

KANADA PAZAR BİLGİLERİ



**T.C.
Ticaret Bakanlığı
Uluslararası Anlaşmalar ve Avrupa Birliği
Genel Müdürlüğü**

İçindekiler

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI	2
2. PAZARIN ÖZELLİKLERİ.....	12
3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER	18
4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER	25
5. ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER	30

1. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları

Dış Ticaret Mevzuatı

Kanada Dünya Ticaret Örgütü üyesidir. Ülkenin dış ticaret politikasına üç anlaşma yön vermektedir: NAFTA/USMCA, CETA ve CPTPP.

NAFTA/USMCA: Kanada'nın ABD ile yüksek düzeyde iç içe geçmiş ekonomik yapısı, 1994 yılında yürürlüğe giren Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA) sayesinde mümkün olmuştur. Kanada, 2023 yılında ihracatının %80'ini ve ithalatının %55,8'ini NAFTA ortakları ABD ve Meksika ile yapmıştır. Özellikle ABD ile ekonomik ve ticari ilişkileri, ülke ekonomisi için hayati önem taşımaktadır. NAFTA ile birlikte Kanada-ABD ikili ticaret hacmi, ABD-Çin ticaretinden sonra dünyada en büyük ikili ticaret miktarına ulaşmıştır (2020 yılında 483 milyar US\$; 2021 yılında 617 milyar US\$; 2022 yılında 738 milyar US\$; **2023 yılında 562 milyar US\$**). Hem sanayi hem de tarım ürünlerini (süt ürünleri, kümes hayvanları, yumurta ve şeker gibi bazı tarımsal ürünler hariç) kapsayan anlaşma, çevre, fikri mülkiyet hakları, kara ve hava taşımacılığı gibi hizmetlerle ilgili düzenlemeleri de ihtiva etmektedir. NAFTA, ABD'nin talebi doğrultusunda, daha önce müstesna tutulan tarım ürünlerini de kısmen içerecek şekilde tadil edilmiş ve USMCA veya CUSMA olarak adlandırılan yeni metin, 10 Aralık 2019 tarihinde taraflarca imzalanmıştır. USMCA, 1 Temmuz 2020 tarihinde üç ülkede eş zamanlı olarak yürürlüğe girmiş, böylece ülke ekonomisi bakımından hayati önem arz eden anlaşmanın geleceğine dair endişeler ortadan kalkmıştır.

CETA: Kanada'nın ABD'den sonra ikinci en büyük ticari partneri olan Avrupa Birliği ile arasındaki mal ticaretinin %98'inde gümrük vergilerini karşılıklı olarak kaldıran ve **30 Ekim 2016'da imzalanan Kapsamlı Ekonomik ve Ticaret Anlaşması-CETA, 21 Eylül 2017** tarihinde yürürlüğe girmiş; **2023 Ağustos itibarı ile "Fransa, İtalya, Belçika, Yunanistan, Bulgaristan, İrlanda, Güney Kıbrıs, Macaristan, Polonya ve Slovenya"** henüz **iç onay sürecini tamamlamamıştır**. Mal ticaretinin yanı sıra, hizmet ticaretini, kamu ihalelerini ve yatırımları da içeren CETA, bugüne kadar AB'nin imzaladığı en kapsamlı ticaret anlaşmasıdır. CETA ile birlikte Kanada'nın AB'ye ihracatını önemli ölçüde artırdığı görülmektedir. 2023 yılı itibarı ile Kanada'nın AB'ye ihracatı 64,3 milyar USD olarak gerçekleşmiş olup, bu rakam toplam ihracatının %11,3'üne tekabül etmektedir. 2022 yılında Kanada'nın AB'ye ihracatı 41,5 milyar USD ile toplam ihracatının %6,9'unu; 2021 yılında ise 37,1 milyar USD ihracat ile toplam ihracatının %7,3'ünü oluşturmuştur. Öte yandan, 2023 yılında Kanada'nın AB'den ithalatında önemli ölçüde düşüş yaşanmıştır. 2022 yılında Kanada'nın AB'den ithalatı 67,8 milyar USD ile toplam ithalatının %10,9'unu; 2021 yılında ise 60,2 milyar USD ithalat ile %12,3'ünü oluşturmuşken 2023 yılında Kanada'nın AB'den ithalatı 25,3 milyar USD ile toplam ithalatının %4,5'ini oluşturmuştur.

