim yoluna başvuru ihraç ürünlerimizde, ülkemizin yeterince tanıtılmadığı görülmektedir. İhracatçılarımızın markalı ve kaliteli ürünler ile piyasaya girmeye çalışmaları uzun vadede kalıcı olmalarını sağlayacaktır.

Ülkeye yönelik kalıcı ve sürdürülebilir ihracat için, ürünlerimizin reklam, pazarlama, tüketim kalıplarının oluşturulması, kalite ve fiyat avantajının yakalanması gibi pek çok unsur kullanılarak kabul ettirilmesi ve Kanada piyasasının istediği ürünlerin üretilmesi gereklidir.

Pazara giriş ve kalıcılık ne ilk sevkiyat ne de iştirak edilen ilk fuar ile başarılacak bir süreçtir. Kanada pazarında başarılı olabilmek için ihracatçılarımızın orta ve uzun vadeli planlama ile markalı ürünlere yönelmesi önemlidir.

Gıda sektörüne bakıldığında, ülkede sağlıklı, doğal, organik, hazır, kolay taşınabilir, etnik ve geleneksel gıdalar üzerine güçlü bir vurgu yapılmakta olduğu gözlemlenmektedir. Etnik gıdalar Kanada'nın perakende gıdasının %12'sini meydana getirmekte ve pazar yıllık olarak %5 büyüme kaydetmektedir. On yıl içerisinde de pazarın 15 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Diğer taraftan Kanada'nın azınlık nüfusu giderek büyümekte ve bu nüfus yeni ürünlere daha açık yaklaşmaktadır. Kanada'nın mevcut azınlık nüfusunun 2017 yılında 8,5 milyon veya yaklaşık olarak 5 Kanadalıdan biri olacağı tahmin edilmektedir. Toronto Kanada'nın göçmen nüfusunun %41'ine ev sahipliği yapmaktadır ve gıda imalatında Kuzey Amerika'daki ikinci en büyük bölgesel işbirliği kümesidir. Bu bağlamda Kanadalıların yeni etnik ve geleneksel ürünlere karşı ilgilerinin artması beklenmektedir.

Hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar alanında önemli bir üretici konumunda bulunan Kanada, diğer tarım ve gıda sanayi ürünlerini ağırlıklı olarak NAFTA Anlaşması çerçevesinde ABD ve Meksika'dan ithal etmektedir. Yine kültürel tercihler sonucu çeşitli Avrupa ülkelerinden de önemli miktarda tarım ve gıda ürünleri ithalatı mevcuttur.

Kanada pazarı bu bağlamda değerlendirildiğinde, ülkemiz ihraç ürünleri açısından önemli bir potansiyel

arz etmektedir. Bu ürünler arasında zeytin ve zeytinyağı ile kuru ve sert kabuklu meyveler öncelikli olan ürünler arasında yer almakta olup, bunların dışında Kanadalı tüketicilerin özel ürün grupları kapsamında geliştirdikleri tüketici tercihleri çerçevesinde organik gıdalar, fonksiyonel yiyecek ve içecekler, gurme ürünler ile helal ve koşer sertifikalı ürünler bazında potansiyel olduğu görülmektedir.

Son yıllarda Kanada'da önemli bir talep artışı gösteren zeytinyağı pazarının önümüzdeki yıllarda daha da gelişmesi beklenmektedir. Kanada pazarında ağırlıklı olarak İtalyan ürünleri hakim olup, firmalarımızın ülke çapında yürütecekleri tanıtım faaliyetleri sonucu ürünlerimize karşı yeni yeni oluşmaya başlayan talebin artacağı düşünülmektedir.

Hem Kanada'da yaşayan ve Akdeniz Mutfağını yakından tanıyan Ortadoğu, Yunan ve Türk azınlıklar, hem de sağlıklı yaşam çerçevesinde tercihlerini şekillendirmeye çalışan diğer tüketiciler ihraç ürünlerimiz açısından hedef kitlemiz konumunda bulunmaktadır. Bu nedenle ürünlerin hem etnik kesimlere hem de sağlıklı beslenmeye dikkat eden tüketicilere ayrı ayrı pazarlanması mümkün görülmektedir.

Eyalet bazında farklılıkların bulunması ve farklı yasaların da uygulanması nedeniyle, bu ülkeye ihracat yapmak isteyen ihracatçılarımızın eyalet yasalarını da göz önüne almalarında fayda görülmektedir.

► Tarım ve Gıda Ürünleri İhraç Potansiyelimiz

Türkiye'nin Kanada'ya toplam tarım ve gıda sanayi ürünleri ihracatı bir önceki yıla göre %11 oranında artarak 73 milyon dolar olarak gerçekleşmiş olup, ihracatta fındık, kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incir gibi sert kabuklu ve kuru meyveler ile zeytinyağının ön plana çıktığı görülmektedir.

Kanada'da gıda tüketiminin en önemli faktörlerinden birisi doğal ve sağlıklı olduğu düşünülen gıdalara yönelim olup, ülkede yaşam süresinin uzamasının bunda önemli bir etken olduğu belirtilmektedir. Ayrıca ürün çeşitliliği itibarıyla gelişmiş bir pazar konumunda bulunan Kanada'da, sağlıklı olmasının yanı sıra geleneksel ve özgün niteliklere sahip ürünlere olan talep de artış göstermektedir. Bu sebeple tüketici eğilimlerinin karşılanması amacıyla, standart ürünlere göre özel nitelikleri ön plana çıkartılarak pazarlanan "özel nitelikli ürünler" pazarda önemli yer tutmaktadır.

Bu çerçevede gerek ürün özellikleri gerekse de pazarlama taktikleri açısından rakiplerine göre üstünlüklerini doğal olarak içinde barındıran birçok Türk ürünün, aşağıda belirtilen sınıflar bazında ayrıca değerlendirilerek bu özelliklerinin ön plana çıkartılmasının pazara girişte avantaj sağlanması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Sağlıklı ve Doğal Ürünler: Kanada'da ön plana çıkan hastalıklar arasında yer alan kalp hastalıkları, kanser ve obezite nedeniyle sağlıklı gıdalara olan yönelim, gıda tüketimini etkileyen en önemli faktör olarak görülmektedir. Bu sebeple, geçtiğimiz yıllarda küresel düzeyde meydana gelen gıda fiyat artışları, sağlıklı gıdaların talebinde fazla etkili olmamış, Kanadalı tüketiciler bu tip ürünleri satın almaya devam etmiştir. Ancak, sağlıklı olmasının yanı sıra yüksek kalorili olması sebebiyle bazı gıdaların tüketimi açısından obeziteye yönelik kaygıların da önem kazanmaya başlaması, firmaları daha küçük paketli ürünleri pazara sunmaya itmiştir. Kanada İstatistik Ofisi ile Kanada Sağlık Bakanlığı verilerine göre Kanadalıların beşte biri fazla kilolu olup, toplumda diğer rahatsızlıkların yanı sıra obezite de sorun olmaya başlamıştır. 1969'da 2-17 yaş arasındaki çocukların %3'ü obez iken, bu yüzde 2004 yılında %8'e çıkmış bulunmaktadır. Yetişkin Kanadalıların 1978/79 döneminde sadece %14'ü obez iken, 2004 yılında bu oran %23 olmuştur. Ülke ortalamasının üzerinde bulunan eyaletler Newfoundland ve Labrador, New Brunswick, Nova Scotia ve Manitoba olmuş, Quebec ve Alberta eyaletleri ülke ortalamasının oldukça altında kalmışlardır. Kanada Sağlık Bakanlığı obezite konusunda halkı bilinçlendirmeye devam etmekte ve sağlıklı beslenme şekilleri konusunda eğitim seminerleri düzenlemektedir. Ülkede vejetaryenliğin yaygınlaşması da bu gruptaki tüketicilerin artan yüksek protein içerikli sebze tüketimlerinin yanı sıra "doğal" ürünleri tercih etmelerini sağlamıştır. Genetiği değiştirilmiş organizmalardan elde edilmiş ve ışınlanmış ürünlere yönelik tepkilerin artması da doğal yollarla üretilmiş gıdalara daha fazla ön plana çıkarmıştır. Kanada'da ayrıca alerjik hastalıklar sebebiyle belirli gıdaları tüketemeyen tüketiciler, bu tip rahatsızlıklara neden olmayacak alternatif ürünlere yoğun olarak ilgi göstermektedir. Kanada'da tüketicileri olası ciddi alerjik reaksiyonlara karşı uyarmak amacıyla, bazı ürünlerin veya bu ürünlerden üretilmiş gıdaların içerik listesinde yer alması zorunluluğu bulunmaktadır. Sert kabuklu meyveler de bu grup ürünler arasında yer almakta olup, ürün etiketlemelerinde bu hususa dikkat edilmesi gerekmektedir.

Kanada'da doğal ve sağlıklı ürünlere yönelik eğilim çerçevesinde sağlık algıları bakımından tüketiciler arasında değer gören ve sağlıklı ürünler sınıfında değerlendirilen zeytin, zeytinyağı ve sert kabuklu meyve gibi ülkemiz açısından potansiyel arz eden ürünlerin tüketiminde yükselişin artarak devam edeceği düşünülmektedir.

Etnik Ürünler: Kanada'da etnik yapının çeşitlenmesi Kanada'ya yeni ürün ve damak tatlarının da yerleşmesine neden olmuştur. Bu durum özel restoran ve süpermarketlerin açılmasını sağlamış; ayrıca tatillerinde yurt dışında bulunan Kanadalılar da yine bu ürünleri tüketmeye devam etmişler ve çevrelerine bu ürünleri tanıtmışlardır. Bu yeni ürünlere yönelik ilginin artmasıyla Kanada gıda ürünleri pazarında ithal edilmiş ve çeşitli özelliklere sahip olan ürünler önemli bir pay sahibi olmaya başlamışlardır. Uzakdoğu ve Hint Kökenli ürünlerin yanı sıra İtalyan ürünler de özellikle Toronto ve civarındaki bölgede oldukça popüler hale gelmişlerdir. Yine Ortadoğu, Karayip ve Latin Amerika mutfaklar da popülerite kazanmaya başlamış olup, gıda perakendecileri bu mutfakların ürünlerini de raflarında sergilemeye başlamışlardır.

1993 yılından beri ABD'de, Akdeniz mutfağının sağlıklı bir beslenme alternatifi sunduğunun yoğun olarak tanıtılması, Kanada'da da Akdeniz tipi beslenmeye olan ilgiyi artırmıştır. Son yıllarda düzenlenen

gıda tuarlarında da bunun etkileri görülmekte olup, Kanada tuarlarında Akdeniz uikelerine ozgu urunler daha fazla sergilenmeye baslamıştır. Bu anlamda özellikle Akdeniz tipi beslenme yapışlarından biri olarak değerlendirilen zeytinyağı da kalp ve damar hastalıklarına karşı sağlıklı bir yağ alternatifini sunması sebebiyle sağlığını ön planda tutan tüketiciler tarafından benimsenmektedir.