Brexit süreci sorunda AB'den ayrılan İngiltere ile ayrı bir anlaşma imzalanması planlanmaktadır. İngiltere'nin CETA kapsamı dışında kaldığı Brexit dönemi sonrasında, Kanada-İngiltere ikili ticaretinin bu durumdan olumsuz olarak etkilenmemesi amacıyla, Kanada ve İngiltere arasında 9 Aralık 2020'de **Kanada-İngiltere Ticaretin Sürekliliği Anlaşması (The Canada-United Kingdom Trade Continuity Agreement (Canada-UK TCA))** imzalanmıştır. Bu Anlaşma Kanada Parlamentosu tarafından onaylanana ve yürürlüğe girene kadar karşılıklı olarak tercihli tarifelerin devamını sağlamak üzere iki ülke bir Mutabakat Zaptı imzalamış ve geçici tedbirler uygulamaya koymuştur. ise Söz konusu Canada-UK TCA 1 Nisan 2021 tarihi itibarı ile yürürlüğe girmiştir. Canada-UK TCA, Kanada ile AB arasında yürürlükte olan CETA'nın İngiltere ile Kanada arasında geçerli olan ikili

modelde yapılmış bir Anlaşma modeli niteliğindedir. İngiltere'nin resmi olarak AB'den 31 Ocak 2020 itibariyle ayrılmış olması nedeniyle CETA'nın İngiltere ile Kanada arasındaki geçerliliği 1 Ocak 2021 itibarı ile sona ermiştir.

Canada-UK TCA'nın yürürlüğe girişi ile birlikte taraflar, yürürlük sonrası bir yıl içerisinde yeni ve kapsamlı bir STA müzakeresini başlatma ve üç yıl içerisinde müzakereleri sonuçlandırma taahhüdünde bulunmuşlardır. Bu çerçevede, 28 Mart 2022 tarihinde iki ülke arasında STA birinci tur müzakereleri gerçekleştirilmiştir. 2023 yılında İngiltere 10,5 milyar dolar ile Kanada'nın en büyük dördüncü mal ihracatı partneri olmuş; 6,98 milyar dolar ile Kanada'nın en büyük dokuzuncu mal ithalatı partneri olmuştur. Kanada'nın 2022 yılında İngiltere'ye mal ihracatı 14,2 milyar dolar olmuşken, ithalatı ise 6,7 milyar dolar olmuştur.

CPTPP: Aralarında Kanada'nın da bulunduğu 11 ülkenin (Avustralya, Brunei, Şili, Japonya, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur ve Vietnam) temsilcileri tarafından 8 Mart 2018 tarihinde Şili'nin başkenti Santiago'da imzalanan CPTTP-Kapsamlı ve İlerici Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması'nın iç onay süreci bugüne kadar 8 üye (Meksika, Japonya, Singapur, Yeni Zelanda, Kanada, Avustralya, Vietnam ve Malezya) tarafından tamamlanmış olup mezkur anlaşma **30 Aralık 2018 tarihinde** yürürlüğe girmiştir. Bu itibarla, Kanada G-7 ülkeleri arasında, diğer 7 üyeye aktif ticaret anlaşması olan tek üye konumuna gelmiştir. StatCAN verilerine göre 2022 yılında Kanada'nın CPTPP ülkelerine ihracatı bir önceki yıla göre 24,4 milyardan **28,8 milyar dolara**; anılan ülkelerden **ithalatı** ise 58 milyardan 66,3 milyar dolara yükselmiştir. 2022 yılında Kanada'nın CPTPP ülkeleri ile ticaretinde verdiği açık, 2022 yılında -33,6 milyardan -37.6 milyar dolara yükselmiş; Meksika ile ticaretindeki açık -24.4 milyar dolar, Vietnam ile -9.2 milyar dolar olmuştur. Öte yandan, İngiltere'nin CPTPP'ye ilk katılımcı ülke olarak yaptığı başvuru kapsamında müzakereler 31 Mart 2023 tarihinde tamamlanmış olup Katılım Protokolü 16 Temmuz 2023'de imzalanmıştır. İngiltere ve CPTPP'nin gerekli iç onay prosedürlerini tamamlaması sonrasında Anlaşma yürürlüğe girecek olup tüm üyelerin onay sürecini tamamlayamaması durumunda 16 Ekim 2024 tarihi itibariyle İngiltere'nin ve 6 üyenin onay sürecini tamamlaması halinde yürürlüğe girecektir. Diğer taraftan, Ukrayna'nın CPTPPP'ye katılımı Kanada tarafından desteklenmektedir.

Bunun yanında, Kanada'nın **Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Honduras, Panama, Peru, EFTA, Ukrayna, İsrail, Ürdün ve Güney Kore** ile **Serbest Ticaret Anlaşması** bulunmaktadır. Kanada, Ticareti Çeşitlendirme Stratejisi kapsamında, 2025 yılına kadar ABD dışı ihracatın %50 oranında artırılmasını hedeflemektedir.

Türkiye-Kanada arasında bir Serbest Ticaret Anlaşması imzalanması konusunda istikşafi görüşmeler 2013 yılında tamamlanmış olmasına karşın, bugüne kadar müzakere aşamasına geçilememiştir.

Kanada tarafından genelde liberal bir dış ticaret politikası uygulanmaktadır. Döviz kısıtlamaları söz konusu değildir. Tarım ürünleri, demir-çelik mamulleri, silahlar ve mühimmat, hazır giyim ve tekstil, ilaçlar ve tıbbi cihazlar gibi belirli mal gruplarının ithalatında kota, izin vb. alınması talep edilebilmektedir.

İthalatı ülke bazlı kotaya tabi ürünlerin başında süt ve süt ürünleri ile et ve et ürünleri gelmektedir. Demir-çelik ürünlerinin önemli bölümünde korunma önlemi ve tarife kontenjanı ile ülke bazlı anti-

damping ve sübvansiyon önlemleri uygulanmaktadır. Gıda ürünlerinin tamamı, kalite standartları ve etiketleme koşulları bakımından denetime tabidir. Alkollü içeceklerin büyük bölümü, tüketilecekleri eyaletlerdeki Alkollü İçkiler Komisyonu kanalı ile ithal edilmektedir.

Kanada'ya ithalat, esasen federal ölçekte düzenlenmekte olup, ithalatçıların gümrük işlemlerinde uymaları gereken kurallar ve gümrük vergilerinin hesaplanma biçimleri Gümrük Kanunu'nda (Customs Act); gümrük vergisi oranları ise Gümrük Tarifesinde (Customs Tariff) yer almaktadır. Kanada'nın ithalat için talep ettiği gerekli belgeler;

- Göndericinin beyanına dayalı olarak nakliyeciden hazırlanan kargo kontrol belgesi, menşe ülkesi, ürünlerin miktarı ve birim fiyatı ile detaylı tanımlarını içeren ticari fatura,
- İthal izinleri, sağlık sertifikaları ve ilgili Bakanlık ve kuruluşların denetim belgeleri (Örneğin Kanada Gıda Denetleme Kurumunca et ürünleri için, Kanada Sağlık Bakanlığı'nca ithalatı kısıtlı ya da kontrole tabi ilaçlar için ithalat izni alınır.),
- Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamında tercihli sistemden yararlanmak için Menşe Şahadetnamesi veya Genel Tercihler Sistemine giren ürünler için Form A,
- Diğer belgeler (yükleme belgesi, sigorta sertifikası, yük çeki listesi, sevkiyat öncesi kontrol belgesi vb.).

Gümrük Vergileri

Kanada'ya ithal edilen malların sınıflandırılması Dünya Gümrük Örgütü'nün hazırlamış olduğu "Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi"ne göre yapılmaktadır. Mallara ait 6 haneli armonize sistem kodları (Harmonized System Code) örgüte üye tüm ülkelerin gümrük sistemlerinde aynıdır. Ülkemiz, söz konusu örgütün üyesi olduğundan Kanada ile aynı 6 haneli armonize sistem kodunu kullanmaktadır. 6'ncı haneden sonra ülkemizdeki tarife ile Kanada tarifesi farklılaşmaktadır.

Kanada'nın ithalatta tahsil ettiği gümrük vergileri koruma amaçlı olup, gelir saiki ön plana çıkmamaktadır. Ülkede üretilmeyen ürünler için gümrük vergisi oranı genellikle sıfırdır (%0). İthalatta hem spesifik hem de ad valorem gümrük vergileri uygulanmaktadır. Her yıl yenilenen tarifelere Kanada Sınır Hizmetleri Ajansının web sitesinden ulaşmak mümkündür.