Bu ürün sınıfı açısından hem Kanada’da yaşıyan ve Akdeniz Mutfağını yakından tanıyan Ortadoğu, Yunan ve Türk azınlıklar, hem de sağlıklı yaşam çerçevesinde tercihlerini şekillendirmeye çalışan diğer tüketiciler ihraç ürünlerimiz açısından hedef kitlemiz konumunda bulunmaktadır. Bu nedenle ürünlerin hem etnik kesimlere hem de sağlıklı beslenmeye dikkat eden tüketicilere ayrı ayrı pazarlanması mümkün görülmektedir.

Helal ve Koşer Sertifikalı Ürünler: Birçok Kanadalı helal ve koşer sertifikalarına sahip ürünlerin nasıl üretildiği hakkında ayrıntılı bilgiye sahip olmamakla birlikte, bu kategorideki ürünler doğal ya da organik ürünler gibi değerlendirilmektedir. Yine bu ürünlerin gerektirdiği sertifikasyon maliyetleri, ürün fiyatına da yansımakta, konvansiyonel ürünlere nazaran %50’ye kadar fiyat farkı meydana gelebilmektedir.

Kanada’da Koşer ürünlere yönelik talepte geçtiğimiz yıllarda önemli bir artış gerçekleşmiş olup, bu çerçevede Kanada’da faaliyet gösteren koşer sertifika kuruluşları da çalışmalarına hız vermiştir. Bu çerçevede, ABD’de kurulu bulunan sertifikasyon kuruluşları da Kanada’da şube açmaya başlamışlardır.

Koşer ürünlerin daha çok Musevi tüketicilere yönelik olduğu düşünülse de, Kanada’da Koşer ürünlerin yaygın hale gelmesiyle birlikte gıda güvenliği kaygıları bulunan, vejetaryen ve/veya laktoz sindirim güçlüğü bulunan tüketiciler tarafından da tercih edilmeye başlanmıştır. Ayrıca benzer tüketim alışkanlıkları bulunan Müslümanlar arasından da koşer ürünleri tercih edenler bulunmaktadır. 2001 yılında gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, Kanada koşer perakende pazarının 575 milyon Kanada \$’ına ulaştığı tahmin edilmekte olup, Koşer ürünler satın alan tüketicilerin yaklaşık %45’inin Museviler, %25’inin koşer gıdaların daha güvenli daha iyi olduğunu düşünen tüketiciler, %20’sinin Müslümanlar ve %10’unun vejetaryen, laktoz şekeri sindirim zorluğu bulunanlar ve diğer din mensuplarına ait tüketiciler olduğu ortaya çıkmıştır. Yine koşer ürünleri düzenli olarak tüketmeyen Yahudi tüketiciler, Hannukah, Yem Kippur gibi dini bayramlarda koşer ürünleri satın almakta olup, bu ürünlerin tüketiminde dini bayramlarda önemli artışlar yaşanmaktadır.

Bir ürünün koşer olarak rafta sergilenebilmesi için mutlaka yetkili Koşer Sertifikasyon Kuruluşlarından sertifika almış olması ve söz konusu kuruluşun işareti taşıması gerekmektedir. Bu sertifikaya sahip ürünlerin pazara girişte rekabet avantajı yakalayabileceği düşünölmektedir.

1990’lardan sonra uygulanan göçmenlik politikası çerçevesinde Kanada’da özellikle Müslüman nüfusta önemli artışlar gerçekleşmiştir. Bu sebeple Kanada helal ürünler pazarı da gelişme göstermektedir. Bu itibarla helal ve koşer sertifikalı ürün sınıfındaki gıdaları tercih eden tüketici gruplarına yönelik olarak Türk ürünleri açısından helal kavramının ön plana çıkartılması suretiyle rakip ülkelere göre rekabet avantajı sağlanabileceği düşünölmektedir. Dünya ticaretinde de son yıllarda, özellikle Müslüman ülkelerle olan ticarete, helal gıda kavramının ön plana çıktığı görölmektedir. Bu sebeple özellikle ithal ürünler için bu çerçevede gelişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yürütülecek olan pazarlama faaliyetlerinin, Kanada’ya olan ihracatımızın artırılması bakımından yararlı olacağı düşünölmektedir.

Fonksiyonel ürünler: Herhangi bir fiziksel rahatsızlığın azaltılmasını/giderilmesini sağlayıcı ve/veya sağlıklı yaşamı destekleyici yönde etkileri bulunan ürünler şeklinde tanımlanan fonksiyonel ürünlere olan ilginin de Kanada pazarında artış gösterdiği bilinmektedir. Dünya üretim ve ticaretinde önem arz eden geleneksel ürünlerimiz açısından bu pazar bölümüne yönelik olarak ürünlerin fonksiyonel özellikleri ön plana çıkartılarak yapılacak ürün geliştirme faaliyetlerinin Kanada pazarına girişte avantaj yaratacağı düşünölmektedir. Bunun yanı sıra iç pazarda başarı yakalayan “her gün bir avuç fındık kalbinize iyi gelir” sloganlı tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin de pazarda ürünlerimize karşı ilgiyi artırarak ihracatımıza olumlu etki sağlayacağı düşünölmektedir.

Gurme Ürünler: Dünyanın en gelişmiş sekiz ekonomisi arasında yer alan Kanada, yüksek gelir düzeyine sahip tüketici kitlesiyle Türk ihraç ürünleri açısından büyük bir potansiyel arz etmektedir. Son yıllarda gurme ürünlere artan taleple birlikte yeni, özgün ve pahalı ürünler, yemek seçimlerini farklı değerlendirmek isteyen tüketicilerin başlıca tercihleri arasında yer almaya başlamıştır. Coğrafi işarete sahip ürünler de tüketiciler tarafından bu kapsamda değerlendirildiğinden, tüketicilerin özel değer atfettiği ürünler arasında yer almaktadır. Bunların yanı sıra “özel tad ve lezzetli” gıdaları da Kanadalı tüketiciler, kilolarına dikkat etmelerine karşın, günlük “stres giderici” ürünler olarak algılamaları sebebiyle tüketmektedir. Fiyat dezavantajı nedeniyle pazarda yer bulamayan özellikle sert kabuklu ve kuru meyve ürünlerimizde, örneğin “special” ambalajlı gurme ürün konumlandırması yapılarak, fiyat-kalite dengesinin sağlanması suretiyle ihracatımızın artırılabilirceği düşünölmektedir.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2010	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Zeytinyağı	1509	Zeytinyağı	148,2	1,91	64,2	2,6	-53,0	12,9	-	-	İtalya(%74,2) Yunanistan(%7,2) - Tunus(%5,3) İspanya(%5,2) Türkiye(%1,8)	0
Sert Kabuklu Meyveler	080222	Fındık	63,6	44,45	892,3	4,15	112,9	27,5	-	-	Türkiye(%91,9) ABD(%4,0) - İtalya(%3,6) Bolivya(%0,2) Gürcistan(%0,2)	0
Sert Kabuklu Meyveler	080250	Antep fıstığı	20,1	0,11	14,0	0,9	16,4	91,1	-	-	İran(%51,3) ABD(%47,6) - Türkiye(%0,4) Suriye(%0,2) Pakistan(%0,1)	0
Kuru Meyveler	080620	Kuru üzüm	72,1	9,21	417,6	4,76	-32,8	15,8	-	-	ABD(%42,9) G.Afrika(%27,6) - Türkiye(%13,5) İran(%7,9) Şili(%5,5)	0
Kuru Meyveler	081310	Kuru Kayısı	9,5	6,89	350,6	2	-10,2	6,1	-	-	Türkiye(%87,8) ABD(%7,7) - Suriye(%1,2) Çin(%0,9) İran(%0,8)	0
Konserve Meyve Sebze	200570	Zeytin	37,9	0,61	107,7	2,63	-2,4	0,9	-	-	İspanya(%46,2) Yunanistan(%23,3) - ABD(%8,8) Fas(%6,0) İtalya(%4,9)	İspanya(%0-8) Yunanistan(%0-8) ABD(%0) Mısır(%0-5) Fas(%0-5) Türkiye(%0-5)
Kuru Meyveler	08042090	İncir	15,8	2,90	158,0	3,68	4,4	16,2	-	-	ABD(%57,5) Türkiye(%24,3) - Yunanistan(%7,8) Şili(%3,6) İran(%2,1)	0

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TUIK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 0 aylıktır.

Konserve Meyve Sebze

ZEYTİN

Kanada'nın zeytin ithalatının ise 2008 yılında 42 milyon dolara ulaştığı görülmekte olup, ithalatının yarısına yakını İspanya'dan gerçekleştirilmektedir. İthalatında ön plana çıkan diğer ülkeler Yunanistan, ABD, Mısır ve Fas'tır. Kanada'nın ithalatında iri kalıbrajlı zeytin ön plana çıkmakta olup, ülkemizde iri kalıbrajlı zeytin üretiminin az olması sebebiyle Kanada zeytin pazarının ülkemiz tarafından değerlendirilemediği görülmektedir. Kanada pazarına girilebilmesi ve rakiplerden pay alınabilmesi bakımından tüketici tercihleri dikkatle irdelenerek, kaliteli, özellikle konfit tip, ambalajlı ve pastörize zeytin ihracatına ağırlık verilmesi gerekmektedir.

Kuru Meyveler

Kanada'ya sektörler itibariyle tarım ve gıda ürünleri ihracatımız değerlendirildiğinde Kuru meyveler sektörünün ihracatımızda en önemli yere sahip olduğu görülmektedir. 2009 yılında toplam 24 milyon dolarlık kuru meyve ihracatımızın %57'sini kuru üzüm, %32'sini kuru kayısı ve %11'ini de kuru incir oluşturmıştır.

Kuru meyveler içerisinde bazı ürünlerin ihracatında görülen dönemsel özellikler pazara girişte dikkat edilmesi gereken hususlar arasında yer almaktadır. Örneğin Noel döneminde Kuru incire olan talebin artması nedeniyle bu ürün ihracatının büyük bölümünün Noelin hemen öncesinde Kasım ve Aralık aylarında yapıldığı göze çarpmaktadır.

Türkiye Kanada'nın kuru meyve ithalatında ilk üç tedarikçi arasında yer alsada özellikle kuru üzüm ve kuru incir açısından rakiplerden pay alınmasının mümkün olduğu düşünülmektedir. 2008 yılından beri Merkezimizce yürütülen pazar araştırması çalışmaları ve katılım sağlanan fuarlar vasıtasıyla yapılan tanıtımların da etkisiyle kuru meyve ihracatımızın artış göstermeye devam ettiği görülmektedir.