2024 yılı Gümrük Tarifesi için;

<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2024/01-99/01-99-2024-eng.pdf>

Kanada gümrük vergileri "Customs Act" kapsamında belirlenmektedir. Tarife satırlarının **%99,7'sinde bağlı tarife oranları** bulunmaktadır. DTÖ kayıtlarına göre 2022 yılında **ortalama uygulanan tarife oranı %3,8** düzeyinde olup söz konusu oran tarım ürünlerinde %14,6; sanayi ürünlerinde ise %2 düzeyindedir. Toplam sanayi ürünleri tarife satırlarının %79,2'si ve tarım ürünleri tarife satırlarının %68,7'sinde uygulanan tarife oranları "En Çok Kayrılan Ülke (Most Favoured Nation-MFN *applied*)" bazında muaftır. Bu oranın sanayi ürünlerinde yüksek olmasında Kanada'nın ITA Anlaşmasına taraf olması nedeniyle tarifelerinde uyguladığı serbestleşme önemli rol oynamıştır. Ortalama uygulanan MFN tarife oranı en yüksek olan sektörler arasında hayvan ürünleri (%24), süt ürünleri (%242,5), hazır giyim (%16,5), ulaştırma ekipmanları (%5,3), hububat ve tahıl ürünleri (%19,9), çay-kahve ürünleri (%10,1) yer almaktadır. Tarım ürünlerinde 159 tarife satırında tarife kotası uygulaması mevcuttur.

Kanada'nın çeşitli ülkelerle imzalamış olduğu ikili ve çok taraflı serbest ticaret anlaşmaları sonucunda bu ülkeler menşeli ürünlerin büyük bölümü, gümrük vergisiz ithal edilebilmektedir.

2013 yılında, GTS-Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi rejiminde değişiklikler yapılmış ve GTS'den yararlanmakta olan toplam 175 ülkeden aralarında Türkiye'nin de bulunduğu daha yüksek geliri ve ticarete rekabetçi 72 ülke, 1 Ocak 2015 tarihi itibarı ile GTS dışında bırakılmıştır. Bahse konu değişiklik kapsamında, ülkemiz 2015 yılından bu yana GTS'den yararlanılmamaktadır.

AB ülkeleri, Kanada'nın tekstil ürünleri, hazır giyim, kumaş, ayakkabı ve gemi inşaat sektörü ürünlerinde uyguladığı yüksek tarifeler nedeniyle Kanada piyasasında rekabet edememekten şikayetçi olmaktadır. Ülkemizin GTS'den çıkarılmış olması nedeni ile bu sektörlerde ülkemizin de rekabet edebilirliği olumsuz etkilenmiş, özellikle hazır giyim ve konfeksiyon ihracatımız azalmıştır.

Kanada, ithalatta, tercihli ticaret anlaşmaları kapsamındaki tarifelerini, cetvelin son sütununda göstermekte, Türkiye gibi ticaret anlaşması bulunmayan ülkelere ise **MFN tarifesi** uygulanmaktadır.

Kanada'da genel olarak **ad valorem (yüzde oran)** gümrük vergisi uygulanmaktadır. Bir malın değeri üzerinden gümrük vergisi oranına göre ödenmesi gereken vergi miktarı hesaplanmaktadır. Bir malın değerinin belirlenmesinde ise genelde "satış bedeli" temel alınmakta ve sigorta, nakliye vb. bazı eklemeler yapılmaktadır.

Vergi Uygulamaları

- Genel

Kanada'da uygulanmakta olan **Kurumlar Vergisi Oranı %38** olmakla beraber, çeşitli muafiyet ve istisnalar sonucu gerçekte bu oran **%15'e kadar** düşürülebilmektedir. Özellikle küçük işletmeler ile üretim ve katma değer oluşturan firmalar lehine düşük oranlar uygulanması mümkündür. Küçük işletmeler için net vergi **%9'a** kadar indirilebilmektedir.

Ülkede, **Federal Kurumlar Vergisine** ek olarak her Eyaletin ayrı ayrı uyguladığı vergi oranlarının da dikkate alınması gerekmektedir. Eyaletler de küçük işletmeler için düşük, diğerleri için daha yüksek tarife uygulamaktadır. Söz konusu oranlar **%2 ile %16** arasında değişmektedir.

Gelir Üzerinden Alınan Vergiler de Federal ve Eyalet bazında ayrı ayrı tahsil edilmekte ve gelir dilimlerine göre farklılık göstermektedir. Federal Gelir Vergisi, gelir dilimine göre %15- %33 arasında; Eyalet Gelir Vergisi oranları ise %4- %21 arasında değişmektedir. Ülkede uygulanmakta olan vergiler hakkında bilgiye (<https://www.canada.ca/en/services/taxes/income-tax.html>) adresinden ulaşılması mümkündür.

Hükümetin 2023 Bütçesi ile "**Alternatif Minimum Vergi Oranları**"nda yukarı yönlü revizyona gidilerek bu oran **%15'ten %20,5'e** çekilmiş; vergi tercihlerinin aşırı kullanımına kısıtlamalar getirilmiş; bu sayede zengin kesimin daha fazla vergi ödemesi sağlanmıştır. Söz konusu düzenleme, "Alternatif Minimum Vergi Muafiyeti"ni 40.000 C\$'dan 173.000 C\$'a yükselterek varlıklı kesimin

daha fazla vergi ödemesini ve bütçede 5 yıllık bir dönem için 3 milyar C\$'lık ilave gelir elde edilmesini sağlayacaktır.

Ontario, Manitoba ve Quebec de dahil olmak üzere pek çok eyalette **brüt maaşlar** üzerinden **bordro vergisi (payroll tax)** uygulanmaktadır. **1 Ocak 2023** itibariyle Federal gösterge oranı **%6,3** olarak belirlenmiştir.

Kanada ile ülkemiz arasında **Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması (ÇVÖA)** bulunmaktadır. Anlaşma metnine, (<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/04/20110429M1-4-1.pdf>) adresinden ulaşılabilmektedir.

Kanada Gelir Vergisi Kanunu'na (Income Tax Act) göre **Kanada mukimi olmayan** ancak **Kanada'da iş yapan** kişilerin **Kanada Vergi İadesi Formu** doldurmaları ve yasa da belirlenen esaslara göre vergilendirilebilen gelir üzerinden hesaplanan vergi miktarını ödemeleri gerekmektedir.

Kanada mukimi olmayan kişiler şu şekilde tanımlanmaktadır:

- Kanada dışında bir ülkede ikamet eden kişiler,
- Kanada ile **ikamet bağı olmayan** ve vergi yılında Kanada'da yaşamayan ya da vergi yılında Kanada'da **183 günden daha az süre** bulunanlar.

Kanada dışında kurulmuş işletmeler ile Kanada mukimi olmayan kişilerin Kanada'da elde ettikleri gelirler üzerinden, gelir türüne göre stopaj vergileri (withholding taxes) alınabilmektedir.

- Vergi İdaresi

Kanada'da vergi mevzuatı, Federal bir kuruluş olan **Kanada Gelir İdaresi (Canada Revenue Agency-CRA)** ve Eyaletlerin vergi idareleri tarafından yürütülmektedir.

- Beyanname

Eyaletlerin çoğunda ve bölgelerde, Federal Hükümetle-Eyalet/Bölge Hükümeti arasındaki anlaşmalar gereği, vergi Federal Hükümet tarafından toplanmaktadır. Öte yandan, Eyalet ve Bölgeler arasında **Quebec** ve **Alberta** Eyaletinin Kanada Gelir İdaresi (CRA) ile Anlaşması bulunmamaktadır. **Quebec** Hükümeti, **Gelir** ve **Kurumlar Vergisini**; **Alberta** ve **Ontario** Eyaletleri **Kurumlar Vergisini kendileri** tahsil etmektedir.

Vergi bildiriminde bulunma tarihleri genellikle Federal Hükümetinki ile aynıdır. Quebec'te vergi bildirimleri [Ministère du Revenu du Québec](#)'e yapılmaktadır. Gelir Vergisi ve Vergi İadesi Beyannamelerinin 30 Nisan'a kadar verilmesi gerekmektedir. İstisnai haller haricinde, bu tarihin uzatılması mümkün değildir. Serbest meslek erbabı kişiler ve eşlerinin ise 15 Haziran'a kadar vergi bildiriminde bulunmaları zorunludur. Kurumlar vergisi beyannamesinin, vergi yılının sona ermesinden sonraki 6 ay içerisinde teslim edilmesi gerekmektedir.

- Muhasebe Kayıtları

Kanada'da hazırlanan finansal raporlarının Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (International Financial Reporting Standards (IFRS)), Özel Şirketler İçin Muhasebe Standartları

(Accounting Standards for Private Enterprises (ASPE) ya da ABD’de genel olarak kabul gören (U.S. GAAP) Muhasebe Standartlarına uygun olması gerekmektedir.