Organik Tarım Ürünleri

Sağlıklı yaşama yönelik kaygılar da tüketicilerin gittikçe organik ürünleri daha fazla tercih etmesine neden olmaktadır. Kanada'da 530 bin ha alanda üretim yapan 3600'den fazla organik ürün üreticisinin yanı sıra tüketime hazır organik gıda üreten 800 civarında firma bulunmaktadır. Ancak Kanada'nın organik ürün üretimi daha çok ihracata yönelik dökme formda hububat, bakliyat ve yağlı tohum ürünlerinden oluşmaktadır. Buna rağmen ülkede gelişen organik ürün üretimi, tüketicilerin ithal ürünlerde de organik ürünlere olan ilgisinin artmasına sebep olmuştur. İç pazarda yıllık 2,7 milyar Kanada dolarını aşan organik sertifikalı ürün satışı da ülkede organik ürün konusunda önemli ölçüde farkındalık yaratıldığını göstermektedir. Kanada'da yapılan araştırmalar organik gıda pazarının her yıl %15-20 oranında büyüdüğünü göstermektedir. ABD'nin Kanada'nın organik ürün pazarında büyük etkisi bulunmakta olup, Kanada'nın ithalatının %80-85'i ABD'den yapılmaktadır. Öte yandan Türk ürünleri açısından da başta geleneksel ihraç ürünlerimiz olmak üzere organik olarak üretilen gıda ürünlerimizin pazara girişte büyük şansı bulunduğu görülmektedir.

Sert Kabuklu Meyveler

Kanada'nın sert kabuklu meyve üretiminin çok düşük seviyede bulunması nedeniyle ihtiyacı ithalat yolu ile sağlanmaktadır. Kanada'nın sert kabuklu meyve ithalatında en önemli ürün olarak yaklaşık 90 milyon dolarlık ithalat rakamıyla kabuklu ve kabuksuz badem yer almaktadır. NAFTA'dan kaynaklanan vergi avantajı nedeniyle ihtiyacının tamamına yakını ABD'den sağlanmaktadır.

Türkiye'nin Kanada'ya yaptığı tarım ve gıda ürünleri ihracatında fındık %20'lik payıyla ilk sırada yer almaktadır. Kanada'nın fındık ithalatı yıllar itibariyle incelendiğinde ülkemizin bu pazarda payını önemli ölçüde artırdığı görülmektedir. Bunun başlıca sebepleri arasında dünyada çikolatalı mamuller üretiminde önemli bir yere sahip olan İtalyan menşeli bir firmanın, 2006 yılı sonunda Kanada'da üretim yapmaya başlayarak fındık ihtiyacını doğrudan ülkemizden temin etmesi yer almaktadır. Bu sebeple ITC-Trademap'ten alınan verilere göre 2006 yılında 10 milyon dolar seviyelerinde olan Kanada'nın Türkiye'den ithalatının 2007 ve 2008 yıllarında 40 milyon dolar düzeylerine ulaştığı görülmektedir. Ancak TÜİK kaynaklı ihracat verilerine göre 2007 ve 2008 yıllarında Türkiye'nin Kanada'ya ihracatının sırasıyla yaklaşık 8 ve 13 milyon dolar olarak gerçekleştiği görülmekte olup, bunun sebebinin Kanada için alım yapan firma merkezinin Kanada dışında olması ve alımı buradan gerçekleştirmesi olduğu düşünülmektedir.

Kanada'nın sert kabuklu meyve ithalatında badem ve fındıktan sonra en önemli yere sahip olan Antep fıstığı ithalatına bakıldığında, ABD ve İran'ın pazara egemen olduğu görülmektedir. Türkiye'nin pazardaki payı ise gerek fiyat gerekse de ürünün pazarda yeterince tanınmaması gibi sebeplerle çok düşük düzeylerde kalmaktadır.

Kanada'nın başta şekerli ve çikolatalı mamuller sektörü olmak üzere gıda sanayi ürünlerine hammadde teşkil etmesi bakımından sert kabuklu meyvelerde potansiyelin lehimize çevrilebilmesi ve ihracatımızın daha da artırılması amacıyla ürünlerimizin tanıtılması büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede başta Türk fındık ve Antep fıstığı olmak üzere geleneksel olarak dünya pazarlarına sunduğumuz ürünlerimizin nihai ürün kalitesine olan katkıları sebebiyle, tüm dünyada başta çikolatalı mamul üreticileri olmak üzere kaliteli üretim yapan gıda üreticileri tarafından tercih edildiğinin Kanadalı tüketici ve üreticilere

anlatılması önem arz etmektedir.

Zeytinyağı

Kanada'nın bitkisel yağ üretim, tüketim ve ticaretinde en önemli yere sahip olan ürün kanola yağıdır. Kanola yağı, 1956 yılında Kanadalı bilim adamları tarafından, insan tüketimine uygun kolza tohumlarının geliştirilmesi suretiyle elde edilen ve kanola olarak adlandırılan yağlı tohumdan çıkarılmaktadır. Kanola yağını bu anlamda Kanada'nın milli yağı olarak adlandırmak yanlış olmayacaktır. Kanada'da yemeklik yağ denildiği zaman ilk akla gelen kanola yağı olmaktadır. Kanada'nın toplam 1,9 milyon tonluk bitkisel yağ üretiminin %85'ini kanola yağı, %14'ünü soya yağı oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra çok az miktarlarda ayçiçeği yağı üretimine karşılık zeytinyağı üretimi bulunmamaktadır. Bitkisel yağ tüketiminde de sağlıklı bir yağ olarak lanse edilen kanola yağı toplam 385 bin tonluk tüketim rakamıyla başı çekmektedir. Özellikle ABD'nin Gıda ve İlaç dairesi (FDA) tarafından kanola yağının sağlıklı bir ürün olarak gösterilmesi ve Kanada'daki birçok fast-food restoranının bu yağı kullanmaya başlaması, tüketiciler arasında da kanolanın sağlıklı bir yağ olduğu algısının gelişmesine katkı sağlamıştır. Son yıllarda genetiği değiştirilmiş ürünlere karşı kampanyalardan kanola yağı tüketiminin etkilenebileceği düşünülse de Kanada'da üretimi artırmaya yönelik çalışmalar devam etmektedir. Pazarda kanola yağının sağlık anlamında en büyük rakibi olarak görülen zeytinyağının tüketimi de yıllar itibariyle önemli ölçüde artış göstermektedir. Kanada'da kişi başına toplam yağ tüketimi 2008 yılında 21,4 kg iken 2007 yılında 18,2 kg'a kadar düşmüştür. Toplam yağ tüketimi azalırken zeytinyağı tüketiminin artması Kanadalıların sağlıklı beslenme tercihleri doğrultusunda tüketim alışkanlıklarındaki değişimi göstermesi bakımından dikkat çekicidir.

Kanada'nın zeytinyağı üretimi bulunmadığından tüketimin tamamı ithalattan karşılanmaktadır. 1997 yılında Kanada'nın toplam zeytinyağı ithalatı 18 bin ton civarındayken, on yılda yaklaşık iki katına çıkarak 34 bin tona ulaşmıştır. Kanada, zeytinyağı ithalatının tamamına yakını bu üründe dünyanın başlıca üretici ve ihracatçı ülkeler olan İtalya, Türkiye, Yunanistan ve İspanya'dan karşılamaktadır. 2008 yılında toplam 156 milyon dolarlık zeytinyağı ithalatında %69,6'lık payıyla İtalya, Kanada'nın en büyük tedarikçisidir. Bu ülkeyi %8,4'lük payıyla Yunanistan, %7,3'le Türkiye, %5,2'yle İspanya ve %3,3'le Tunus izlemektedir.

Kanada'nın zeytinyağı ithalatı daha önceleri rafine yağ ağırlıklıyken son yıllarda artan sağlıklı yaşam bilincinin de etkisiyle talep saf zeytinyağına kaymış olup, 2009 yılındaki ithalatının %70'ini saf zeytinyağı oluşturmuştur. Kanada'nın saf zeytinyağı ithalatında Türkiye, değer itibariyle %3,6'lık payıyla İtalya, İspanya ve Yunanistan'ın ardından dördüncü sırada bulunmaktadır. Rafine zeytinyağı ithalatında ise %15,3'lük payıyla Türkiye, İtalya'nın ardından ikinci sırada bulunmaktadır. Bir önceki yıla göre 2009 yılında Türkiye'nin Kanada'ya zeytinyağı ihracatında, %58'lik bir azalma kaydedilmiştir. Aynı dönemde Kanada'nın toplam zeytinyağı ithalatı da genel olarak krizde daralan ithalatına paralel olarak %16 oranında azalmıştır.

Türkiye'nin zeytinyağı ihracatında Kanada'nın yeri değerlendirildiğinde, 2008 yılı itibariyle Türkiye'nin toplam 71 milyon dolarlık zeytinyağı ihracatında Kanada, %13,6'lık payıyla, ABD'den sonra ikinci sırada yer almıştır. Kanada'nın bir önceki yılda da Türkiye'nin toplam zeytinyağı ihracatında %10'luk payıyla üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye'nin Kanada'ya ihracatı daha çok dökme şeklinde olmaktadır.

Kanada'nın zeytinyağı ithalatında firmalar itibariyle pazar konsantrasyonu irdelendiğinde, 2009 yılı saf zeytinyağı ithalatında ilk üç firmanın %23'lük dilimi oluşturduğu görülmekte olup, ithalatının %80'i toplam 37 firma tarafından gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra rafine zeytinyağı ithalatının yarısından fazlası yine üç firma tarafından gerçekleştirilmiş olup, toplam 13 firma ithalatın %80'ini karşılamıştır. Zeytinyağı genelde ihracatçı ülkede ambalajlanmaktadır. Ancak, zeytinyağını tek başına veya diğer bitkisel yağlarla karıştırarak piyasaya sunan Kanadalı firmalar da bulunmaktadır. Diğer bitkisel yağlar ile karıştırılmış olan zeytinyağları büyük hacimli (4 litre) pet ambalajlar içerisinde satılmaktadır. En fazla kullanılan ambalaj tipi genellikle yuvarlak ve renkli cam şişelerdir. Bunun yanı sıra dikdörtgen kesitli şişeler de bulunmaktadır. Cam şişelerin tercih edildiği ambalajların hacimleri 0,5 ve 1 litredir. 3 litre üzerindeki zeytinyağları ise genellikle teneke kutularda satılmaktadır.

Kanada'da perakende zeytinyağı satışlarının da yıllar itibariyle artış gösterdiği görülmektedir. 2007 yılında satışlar bir önceki yıla göre %11,9 oranında artarak 135,2 milyon CDN \$'a ulaşmıştır. Satışlar son altı yılda (2002-2007) miktar itibariyle yıllık ortalama %8,2, değer itibariyle ise %10,5 oranında büyüme kaydetmiştir. 2007-2012 yılları arasında da satışların %6,2'lik bir oranla büyüyeceği tahmin edilmektedir.

Unilever perakende zeytinyağı satışlarındaki %50'lik payı ile pazarı domine etmektedir. Pazar payları itibariyle ilk yedi tedarikçi satışların %80'ini elinde bulundurmaktadır. Markalar bazında ise Unilever'in satışını gerçekleştirdiği İtalyan Bertolli en önemli markalardan birisi olarak pazarda yer almaktadır. Unilever'in pazardaki en büyük rakibi olan İspanyol Grupo SOS firması ise %11'lik pazar payıyla ikinci sırada bulunmaktadır.