- Verginin Hesaplanması

OECD Vergi Veri tabanı adlı raporuna göre Kanada’nın federal ve eyalet düzeyindeki kurumsal gelir vergisi oranı ortalama **%26,2’dir**. Söz konusu oran, ABD, İngiltere ve Fransa’dan sonra **G7 ülkeleri içindeki en düşük vergi** oranıdır. Uygulanmakta olan kurumlar vergisi oranı **%38** olmakla beraber, çeşitli muafiyet ve istisnalar sonucu gerçekte bu oran **%15’e** kadar düşürülebilmektedir. Küçük işletmeler için net vergi %9’a kadar indirilebilmektedir. Eyaletler de küçük işletmeler için düşük diğerleri için daha yüksek tarife uygulamaktadır. Söz konusu oranlar %2 ile %16 arasında değişmektedir.

- Amortisman

Amortisman hesaplaması Kanada’da oldukça detaylı biçimde düzenlenmiştir. Detaylarına (<https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/sole-proprietorships-partnerships/report-business-income-expenses/claiming-capital-cost-allowance/classes-depreciable-property.html>) adresinden erişilmesi mümkün bulunmaktadır.

- Vergiden Muafiyet

Kanada yatırım teşvik mevzuatında **vergi muafiyeti yerine, sektör, yatırım büyüklüğü ve eyalet bazlı vergi indirimi sistemi** geçerlidir. Örneğin, imalat sanayiinde kullanılan makine ve ekipmanların ve belirli temiz enerji ekipmanlarının maliyetinin tamamının, yatırımın ilk yılında vergi matrahından mahsuplanması mümkün bulunmaktadır.

- Diğer Vergiler

İthalatta hem **Spesifik** hem de **Ad Valorem** gümrük vergileri uygulanmaktadır. Her yıl yenilenen tarifelere Kanada Sınır Hizmetleri Ajansının web sitesinden ulaşmak mümkündür. Kanada tarafından uygulanmakta olan **2023 yılı gümrük vergilerine** ilişkin bilgiye ise (<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2023/01-99/01-99-2023-eng.pdf>) adresinden erişilebilmektedir.

Kanada gümrük vergileri **“Customs Act”** kapsamında belirlenmektedir. Tarife satırlarının %99,7’sinde bağlı tarife oranları bulunmaktadır. DTÖ kayıtlarına göre 2021 yılında ortalama uygulanan tarife oranı %4 düzeyinde olup, söz konusu oran tarım ürünlerinde %15,9; sanayi ürünlerinde ise %2,1 düzeyindedir. Toplam sanayi ürünleri tarife satırlarının %79,3’ü ve tarım ürünleri tarife satırlarının %68,5’inde uygulanan tarife oranları **“En Çok Kayrılan Ülke (Most Favoured Nation-MFN applied)”** bazında muafittir. Bu oranın sanayi ürünlerinde yüksek olmasında Kanada’nın ITA Anlaşmasına taraf olması nedeniyle tarifelerinde uyguladığı serbestleşme önemli rol oynamıştır. Ortalama uygulanan MFN tarife oranı en yüksek olan sektörler arasında hayvan ürünleri (%24,6), süt ürünleri (%24,9), hazır giyim (%16,6), ulaştırma ekipmanları (%5,5), hububat ve tahıl ürünleri (%20,1), çay-kahve ürünleri (%10,1) yer almaktadır. Tarım ürünlerinde 159 tarife satırında tarife kotası uygulaması mevcuttur.

Kanada’nın çeşitli ülkelerle imzalamış olduğu ikili ve çok taraflı serbest ticaret anlaşmaları sonucu,

bu ülkeler menşeli ürünlerin büyük bölümü, gümrük vergisiz ithal edilebilmektedir.

Kanada, ithalatta, Tercihli Ticaret Anlaşmaları kapsamındaki tarifelerini, cetvelin son sütununda göstermekte, Türkiye gibi ticaret anlaşması bulunmayan ülkelere ise MFN tarifesi uygulanmaktadır.

Kurumlar vergisi dışında, Kanada'da mevcut olan diğer vergiler, kişisel gelir vergisi, uluslararası vergiler, bordro vergileri, tüketim vergileri ve servet vergisidir.

İthalatta, gümrük vergisi dışında **%5 oranında federal GST (Goods&Services Tax)** vergisi tahsil edilmektedir. Perakende veya toptan satışta ve kiralamada eyaletler de ayrı vergi tahsil etmektedir. Eyaletlerin bir kısmı Federal GST ile kendi vergilerini **birleştirip HST (Harmonized Sales Tax)** adı altında tek bir tarife uygularken, bir kısmı ayrı tahsilat yapmaya devam etmektedir.