Kanada'da geliri orta ve düşük düzeyde olan tüketiciler zeytinyağı alımında kararını zeytinyağının fiyatına göre vermektedir. Bu tip tüketicilerin sağlıklı yağlar hakkındaki bilinç düzeyi aslında diğer ülkelerde de olduğu gibi "omega 3 iyi", "trans yağlar kötü" algısından öte değildir. Gelir düzeyi yüksek tüketiciler ise tercihlerini en fazla tanınan markadan yana yapmaktadır. Ayrıca zeytinyağı bu tip tüketiciler arasında "Gurme ürünü" olarak da değer bulmaktadır. Bunun yanı sıra sağlıklı beslenme amacıyla bilinçli olarak zeytinyağı tüketenler ise doymamış yağ oranı en düşük yağlardan biri olarak zeytinyağını tercih etmektedir. Zeytinyağında "soğuk baskı", "extra virgin" ve "organik" gibi sınıflar tüketiciler tarafından ürünün fiyat ve kalite göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Zeytinyağının sağlık algısı zaten yüksek olduğundan organik zeytinyağına talep düşük düzeylerde kalmaktadır. Öte yandan zeytinyağının kötü kolesterolü azaltıcı etkisinin yanı sıra dolaşım ve sindirim sistemi açısından diğer sağlık yararları tüketiciler tarafından tam olarak bilinmemektedir.

Gıda tüketim tercihlerinde demografik veriler ve yaşam tarzı önemli olup, Kanada'da demografik, kültürel ve ekonomik farklılıkların çoğalmasıyla tüketim eğilimleri de daha karmaşık hale gelmektedir. Farklı ülke ve kıtalardan göçmenlerin bu ülkeye yerleşmesiyle etnik köken, yaşam tarzı ve damak tatları da mevcut kültüre eklenmiştir. Bu yüzden bu pazarı anlamak ve bu çerçevede ürün sunabilmek, başarılı olabilmek için önemli bir adım olarak düşünülmektedir. Bu anlamda zeytinyağı hem sağlıklı olması hem de farklı kültürlere artan ilgi sebebiyle önemli bir potansiyel olarak görülmektedir.

Sanayi Ürünleri ve Hizmetler İhraç Potansiyelimiz

Türkiye'nin Kanada'ya olan 2009 yılı sanayi ve madencilik sektörü ihracatında demir çelik, alüminyum inşaat malzemeleri, oto ve oto yan sanayi, hazır giyim ve doğal taş sektörleri ön plana çıkmaktadır.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2010	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye Rakip Ülkelere Uygulanabilir Gümrük Oranları
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8708	Kara taşıtları için aksam ve parçalar	17.824,8	2,99	2.673,1	6,27	16,8	36,3	-	-	ABD(%73,4) Japonya(%8,2) Meksika(%6,9) Çin(%4,4) G.Kore(%2,4)	ABD(%0) Meksika(%0) Japonya(%0-8,5) Çin(%0-8,5) Almanya(%0-8,5) Türkiye(%0-8,5)
Hazır Giyim	6203	Erkek takım elbise	730,3	6,43	1.285,6	1,89	5,5	9,6	-	-	Çin(%38,2) Bangladeş(%16,5) Meksika(%13,6) İtalya(%5,0) Türkiye(%2,8)	Çin(%17-18) Meksika(%0) Bangladeş(%0) İtalya(%17-18) ABD(%0) Türkiye(%17-18)
Hazır Giyim	6204	Bayan takım elbise	1.051,3	8,60	1.855,1	2,20	14,1	4,2	-	-	Çin(%58,1) Bangladeş(%7,7) ABD(%6,7) Kamboçya(%4,2) Hindistan(%3,6)	Çin(%17-18) ABD(%0) Bangladeş(%0) Kamboçya(%0) Hindistan(%17-18) Türkiye(%17-18)
Hazır Giyim	6205	Erkek gömlek	290,6	4,28	458,7	2,09	18,6	12,8	-	-	Çin(%47,0) Bangladeş(%14,6) Hindistan(%7,5) İtalya(%3,6) Endonezya(%3,2) Türkiye(%3,2)	Çin(%10-18) Bangladeş(%0) Hindistan(%10-18) İtalya(%17-18) Türkiye(%10-18)
EvTekstili	6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri	438,6	4,44	1.058,2	2,78	14,2	21,8	-	-	Çin(%48,2) Pakistan(%16,0) Hindistan(%13,3) Bangladeş(%8,2) ABD(%3,9) Türkiye(%2,5)	Çin(%6,5-18) Hindistan(%6,5-18) Pakistan(%6,5-18) Bangladeş(%0) ABD(%0) Türkiye(%6,5-18)
Doğal Taşlar	6802	İşlenmiş mermer	301,5	44,74	813,4	2,62	35,4	26,9	-	-	Çin(%22,3) İtalya(%18,5) Türkiye(%15,7) Brezilya(%14,2) Hindistan(%9,8)	Çin(%0-6,5) Türkiye(%0-6,5) İtalya(%0-8) Brezilya(%0-6,5) Hindistan(%0-6,5)
Cam ve Seramik İnşaatMalzemeleri	6908	Seramik karolar	252,1	32,62	405,9	2,01	43,3	28,8	-	-	İtalya(%30,5) Çin(%28,6) Türkiye(%14,2) Spain(%6,9) ABD(%5,8)	İtalya(%8) Çin(%0-5) Türkiye(%0-5) İspanya(%8) ABD(%0)

Sofra ve Mutfak Eşyaları	7013	Cam Mutfak Eşyası	270,0	2,60	423,7	3,71	-28,5	12,0	-	ABD(%37,1) Çin(%30,8) - Avusturya(%4,4) İtalya(%4,3) Fransa(%3,8)	0
Altın Mücevherat	7113	Kıymetli metallerden mücevherat	812,0	13,85	1.529,7	1,78	25,6	28,0	-	ABD(%39,9) Hindistan(%11,5) - Çin(%10,0) Tayland(%9,5) İtalya(%8,3)	ABD(%0) Çin(%0-5) İtalya(%5-8,5) Hindistan(%0-5) Tayland(%0-5) Türkiye(%0-5)
DemirÇelik	7208	Demir Çelik Yassı Ürünler	1.246,3	0,00	598,5	1,94	-	50,8	-	ABD(%90,2) G.Kore(%1,4) - Brezilya(%1,3) Almanya(%1,2) Avustralya(%0,9)	0
DemirÇelik	7213	Demir çelik filmaşın	242,1	1,05	631,0	2,07	-36,2	87,1	-	ABD(%53,1) Almanya(%26,9) - Meksika(%9,8) Brezilya(%4,5) İngiltere(%2,6)	0
DemirÇelik	7214	Demir Çelik Çubuklar	464,3	46,88	3.426,3	1,87	206,7	79,1	-	ABD(%82,4) Türkiye(%7,1) - G.Kore(%3,0) Spain(%2,9) Almanya(%1,2)	0
DemirÇelik	7306	Demir Çelik Borular, Tüpler	1.002,7	10,41	1.172,5	4,68	35,7	37,1	-	ABD(%69,7) Çin(%5,9) - tayvan(%5,3) G.Kore(%3,2) Türkiye(%3,0)	0
DemirÇelik	7312	Demir çelikten örme halat ve kablolar	209,3	3,48	131,2	2,80	109,9	26,6	-	ABD(%32,8) Çin(%26,3) - G.Kore(%5,5) Fransa(%5,2) Chile(%4,1) Almanya(%3,5)	0
Alüminyum İnşaat Malzemeleri	7606	Alüminyum Sac ve Levhalar	1.227,3	5,38	440,0	5,30	154,7	39,9	-	ABD(%83,8) Çin(%4,8) Almanya(%2,6) - Endonezya(%1,6) Yunanistan(%1,4) G.Afrika(%1,1) Avusturya(%0,7) Türkiye(%0,5)	0
										ABD(%59,0)	

BeyazEşya	8418	Buzdolapları	1.285,9	5,25	1.521,3	3,10	158,6	21,2	-	-	Meksika(%18,9) Çin(%11,2) G.Kore(%4,7) İtalya(%1,1) Türkiye(%1,0)	ABD(%0) Meksika(%0) Çin(%0-5) G.Kore(%0-5) İtalya(%0-8) Türkiye(%0-5)
Beyaz Eşya	8422	Bulaşık Yıkma Makineleri	631,4	3,22	395,8	2,75	-9,4	7,4	-	-	ABD(%56,8) Almanya(%9,1) İtalya(%7,7) Çin(%4,4) G.Kore(%3,7)	ABD(%0) Almanya(%0-8) İtalya(%0-8) (%0) G.Kore(%0-8) Türkiye(%0)
Takım Tezgahları	8462	Metalleri dövme, işleme, kesme, sata flama presleri, makineleri	156,9	6,40	229,5	1,91	99,0	8,7	-	-	ABD(%53,3) İtalya(%9,1) Japonya(%6,8) Almanya(%5,4) Avusturya(%4,3) Türkiye(%3,4)	0
Elektrikli Makineler ve Kablolar	8504	Elektrik transform.	1.734,7	0,25	705,6	2,05	-97,0	12,6	-	-	ABD(%32,5) Çin(%27,1) Meksika(%8,9) Almanya(%5,4) G.Kore(%4,8)	0
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8703	Binek otomobiller	22.307,8	45,84	6.210,5	4,03	70,2	31,2	-	-	ABD(%49,9) Japonya(%16,7) Almanya(%12,1) Meksika(%9,7) G.Kore(%6,6)	ABD(%0) Meksika(%0) Japonya(%0-6,1) G.Kore (%0-6) Almanya(%0-6,1) Türkiye(%0-6)
Doğal Taşlar	2515	Ham-blok mermer, traverten	8,5	0,02	726,5	0,57	-26,1	11,2	-	-	ABD(%80,2) İtalya(%6,3) Çin(%5,5) Hindistan(%3,5) Portekiz(%0,8)	0
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	4009	Kauçuk lastik	390,2	6,77	293,1	4,53	173,7	33,2	-	-	ABD(%65,8) Meksika(%8,3) Japonya(%4,5) İtalya(%3,4) Çin(%3,3) Türkiye(%1,8)	0
Deri ve Deri Mamulleri	4202	Deri ve köseleden cüzdan, çanta, valiz	936,1	0,93	140,4	2,07	-29,2	20,3	-	-	Çin(%76,9) ABD(%5,4) Fransa(%4,4) İtalya(%3,9) Vietnam(%2,8)	Çin(%0-7) ABD(%0) İtalya(%0-11) Fransa(%0-11) Vietnam(%0-7) Türkiye(%0-7)
											Türkiye(%50)	Türkiye(%0-8)

Hazır Giyim	5511	Suni-sentetik devamsız elyaftan lifler	9,1	3,16	90,9	2,64	6,9	2,2	-	-	ABD(%18,5) Çin(%9,8) Portekiz(%4,8) Fransa(%3,1)	ABD(%0) Çin(%0-8) Portekiz(%0-8) Fransa(%0-8)
Halı	5702	Dokunmuş halılar, yer kaplamaları	69,7	4,06	966,5	1,97	29,0	19,2	-	-	Mısır(%19,4) Hindistan(%19,1) Belçika(%17,9) ABD(%17,5) Çin(%8,0) Türkiye(%5,2)	ABD(%0) Hindistan(%0-10) Belçika(%0-14) Çin(%0-10) Mısır(%0-10) Türkiye(%0-10)
Hazır Giyim	6104	Bayan takım elbise	410,2	4,24	1.053,8	2,27	26,4	25,3	-	-	Çin(%54,1) Kamboçya(%9,9) ABD(%7,3) Bangladeş(%5,8) Vietnam(%4,3)	Çin(%18) ABD(%0) Kamboçya(%0) Bangladeş(%0) Vietnam(%18) Türkiye(%18)
Hazır Giyim	6106	Bayan gömlek, bluz	109,6	2,85	627,6	1,71	53,2	1,9	-	-	Çin(%44,8) ABD(%11,7) Kamboçya(%9,0) Vietnam(%7,4) Endonezya(%5,1)	Çin(%18) Kamboçya(%0) Bangladeş(%0) Vietnam(%18) ABD(%0) Türkiye(%18)
Hazır Giyim	6109	Tişört , fanila, iç giyim eşyası	647,2	6,51	2.759,9	1,81	26,4	15,5	-	-	Çin(%29,1) Bangladeş(%16,1) Meksika(%8,2) Kamboçya(%7,3) ABD(%6,7)	Çin(%18) ABD(%0) Hindistan(%18) Meksika(%0) Türkiye(%18)
Hazır Giyim	6110	Kazak , süveter, hırka, yelek vb. eşya	1.096,7	4,51	1.207,0	2,13	13,1	11,1	-	-	Çin(%62,2) Bangladeş(%9,1) Kamboçya(%4,7) ABD(%4,2) Vietnam(%3,2)	Çin(%16-18) Bangladeş(%0) ABD(%0) Kamboçya(%0) Vietnam(%16-18) Türkiye(%16-18)
Hazır Giyim	6115	Çorap, soketler	266,7	2,02	953,6	2,46	-2,3	13,7	-	-	Çin(%50,8) ABD(%16,4) Meksika(%9,1) Pakistan(%7,5) G.Kore(%4,0)	Çin(%13-18) ABD(%0) Meksika(%0) G.Kore(%13-18) Pakistan(%13-18) Türkiye(%13-18)

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TÜİK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 0 aylıktır.

Altın Mücevherat

(gtip: 7113)

Kanada'nın mücevherat ithalatı 2008 yılı itibariyle 758 milyon dolardır. Ülkenin ithalatı bir önceki yıla göre % 10,9 oranında artmıştır. Kanada'nın mücevherat ithalatında ilk sırada altın mücevherat'ın da içinde bulunduğu 711319- Diğer kıymetli metal ile kaplı mücevherler bulunmaktadır. Bu ürün grubunda Kanada 2008 yılında 654 milyon dolar ithalat gerçekleştirmiştir. İthalatın yapıldığı önemli ülkeler ABD, Hindistan, Çin ve İtalya olmuştur. Türkiye bu sıralamada yedinci önemli tedarikçi konumundadır.

2008 yılında Türkiye 7113 grubunda Kanada'ya 14 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Dünyada kişi başına ithalat oranı en yüksek ülkelerden biri olan Kanada, dünya mücevherat ithalatında da önemli ülkeler arasında yer almaktadır.

Kanada mücevherat pazarında talep ekonomik, demografik, sosyal ve kültürel faktörler tarafından belirlenmektedir. Bu faktörler arasında en önemlisi kadınların harcanabilir gelir seviyesidir. Kadınların Kanada toplumunda ekonomik ve sosyal olarak güçlenmeleri harcanabilir gelirlerinin artmasını da beraberinde getirmiştir. Mücevherat tüketicileri çoğunlukla 20-50 yaş arasındaki kadınlardan oluşmaktadır.

Kanada'nın bir göçmen toplumu olması itibariyle farklı tüketici tercihleri ortaya çıkmaktadır. İtalyan asıllılar 18 ayar altını, Çin asıllılar 24 ayar altını tercih etmektedirler. Hint asıllılar ise özellikle 22 ayar sarı altından yapılmış büyük küpe ve kolyeleri tercih etmektedirler. Kanada mücevher pazarında en çok görülen ve talep edilen 18, 14 ve 10 karat altından yapılmış ürünlerdir. Beyaz altın ise son yıllarda popülerleşmeye başlamıştır.

Kanada'da mücevherat satışları Sevgililer Günü ve Noel zamanında artış göstermektedir. Son yıllarda Noel'de hediye kartlarının verilmesi mücevher satışlarının Ocak ve Şubat aylarında da artmasını sağlamıştır.

Alüminyum İnşaat Malzemeleri

ALÜMİNYUM SAC, LEVHA ve ŞERİTLER (gtip:7606)

Kanada, 2007 yılında 1,5 milyar dolar değerinde, 2008 yılında ise 1,4 milyar dolar değerinde alüminyum sac,levha ithalatı yapmıştır. 2008 yılında ithalat %5 azalmıştır. İthalatta ilk beş ülke ve pazar payları; ABD(%87,4), Çin(%3,1), Almanya(%2), G. Afrika(%1) ve Rusya (%1) olarak sıralanmıştır.

Türkiye söz konusu üründe 2008 yılında Kanada'ya 5 milyon dolar değerinde alüminyum sac-levha ihracatı yapmıştır. İhracat değeri bir önceki yıla göre %30 artış göstermiştir. Kanada Türkiye'den yapılan ihracatta %0-5 arasında gümrük vergisi uygulamaktadır.

Beyaz Eşya

(gtip:8422, 8418)

Kanada ev aletleri sektörü; ağırlıklı olarak buzdolabı, dondurucular, elektrikli ve elektriksiz ocak, bulaşık makinesi, çöp öğütücüleri, çamaşır makineleri ve portatif klima üretimi yapan firmalardan oluşmaktadır.

Kanada, 2008 yılında 2,2 milyar dolarlık beyaz eşya ithalatı gerçekleştirmiştir. İthalatta öne çıkan tedarikçi ülkeler; ABD, Çin, Meksika, G. Kore, ve Almanya olmuştur. Kanada'nın beyaz eşya ithalatında öne çıkan ürünlerden bazıları ve ithalat değerleri; soğutucu-dondurucular (gtip:841810) -563 milyon dolar, elektrikli fırınlar (gtip:851660) -402 milyon dolar, gazlı ocaklar (gtip:732111) -256 milyon dolar ve bulaşık yıkama makineleri (gtip:842211) -220 milyon dolar olarak sıralanmıştır.

2008 yılında Türkiye'nin Kanada'ya gerçekleştirdiği beyaz eşya ihracatında öne çıkan ürünler 8422 gtip nolu (yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makineler) ve 8418 gtip nolu (buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları) ürünler olmuştur.

8422 grubunda Türkiye'nin Kanada'ya ihraç ettiği en önemli ürün ev tipi bulaşık yıkama makineleridir (gtip:842211). 8422 grubunda Türkiye'nin ihracatı 2007-2008 yılları arasında %68,2 artarken, Kanada'nın dünyadan ithalatı %5,6 artış göstermiştir. 2008 yılında Kanada'nın bulaşık yıkama makinesi ithal ettiği önemli ülkeler ve pazar payları ABD(%55,9), Almanya(%13,1), İtalya(%8,2), Japonya(%2,8) ve Fransa(%2,5) olarak sıralanmıştır. Kanada, Türkiye'den ithal edilen bulaşık yıkama makinelerine gümrük vergisi almamaktadır.

8418 grubunda Türkiye'nin Kanada'ya ihraç ettiği en önemli ürün ev tipi buzdolabı olmuştur. Türkiye'nin ihracat değeri 2007-2008 yılları arasında büyük artış göstererek 8 milyon dolara ulaşmıştır. Aynı dönemde Kanada'nın dünyadan ithalatı %4,1 artış göstermiştir.

2008 yılında Kanada'nın buzdolabı ithal ettiği önemli ülkeler ve pazar payları; ABD(%63,4), Meksika(%17,1), Çin(%9,7), G. Kore(%2,9) ve İtalya(%1,4) olarak sıralanmıştır. Kanada, Türkiye'den ithal edilen buzdolaplarında %0-5 arasında gümrük vergisi uygulamaktadır.

Cam ve Seramik İnşaat Malzemeleri

(gtip: 6908)

Kanada'ya seramik inşaat malzemeleri içinde öne çıkan ürün sırlı seramikten yer ve duvar döşemeleridir (gtip 6908). Türkiye'nin Kanada'ya ihracatı bu üründe 2008 yılında 30 milyon dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Kanada'nın toplam ithalatı ise 223 milyon dolardır. Bu büyük pazardan en fazla payı %36,9 ile İtalya almaktadır. Diğer önemli tedarikçiler ise Çin(%16,4), Türkiye(%14,9), İspanya(%10,2) ve ABD(%5,9) olarak sıralanmıştır. 6908 gtip kod kapsamındaki ürünlerde Kanada'nın Türkiye'ye uyguladığı gümrük vergisi %0-5 arasındadır.

Dünya genelinde gelişen finansal kriz, dünya inşaat malzemeleri ticaretinde önemli bir gerilemeye neden olmuştur. Ancak Türkiye'nin seramik karolardaki potansiyeli düşünüldüğünde, Kanada inşaat sektörünün tekrar canlanmasıyla birlikte pazar payımızın artırılacağı düşünülmektedir.

Demir Çelik

(gtip: 7306, 7214, 7208, 7312, 7213)

World Steel Association'dan alınan verilere göre; 2007 yılında Kanada 15 milyon ton ham çelik üretimi ile dünya sıralamasında onaltıncıdır. 2007 yılında yarı ve nihai mamul ihracatı 6,8 milyon ton iken, ithalatı 8 milyon ton olmuştur. İthalatın 2,5 milyon tonu uzun ürünler 3,7 milyon tonu yassı ürünlere aittir. Kanada'nın 2007 yılı ham çelik tüketimi 18,2 milyon ton olup, kişi başına düşen ham çelik tüketimi ise 555 kg olmuştur. Yıllık nihai mamul tüketimi 15,5 milyon ton, kişi başına düşen nihai mamul çelik tüketimi ise 471 kg dır.

Kanada'nın 7306, 7214, 7208, 7312, 7213 gtip bazındaki demir çelik ve ürünleri ithalatı 2008 yılında 3,83 milyar \$ değerinde gerçekleşmiştir. 7208(demir/çelik sıcak hadde yassı mamulleri-genişlik 600mm. fazla) grubunda 1,6 milyar dolarlık ithalatın %85'i ABD'den yapılmaktadır. Çin, G. Kore ve Ukrayna diğer önemli tedarikçiler olmuştur. 7208 ürün grubunda Kanada'nın ithalatı 2008 yılında % 25 artış gösterirken, dünya ithalatındaki payı %1,94 olmuştur. 2008 yılında Türkiye'nin 7208 grubunda Kanada'ya ihracatı 5 milyon dolar olmuştur Bu grupta ihracatın en fazla olduğu ürün 720836 gtip'li yassı ürünler olmuştur.