Tablo: Eyalet/Bölge Bazında Satış Vergisi Oranları

Eyalet veya Bölge	Vergi Türü	Eyalet Vergisi	Toplam Oran
Alberta	GST	0	%5
British Columbia	GST + PST	%7	%12
Manitoba	GST + PST	%7	%12
New Brunswick	HST	%10	%15
Newfoundland ve Labrador	ST	%10	%15
Northwest Territories	GST	0	%5
Nova Scotia	HST	%10	%15
Nunavut	GST	0	%5
Ontario	HST	%8	%13
Prince Edward Island	HST	%10	%15
Quebec	GST + QST	%9,975	%14,975
Saskatchewan	GST + PST	%6	%11
Yukon	GST	0	%5

Detayları Eyalet bazında değişmekle beraber, temel gıda ürünlerinden, sağlık ve eğitim harcamalarından vergi alınmamaktadır.

Diğer taraftan alkollü içecekler, şarap, bira ve tütün ürünlerinin hem ülke içinde üretiminde hem de ithalatında **Özel Tüketim Vergisi** uygulanmaktadır.

Ürün Standartları ile ilgili Uygulamalar

Gerek ekolojisi ve iklimi gerekse elektrik sistemi başta olmak üzere altyapı farklılığı nedeniyle Kanada'nın **standardizasyon ve sertifikasyon** gereklilikleri, ülkemizden ve geleneksel ihracat pazarlarımızdan oldukça farklıdır. İthal edilecek eşyanın sahip olması gerekli standartlar, AB'nin kalite ve sağlık standartlarından farklı, ABD ile çoğunlukla aynı olabilmektedir. Ayrıca, Eyaletler arası uygulamalar da değişiklik gösterebilmektedir. Buna rağmen, e-posta ile Kanadalı ithalatçılarla bağlantı kurmak isteyen firmalarımızın, hatta Kanada'daki fuarlara gelen firmalarımızın kataloglarında yer verilen ürünleri veya numuneleri bazen Kanada'da satılması mümkün olmayan ürünlerden olabilmektedir.

İthal eşyanın insan, hayvan ve bitki sağlığı ve güvenliği ya da teknik normlara uygunluğu, ilgili Bakanlıkların kontrolüne tabidir. Söz konusu kontroller, gümrüklerde malın fiili ithalatı aşamasında yapılmaktadır.

Gıda ürünlerinde gerekli belge ve standartlarla ilgili bilgilere (https://airs.sari.inspection.gc.ca/airs_external/english/decisions-eng.aspx) adresinden GTİP numarası ile sorgulama yapılarak erişilebilmektedir.

“Kanada Ulusal Standartlar Sistemi”, Kanada’daki standartları geliştirmek, tanıtmak ve uygulamak için kullanılan sistemdir. Bir ürünün tescillenmesi gerekliyse, bunun ürünlerin Kanada’ya **ithal edilmeden önce** yapılması gerekmektedir. Kanada’da standartların belirlenmesi ile test ve sertifikasyon kuruluşlarının akreditasyonundan “Kanada Standartlar Konseyi” sorumludur. Kanada Standartlar Konseyi web sitesi: (<https://www.scc.ca/en>)

Kanada, **gıda güvenliği mevzuatı** ile sektördeki uygulamalar ABD uygulamalarına yakın olmakla birlikte farklılıklar da arz etmektedir. Kanada gıda güvenliği mevzuatını belirleyen temel düzenleme **“Food and Drugs Act (FDA)”** olup bu alanda ayrıca **“Safe Food for Canadians Act”** ile **“Consumer Packaging and Labelling Act”** mevzuatları da belirleyici role sahiptir.

“Food and Drug Administration”

Gıda güvenliği alanında Kanada’da düzenleyici, uygulayıcı ve denetleyici üç ana federal kuruluş bulunmaktadır. **“Health Canada”** Kanada’da satış yapılan gıda ürünlerinin besleyicilik kalitesi ve güvenliği ile ilgili standartların belirlenmesinden sorumlu olup bu yetkisini FDA çatısı altında icra etmektedir. **“Canadian Food Inspection Agency (CFIA)”** ise FDA kapsamında belirlenmiş sağlık ve güvenlik standartlarının uygulanması ile paketleme, etiketleme ve reklam konu başlıkları altındaki sağlık dışı ve gıda güvenliği ile ilgili düzenlemelerin uygulanmasından sorumlu kuruluş olup, gıda güvenliği riskinin azaltılması hususuna odaklanmaktadır. **“Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC)”** ise sektörün FDA ile ilgili düzenlemelerde talep edilen gereklilikleri anlamasına yardımcı olarak ve gerekli bilgileri sağlayarak inovatif ürünlerin piyasaya girişini kolaylaştırma konusuna odaklanmaktadır.