Türkiye'nin demir çelik yassı mamul üretimi henüz iç talebi karşılamamaktadır. 2008 yılı itibariyle Türkiye'nin görünür yassı çelik tüketimi yaklaşık 10 milyon tondur. Yassı mamul ihtiyacın 4,1 milyon tonu yerli üretimden kalan 7,2 milyon tonu ithalattan karşılanmıştır. Ancak son yıllarda Türk demir çelik sanayinde yassı mamul üretimine dönük yeni yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Özellikle 3,5 milyon ton/yıl yassı mamul üretim kapasitesine sahip İsdemir'in Ağustos 2009'da üretime geçmesiyle Türkiye'nin toplam yassı mamul üretim kapasitesi 11,3 milyon tona ulaşmıştır. Önümüzdeki yıllarda Türkiye'nin yassı mamul ihracat potansiyelinin artması beklenmektedir. Kanada, 2008 yılında 567 milyon dolar değerinde demir çelik çubuk (gtip:7214) ithalatı gerçekleştirmiştir. İthalatın yaklaşık %80'i ABD'den yapılmıştır. Türkiye, Çin ve Almanya diğer önemli tedarikçiler olmuştur. 2008 yılından Kanada'nın ithalatı bir önceki yıla göre %13 artmış ve dünya ithalatında ki payı %1,87 olmuştur. 2004-2008 döneminde Kanada'nın profil ithalatı %15 oranında artmış, Türkiye'nin Kanada'ya ihracatı yıllık ortalama %42 oranında artmıştır. Kanada Türkiye'ye yönelik olarak 730630, 730650, 730660-61 gtip nolu (dikişli veya dikişsiz borular köşeli, profil boru) ürünlerde Anti-damping uygulaması bulunmakta ve %6,9-30 oranında vergi uygulamaktadır.

Kanada pazarında Türkiye'nin özellikle inşaat demiri, demir çelik profil ve yassı ürünlerde ihracat potansiyeli yüksektir. Türkiye'nin bu ürünlerde pazar payını daha da artırma imkanı bulunmaktadır.

Deri ve Deri Mamulleri

DERİ, KÖSELE SEYAHAT EŞYASI(VALİZ-ÇANTA-CÜZDAN vb.)(gtip:4202)

Türkiye, 2008 yılında Kanada'ya 5 milyon dolarlık deri seyahat eşyası ihracatı gerçekleştirmiştir. İhracat 2007 yılına göre %98 oranında artış göstermiştir. Bu grupta en fazla ihraç edilen cüzdan, cepte veya elde taşınan eşyalar olmuştur. Diğer yandan, 2008 yılında Kanada 884 milyon dolarlık deri seyahat eşyası ithalatı yapmıştır. 2007-2008 döneminde ithalatı %14 oranında artmıştır.

Kanada'nın toplam deri cüzdan-çanta eşya ithalatında Çin %75,5, ABD %6,4, İtalya %4,8, Fransa %4 ve Vietnam %2,4 önemli ihracatçı ülkelerdir. Kanada, deri cüzdan, çanta vb. eşya ithalatında Türkiye'ye %0-7 arasında gümrük vergisi uygulamamaktadır. Öte yandan yıllık sıcaklık ortalamaları oldukça düşük düzeyde bulunan Kanada'ya, halen 700 bin dolar civarında olan deri giyim ihraç potansiyelimizin yeterince değerlendirilemediği düşünülmektedir

Doğal Taşlar

MERMER(gtip: 6802)

Doğal taşların başlıca kullanım alanı inşaat sektörüdür. Bu nedenle Kanada inşaat sektörünün gelişimi, doğal taş alımında kilit rol oynamaktadır. İnşaat sektörü, küresel ekonomik krizin etkisiyle 2008-2009 döneminde dünya genelinde daralma gösterse de Kanada'da mühendislik ve onarım işlerine bağlı olarak %2,3 oranında bir büyüme kaydedilmiştir. Konut ve ticari bina inşaatları, müstakil ev ile fabrika ve tesis inşaatlarının azalması sonucu sektörde bir yavaşlama görülmüştür. Konut inşaatı son üç yılda düşük vergi oranlarının da etkisiyle ciddi bir büyüme göstermiş ve günümüzde dengelenmiş

durumdadır. Konut dışı yapı inşası hükümetin bütçeyi dengeleme isteği ile kontrol altındadır. Bununla beraber konut dışı yapı inşaa faaliyetleri ticari ve kamu binaları ile artış göstermiştir. İnşaat sektörü özellikle batı bölgesindeki Alberta ve British Columbia'da yoğunlaşmıştır.

Kanada 2008 yılında 280 milyon dolarlık işlenmiş doğal taş ithalatı yapmıştır ve dünya ithalatındaki payı %2,6'dır. Kanada'nın ithalat yaptığı ülkeler ve pazar payları Çin(%20,2), Türkiye(%18), İtalya(%17,8), Brezilya(%12,4) ve Hindistan(%10,7) olarak sıralanmıştır.

Türkiye'nin 2008 yılında Kanada'ya gerçekleştirdiği işlenmiş doğal taş ihracatı %20 artarak 44 milyon dolara ulaşmıştır. İhracatta öne çıkan ürünler 680291 gtip numarasında yer alan işlenmiş/yontulmuş mermer-traverten-su mermeri grubu olmuştur. 6802 grubunda Türkiye'den ithal edilen ürünlerde Kanada tarafından %0-6,5 arasında gümrük vergisi uygulanmaktadır.

Türkiye'nin doğal taş üretimi konusunda dünya ticaretindeki önemi ve Kanada ekonomisi düşünüldüğünde Kanada pazarının önemini sürdüreceği düşünülmektedir.

MERMER VE TRAVERTEN, EKOSİN SU MERMERİ, KİREÇLİ TAŞLAR (HAM-BLOK-KABACA YONTULMUŞ)
(gtip:2515)

2008 yılında 11 milyon dolarlık ham-blok doğal taş ithalatı Kanada'nın dünya ithalatındaki payı %1,21'dir. Kanada'nın ham-blok mermer ithalatında, ABD, İtalya, Hindistan, İspanya ve Çin ilk beş sırayı paylaşmıştır. Türkiye'nin bu grupta payı %1'dir.

Türkiye'nin 2008 yılında Kanada'ya gerçekleştirdiği ham-blok doğal taş ihracatı, %26 oranında artarak 3 milyon dolara ulaşmıştır. İhracatta öne çıkan ürünler 251512 gtip numarasında yer alan ham-blok mermer-traverten-su mermeri grubu olmuştur

Elektrikli Makineler ve Kablolar

ELEKTRİK TRANSFORMATÖRLERİ VE STATİK KONVERTÖRLER (GTİP:8504)

Kanada'nın transformatör ithalatı 2008'de önceki yıla göre %18 oranında artarak 1,6 milyar dolara ulaşmıştır. Kanada'nın ithalat yaptığı ilk beş ülke ABD(%36,2), Çin(%21,9), Meksika(%9,2), İsveç(%6,6) ve G.Kore(%3,7) olarak sıralanmıştır.

Türkiye'den yapılan ithalat 2008 yılında ciddi bir artış göstererek 35 milyon dolar olmuştur. Artış eğilimi 2009 yılında da devam etmiştir. Elektrik transformatörleri uzun vadede önemini koruyacak ve Kanada Türkiye için büyüyen pazar niteliğini devam ettirecektir.

Gemi İnşaa Sanayi

(gtip:8901)

Kanada gemi inşaa sanayi özellikle gemi üretimi, gemi bakım onarım çalışmaları, off-shore petrol ve doğal gaz aramaları platformlarının inşaa gibi alanlarda uzmanlaşmıştır. Kanada gemi inşaa sektörünün gelişiminde etkili olan çalışmalar; off-shore petrol ve doğal gaz aramaları ve üretimi, liman taşımacılığı, savunma ve güvenlik sanayi, turizm ve balıkçılıktır.

Kanada'nın 2008 yılında gemi inşaa sanayi ithalatı 1,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. İthal edilen ürünler arasında 8903, 8901 ve 8902 grubunda yer alan yatlar, kruizler ve kargo gemileri ve balıkçı gemileri ilk sıralarda yer almaktadır. 2008 yılında bu ürünlere ait Hollanda'nın ithalat değerleri sırasıyla 801, 288, 35 milyon dolardır. Kanada'nın gemi inşaa ithalatı ülke bazında incelendiğinde ABD, Almanya, Danimarka, Türkiye ve Çin'in ilk beş sırayı aldığı görülür.

2008 yılında Türkiye'nin Kanada'ya 8901 grubunda ihracatı bir önceki yıla göre %198 gibi büyük bir artış göstermiştir. 2009 yılı on bir aylık verilerine göre ise ihracat mevcut değildir. Kanada'nın tanker ithalatı yaptığı ülkeler ve pazar payları Almanya(%71,2), Türkiye(%10,1), Hollanda(%4,6), Çin(%4,4) ve Belçika(%3,6) olarak sıralanmıştır. Kanada tarafından Türkiye'den ithal edilen tankerlere uygulanan gümrük oranları %15-25 arasında değişmektedir.

Kanada coğrafi açıdan avantajlı konumu, güçlü ekonomisi ve Türkiye'nin gemi inşaa sanayindeki kapasitesi düşünüldüğünde potansiyel içermeye devam edecektir.

Halı

(gtip:5702)

Kanada pazarında el-makine halılarının pazar payı artmaktadır. Bu tür halılarda en önemli alıcı doğrudan tüketicidir. Pazarın yaklaşık yarısının bu tür halıların satışından oluştuğu tahmin edilmektedir. Makine halılarında pazarı, ticari ve konut amaçlı olarak iki bölüme ayırmak mümkündür. Bu grupta ise pazarın yaklaşık %35'i ofis-işyeri gibi binalarda kullanılan halılardan oluşmaktadır. Konut inşaatlarında en önemli alıcılar, inşaat işlerini yapan müteahhitlik firmalarıdır.

Kanada'nın halı ithalatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %3 azalarak 68 milyon dolara gerilemiştir. Halı ithalatında ilk beş ülke ve pazar payları; ABD(%26,9), Hindistan(%23,7), Belçika(%18,2), Çin(%8,3) ve Mısır (%6,6) olarak sıralanmıştır.

Türkiye söz konusu üründe 2008 yılında Kanada'ya 4 milyon dolar değerinde ihracat yapmıştır. İhracat

değeri bir önceki yıla göre büyük artış göstermiştir. Kanada Türkiye den yapılan mallı ithalatta %0-10 arasında gümrük vergisi uygulamaktadır.

Hazır Giyim

(gtip:6204, 6302, 6203, 6109, 6205, 6110, 6104, 6115, 6106, 5511,)

Kanada tekstil sanayi, 150 yıllık bir geçmişe sahiptir. Sektör özellikle sabit işgücü sağlayabilen, enerji üretimi ve yıkama (son işlem) için uygun akarsuları bulunan küçük bölgelerde kurulmuştur. Kanada tekstil sanayi, doğal liflerden iplik ve kumaş üretimiyle başlamıştır. Sektör, Quebec ve Ontario bölgelerinde konumlanmıştır. Sektör halen sermaye yoğun, doğal ve sentetik lifler ve iplik kullanan geniş ürün grubu üretebilen bir yapıya sahiptir.

Kanada hazır giyim sanayi satışları, 2008 yılında değer bazında %1,3 oranında azalarak 19,1 milyar Kanada dolarına gerilerken, satışlar miktar bazında %2,4 oranında artarak 990,6 milyar adete yükselmiştir. Ekonomideki belirsizlik tüketicilerin alım isteğinde azalmaya neden olmuştur. 2008 yılı içinde en hızlı büyüyen yan sanayiler; %5,8 ile kadın giysileri olmuştur. Bu sektörü %4,1 ile aksesuarlar ve %3,2 ile kadın elbiseleri ve etekleri izlemiştir. Kanada hazır giyim pazarındaki rekabet, mağazalar, department storlar ve toptancılar arasında şiddetli şekilde devam etmektedir.

Kanada hazır giyim sektörü üretiminde, Çin ve diğer ucuz işgücü bulunan ülkelerde dış kaynak kullanımına gitmektedir. Bununla beraber tasarım, pazarlama ve dağıtım işlemleri Kanada'dan yapılmaya devam etmektedir. Uzun vadede Kanada'da üretimin iyice azalması beklenmektedir. Ancak Montreal ve Quebec'de faaliyet gösteren "Peerles Clothing" firması gibi bazı firmalar kaliteye yoğunlaşarak üretimlerini Kanada'da sürdürmektedir.

Kanada hazır giyim sektöründe, ülkede satılan özel markaların oranı 2007 yılında %45,3 iken, 2008 yılında %45,5'e yükselmiştir. Kadın giyim alanında özel markaların satışı 2008 yılında %41,5 oranında, erkek giyim alanında ise %44 oranında artmıştır. Bununla beraber özel markalı çocuk giyim eşyaları satışında ise %37,5 büyüme olacağı tahmin edilmiştir.

Kanada'nın gtip 61 ve 62'de yer alan hazır giyim ithalatı 2008 yılında 7,5 milyar dolar olmuştur. Bu gruptaki örme giyim eşyalarında(gtip:61) en büyük en büyük tedarikçi %52,5'lik pazar payına sahip olan Çin'dir. Çin, 2007-2008 döneminde Kanada'ya olan ihracatını %13 oranında artırmıştır. Bu ülkeyi sırasıyla Bangladeş, ABD, Kamboçya, Hindistan ve Meksika takip etmektedir. Bu ülkelere göre ihracat artış hızı düşük kalan Türkiye %1,2'lik pazar payı ile Kanada'nın ithalatında on üçüncü sırada yer almıştır.

2008 yılında Türkiye'nin Kanada'ya ihraç ettiği örme tekstil ürünleri arasında en önemli pay 6109 grubunda yer alan tişört, fanila ve iç giyim eşyalarına aittir. 2008 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı %5,9 oranında azalırken, Kanada'ya yapılan ihracat %3,9 artmıştır. Kanada 2008 yılında gtip 6109 olan ürünleri Çin, Bangladeş, ABD, Hindistan ve Meksika'dan ithal etmiştir.

Örme tekstil-hazır giyim eşyalarında Türkiye'nin Kanada'ya ihraç ettiği diğer ürünler; bayan giyim (gtip 6104) 4 milyon dolar, çorap (gtip 6115) 4 milyon dolar, bayan bluz gömlek (gtip 6106) 3 milyon dolar olarak sıralanmıştır. Kanada'nın 2008 yılında ithalat yaptığı ülkeler ve pazar payları:

-Bayan giyim:Çin(%55,2), ABD(%9,7), Kamboçya(%6,8), Bangladeş(%5,1), Vietnam(%3,4)
-Çorap: Çin(%44,7), ABD(%20,4), Meksika(%8,5), G.Kore(%7,1), Pakistan(%7,1)
-Bayan bluz-gömlek: Çin(%48,3), Kamboçya(%9,4), Bangladeş(%6,4), Vietnam(%5,5), ABD(%4,7) olarak gerçekleşmiştir.

Kanada'nın örülmemiş tekstil ürünleri ithalatı(gtip:62) 2008 yılında %5 oranında artarak 3,7 milyar dolar olurken; en önemli payı 2 milyar dolarla Çin almıştır. Bu ülkeyi Bangladeş, ABD, Meksika, Hindistan ve İtalya izlemiştir. Türkiye bu grupta %1,6'lık pay ile onuncu sırada yer almıştır.

2008 yılında Türkiye'nin Kanada'ya ihraç ettiği örülmemiş tekstil ürünleri arasında en önemli pay 6204 grubunda yer alan bayan takım elbiselerine aittir. Kanada, 2008 yılında bu ürünleri ağırlıklı olarak Çin, ABD, Bangladeş ve Kamboçya'dan ithal etmiştir. Kanada'nın ithalatı 2007-2008 döneminde yaklaşık aynı kalmıştır. Türkiye bu ürün grubunda %1,7'lik pay ile onuncu sıradadır.

Türkiye 2008 yılında Kanada'ya 11 milyon dolarlık bayan takım elbisesi ihraç etmiştir. İhracatta 2007-2008 döneminde görülen düşüşün, 2009 yılında da devam ettiği görülmektedir.

Kanada 2008 yılında 750 milyon dolarlık erkek takım elbise ithalatı gerçekleştirmiştir. Kanada'nın alım yaptığı en büyük pazar 286 milyon dolar ile Çin olmuştur. Alım yapılan diğer ülkeler, Meksika, Bangladeş ve İtalya olmuştur. Türkiye bu grupta %2,5'lik Pazar payı ile sekizinci sırada yer almıştır.

2008 yılında Kanada 273 milyon dolarlık erkek gömlek ithalatı yapmıştır. İthalatın yapıldığı önemli pazarlar %46'lık pazar payına sahip olan Çin olmuştur. Bangladeş, Hindistan, İtalya ve Türkiye alım yapılan diğer önemli pazarlar olmuştur.

Kanada'nın yün iplik-kumaş ve pamuklu iplik-kumaş ürünleri (gtip: 51 ve52) ithalatı 2008 yılı itibarıyla 286 milyon dolar olup, bunun yaklaşık %61'ini pamuklu iplik ve kumaşlar, %39'unu ise yünlü iplik ve kumaşlar oluşturmıştır. Pamuklu ürünlerin tedarikinde ABD, Çin, İtalya, G. Kore ve Pakistan ön sıralarda yer alırken, yünlü iplik ve kumaşların tedarikinde ise İtalya, Çin, Meksika ve ABD ilk sıralarda yer almıştır.

2008 yılında Türkiye Kanada'ya 3 milyon dolarlık suni sentetik elyaf ve iplik ihracatı gerçekleştirmiştir. Bu üründe Türkiye; %50'lik pazar payı ile Kanada'nın ithalat yaptığı en önemli ülke olmuştur. Diğer tedarikçi ülkeler; ABD, Çin, Portekiz ve Fransa olmuştur.

Kanada, 2008 yılında ev tekstili ürünleri arasında yer alan yatak çarşafı, masa örtüleri (gtip:6302) 436

milyon dolarlık ithalat yapmıştır. İthalat yapılan ülkeler Çin, Hindistan, Pakistan ve Bangladeş olmuştur. Türkiye bu sıralamada %2,5'lik pazar payı ile altıncı sırada yer almıştır.

Tekstil ve hazır giyim sanayi, Kanada'nın güçlü olduğu sektörler arasındadır. Bununla beraber özellikle işgücünün ucuz olduğu Çin, Pakistan ve Bangladeş gibi ülkelere de yüklü miktarda ithalat yapılmaktadır. Türkiye'nin tekstil-hazır giyim sanayindeki potansiyeli ve Kanada'nın özellikle kaliteye önem veren tüketici kitlesi düşünüldüğünde, Kanada'nın Türk firmaları için potansiyel içerdiği düşünülmektedir.

İnşaat Malzemeleri

SERAMİK İNŞAAT MALZEMELERİ (gtip: 6908)

Kanada'ya seramik inşaat malzemeleri içinde öne çıkan ürün sırlı seramikten yer ve duvar döşemeleridir (gtip 6908). Türkiye'nin Kanada'ya ihracatı bu üründe 2008 yılında 30 milyon dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Kanada'nın toplam ithalatı ise 223 milyon dolardır. Bu büyük pazardan en fazla payı %36,9 ile İtalya almaktadır. Diğer önemli tedarikçiler ise Çin(%16,4), Türkiye(%14,9), İspanya(%10,2) ve ABD(%5,9) olarak sıralanmıştır. 6908 gtip kod kapsamındaki ürünlerde Kanada'nın Türkiye'ye uyguladığı gümrük vergisi %0-5 arasındadır.

Dünya genelinde gelişen finansal kriz, dünya inşaat malzemeleri ticaretinde önemli bir gerilemeye neden olmuştur. Ancak Türkiye'nin seramik karolardaki potansiyeli düşünüldüğünde, Kanada inşaat sektörünün tekrar canlanmasıyla birlikte pazar payımızın artırılacağı düşünülmektedir.

Otomotiv Ana ve Yan Sanayi

(Ana sanayi GTİP: 8701, 8702, 8703, 8704, 8705, 8709) (Yan sanayi GTİP: 4011, 4012, 4013, 40169930, 40169952, 681310, 7007, 700910, 8407, 8408, 8409, 841330, 841581, 841582, 841583, 842123, 842131, 8482, 8483, 8484, 8507, 8511, 8512, 8706, 8707, 8708, 940120)

Kanada'da binek otomobil pazarı oldukça gelişmiştir. Ülkede ağır araç sınıfının popülerliğine rağmen Kanada, binek otomobil yoğunluğu açısından dünyada en üst seviyelerde olan ülkelerdendir. Kamyonetler (pikap) ve araziye elverişli araçlar (SUV) dahil olmak üzere hafif ticari araçlar (LCV), hafif araç sayısının yaklaşık %29'unu oluşturmaktadır. Binek otomobillerin oranını %71'dir. Araziye elverişli araçlar ve pikapların oranı otomobillere göre daha hızlı artsa da tüketiciler, yakıt fiyatlarındaki artışa ve ekonomik duruma göre hafif ticari araçları binek otomobil yerine kullanmayı bırakmıştır. Kanada'nın Ontario eyaleti, ABD'nin Michigan eyaletinden sonra Kuzey Amerika'nın en büyük ikinci üretim merkezidir.

Üretim

Kanada'nın en büyük imalat sektörü araç üretimidir. Kanada ihracatının dörtte birini oluşturmakta olup, Kanadalıların yedide birine istihdam sağlamaktadır. Kanada ve ABD araç imalat endüstrileri birbiriyle yakından ilişkilidir. Bu eğilim 1965 yılında iki ülke arasında kurulan Autopact (Otomotiv Ürünleri Ticaret Sözleşmesi) ile başlamıştır. Tek başına Kuzey Amerika araç üretim sistemi olarak düşünülen Meksika'nın katılmasıyla Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA) birleşmeyi pekiştirmiştir.

Kanada'daki üretim son 5 yılda çok fazla değişmemiştir. Ancak 2008'deki durgunluk döneminde yaklaşık üretimde 500.000 adet düşüş görülmüştür. 2004 yılında 2.71 milyona yükselen üretim, 2008 yılında 2.09 milyona gerilemiştir. Kanada otomobil üreticilerinin montaj ve parça konusunda en çok tercih ettiği ülkelerdendir.

Kanada otomobil sektöründe en önemli on marka; Toyota, Honda, Chevrolet, Mazda, Pontiac, Hyundai, Nissan, Ford, VW ve Dodge'dir. Arazi araçlarında önde gelen on marka Ford, Dodge, Chevrolet, Toyota, GMC, Jeep, Honda, Hyundai, Pontiac ve Nissan olmuştur.

1997-2002 yılları arasında Kanada'da binek otomobil kayıtları, 1990'lı yılların kamyonet ve araziye elverişli araçlara yönelik eğilimini tersine çevirerek oldukça artmıştır. 2005 yılı itibarıyla üç yıl içinde binek otomobil talebi ilk büyümesini göstermiştir ve ekonominin güçlenmesiyle bunu 2006'daki büyüme takip etmiştir. Satışlar, 2005'te 1.63 milyondan 2006'da 1.67 milyona yükselmiş ve beklentilerin aksine 2007'de 1.695 milyonla güçlü bir dördüncü çeyrek göstermiştir. 2008'deki rakamlar 2007'deki toplamın biraz eksiği olmasına rağmen tahminleri destekler nitelikte çıkmıştır. Kamyonetler Kanada pazarında popüler olmaya devam etmiştir. Ancak ulusal ekonominin geneli güneydeki komşusu ABD'den oldukça farklıdır. Tam boyutlu pikaplar pazarın önemli miktarını oluşturmasına rağmen, kırsal batı kesimlerde daha popülerdir. Orta boy otomobiller (C-segment) ise daha şehirleşmiş doğu bölgelerde yoğun olarak satılmaktadır. Arazi araçlarına benzer özellikler gösteren spor tarzda araçların (CUV) Kanada'daki satışları orta boydan daha küçük otomobiller (B-segment) gibi 2008 yılında patlamıştır. Orta boy otomobiller ile geleneksel tam boyutlu kamyonetlerin satışları giderek artan yakıt fiyatları nedeniyle yavaşlamıştır. Küresel durgunluk dönemi de bunu etkilemiş ve Kanada'daki satışlar oldukça duraklamıştır. 2009 tahminleri 2008'e göre 230.000 adet azdır.

Yedek Parça Üretimi

Kanada'da mevcut durumda ülkenin Otomotiv Parçaları Üreticileri Birliği'nin bildirdiğine göre 106.000 çalışan istihdam eden 400'den fazla parça tedarikçisi bulunmaktadır. Araç üretiminin güneye kayması ve Kanada dolarının ABD dövizine karşısındaki büyük yükselişi (ve ardından geri çekilişi) yedek parça sanayini oldukça etkilemiştir; 2000'deki 36 milyar dolarlık zirvesinden 1999 rakamlarına gerilemiştir. Rekabete karşı küresel tedarikçilerin hızlı düşüşü Ontario eyaletindeki otomotiv sektörünü mali yardım almak üzere Ottawa'daki yönetime yönelmeye teşvik etmiştir. Ülkede üretilen parçaların yaklaşık %70'i ihraç edilmektedir. Sektör büyük ölçüde ABD'li tedarikçilerin elindedir, yerel firmalar ikinci, üçüncü

düzeyde satıcı konumundadır. Ancak, bazı Kanadalı parça üreticileri artık bazı girişimlerde bulunmaktadır ve Manga, Dana, TRW tesisleri kuran CAW ile birlikte birçok birlik faaliyetlerde bulunmaya başlamıştır.

Kanada'nın oto ana sanayi ithalatı, 2008 yılında bir önceki yıla göre %4 oranında azalarak 40 milyar dolar olmuştur. İthalat yapılan önemli başlıca ülkeler ABD, Japonya, Meksika, Almanya ve Güney Kore'dir. Türkiye Kanada'nın oto ana sanayi ithalatında çok gerilerde yirmi birinci sırada yer almıştır.

Ana sanayi ithalatında ilk sıralarda binek otomobilleri, traktörler ve römorklar yer almaktadır. Binek otomobil ithalatı 2008 yılında bir önceki yıldaki değerini korumuş 25 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Binek otomobil ithalatında başlıca ülkeler ABD, Japonya, Almanya ve Meksika'dır.

Türkiye'nin Kanada'ya olan oto ana sanayi ihracatı 2008 yılında 333 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhraç edilen önemli ürünler; traktörler ve toplu taşıma araçları olmuştur.

Kanada'nın oto yan sanayi ithalatı 2008 yılında 18,4 milyar dolar olmuştur. İthalat yapılan başlıca ülkeler; ABD, Meksika, Çin, Almanya ve Venezüella'dır. Türkiye Kanada'nın oto yan sanayi ithalatında çok gerilerde kalmıştır. Kanada'nın en fazla ithal ettiği yan sanayi ürünleri arasında motor parçaları, içten yanmalı motorlar, lastikler yer almaktadır.

Türkiye'nin Kanada'ya olan oto yan sanayi ihracatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %35 oranında artarak 501 milyon dolar olmuştur. İhracatın en fazla olduğu ürünler; lastikler, motor parçaları ve rulmanlar olmuştur.

2008 yılında Türkiye'nin Kanada'ya 4009 grubunda yaptığı ihracat 5 milyon dolar, 8708 grubunda yaptığı ihracat 4 milyon dolar olmuştur. 8708 grubunda en önemli rakiplerimiz ve pazar payları ABD (%79,6), Meksika (%5,9), Japonya(%5,6), Çin(%3,1) ve Almanya(%1,3) olarak sıralanmıştır. Kanada bu ürün grubunda Türkiye'den yapılan ithalatta %0-8,5 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır.

4009 grubunda ise Kanada pazarındaki en önemli rakiplerimiz ve pazar payları ABD(%67,7), Meksika(%6,7), Japonya(%6,6), İtalya(%4,2) ve Çin(%2,7) olarak sıralanmıştır. Kanada bu ürün grubunda Türkiye'den yapılan ithalatta %0-5 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır.

Sofra ve Mutfak Eşyaları

CAM MUTFAK EŞYALARI (gtip: 7013)

Türkiye, 2008 yılında Kanada'ya 5 milyon dolarlık cam mutfak eşyası ihracatı gerçekleştirmiştir. İhracat 2007 yılına göre %1,1 oranında artış göstermiştir. Diğer yandan, 2008 yılında Kanada 284 milyon dolarlık cam mutfak eşyası ithalatı yapmıştır. 2007-2008 döneminde ithalatı %3,7 oranında artmıştır.

Kanada'nın toplam cam mutfak eşyası ithalatında ABD %33,8, Çin %26,4, Fransa %6,8, ve Avusturya %6 ile önemli ihracatçı ülkelerdir. Kanada, cam mutfak eşyası ithalatında gümrük vergisi uygulamamaktadır.

Takım Tezgahları

Takım tezgahları, metalleri çeşitli yollarla işleyen ve imalat sanayinin ana girdilerinden birini oluşturan makine ve ekipmanıdır. Sektörün ürünleri başlıca iki kategoriye ayrılmaktadır:

- i) Talaşlı İşleme Tezgahları.
- ii) Metal Şekillendirme Tezgahları.

Talaşlı işleme tezgahları arasında yer alan başlıca ürünler: Lazer, foton, ultrasonik, elektro-erozyon yöntemiyle maddeleri aşındırarak işleyen makineler; metal işleme merkezleri, tek ve çok istasyonlu tezgahlar; torna tezgahları; delme, freze, rayba tezgahları; bileme, taşlama, cilama tezgahları; dişli, yiv vb. açma ve testere ve broş tezgahlarıdır.

Metal şekillendirme tezgahları ise: Metalleri kesme, dövme, katlama, kavislendirme vb yoluyla işleyen makine ve presler; çubuk, profil, boru tel çekme tezgahları, vida, civata, tel işleme makineleridir.

Diğer tezgahlar: Taş, beton, seramik, soğuk cam, beton işleyen makineler, testereler cilama vb. makineleri; ağaç, mantar, seramik, sert plastik ve kauçuk işleyen makineler (testereler, kalıp-freze makineleri, parlatma-taşlama makineleri, bükme-birleştirme makineleri, delik açma-zıvanalama makineleri, yarma-dilme-yapraklama makineleri); takım tezgahlarının aksam ve parçalarıdır.

Metal şekillendirme-kesme makine ve presleri (gtip: 8462)

Kanada 2007 yılında 248 milyon dolar değerinde, 2008 yılında ise 224 milyon dolar değerinde "metal şekillendirme-kesme makine ve presleri" ithalatı yapmıştır. 2008 yılında ithalat %10 azalmıştır. İthalatta ilk beş ülke ABD, Almanya, İtalya, Japonya, Slovenya ve Türkiye olarak sıralanmıştır. Türkiye'nin pazardaki payı %2,9 olmuştur.

Türkiye söz konusu üründe 2008 yılında Kanada'ya 5 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. İhracat değeri 2007-2008 döneminde %26,5 artmıştır. Kanada Türkiye'den ithal edilen metal şekillendirme makine ve preslerinde gümrük vergisi uygulamamaktadır.

Kanada - Düzenlenen Önemli Fuarlar

Bireysel Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

CANADIAN FOOD & BEVERAGE SHOW-HOSTEX - Canadian International Hotel, Motel Show (Toronto - Mart/Her Yıl)

Yiyecek ve içecek

Web Sitesi : <http://www.crfa.ca/tradeshows/crfashow>

Montreal Gift Show (Montreal - Mart/Her Yıl)

Hediyelik Eşya, Saatler, Mücevherat, Turistik Resort rnleri

Web Sitesi : <http://www.montrealgiftshow.com>

SIAL - MONTREAL International Food, Beverage, Wine and Spirits Exhibition (Montreal - Nisan/Her Yıl)

Yiyecek ve içecek, Gıda işleme ve Paketleme Makinaları

Web Sitesi : <http://www.sialmontreal.com/>

The Canadian Home Furnishings Market (Toronto - Ocak/Her Yıl)

Mobilya, i dizayn

Web Sitesi : <http://www.tchfm.com>