Kanada’ya gıda **ihracatı yapan firmaların** Kanada makamlarından ruhsat alması gerekliliği **bulunmamaktadır**. Ancak **Kanadalı ithalatçıların** ilgili makamlardan ruhsat alması, önleyici koruma planına sahip olması ve satış sonrası izleme sisteminin bulunması **zorunludur**. Ayrıca ithalatçıların, yabancı tedarikçilerinin de Kanadalı üreticilerin tabi olduğu gıda güvenliği standartlarına uygun imalat yaptığını kanıtlaması gerekmektedir.

Test Etme, Muayene ve Belgelendirme

Kanada tarafından genelde liberal bir dış ticaret politikası uygulanmakla birlikte, tarım ürünleri, demir-çelik mamulleri, silahlar ve mühimmat, hazır giyim ve tekstil, ilaçlar ve tıbbi cihazlar gibi belirli mal gruplarının ithalatında kota, izin vb. alınması istenilmekte ve ithalat aşamasında kontroller yapılmaktadır.

Kanada'ya ithal edilen tüm gıdalar, her bileşenin kalite standartlarını ve etiketleme koşullarını belirleyen **Gıda ve İlaç Kanunu**'na tabidir. **Etiketinde** hastalıkların ve fiziksel bozuklukların **tedavisine fayda sağladığı belirtilen** ya da **bu şekilde reklamı yapılan** gıda ürünlerinin Kanada'ya ithal edilmesine ve Kanada'da satılmasına **izin verilmemektedir**. Gıda katkı maddeleri de Kanada'da çok sıkı şekilde kontrol edilmektedir.

Pek çok alkollü içkinin tüketiminde minimum yaş sınırlaması vardır ve içkiler tüketilecekleri eyaletlerdeki **Alkollü İçkiler Komisyonu** kanalıyla ithal edilmektedir.

“Kozmetik Bildirim Formu”, yeni bir ürünün tüm düzenleme koşullarına uygun olduğunun temin edilmesi amacıyla Kanada Sağlık Bakanlığı'nın Sağlık Koruma Şubesi'ne ilk satışın yapıldığı tarihin ardından on günlük süre zarfında iletilmelidir.

Kanada'nın ithalat izinleri altında ithalatı kısıtlanan ya da kontrol edilen **ilaçlar, veteriner ürünleri, böcek ilaçları ve dezenfektanlar** için detaylı yönetmelikleri vardır.

Yeni kimyasallar, polimerler ve biyoteknoloji ürünleri dahil olmak üzere zehirli olma potansiyeli bulunan maddelerin ithalatı, imalatı ve kullanımı **“Kanada Çevre Koruma Kanunu”** ve **“Yeni Maddeler Bildirim Yönetmelikleri”** tarafından düzenlenmiştir.

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Kanada'da, “ürünün tanımı, net miktarı, satıcının unvanı ve adresi”ne dair temel bilgilerin hem Fransızca hem de İngilizce olması gerekmektedir. Quebec'te, ürünle ilgili açıklamalar, tarifler vb. diğer ifadelerin de Fransızcasının etikette yer alması zorunludur. Gıda etiketleri ayrı bir düzenlemeye tabi olup tüm paketlerin üzerinde besin değeri tablosu bulunmalıdır. Ayrıca, gıda ambalajlarında yerel ad, menşe ülkesi, üretim ve son kullanma tarihleri, saklama koşulları, satıcı unvanı ve adresi, içeriği, alerjen madde olup olmadığı, net miktar ve tatlandırıcı içerip içermediğine ilişkin bilgilerin hem Fransızca hem de İngilizce olması beklenmektedir.

Gıda ürünlerinin etiketlenmesi konusundaki bilgiler için **Canadian Food Inspection Agency**'nin linki dikkate alınmalıdır:

<https://inspection.gc.ca/food-label-requirements/labelling/industry/eng/1383607266489/1383607344939>

Dolgu malzemesi kullanılan yastık, yorgan, votka vb. ürünlerde dolgu maddesi konusunda detaylı açıklama etiketi istenilmektedir.

Etiketleme konusundaki detaylar için **Competition Bureau Canada**'nın linki dikkate alınmalıdır:

https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/h_01436.html

Gıda ürünlerinin tamamı, kalite standartları ve etiketleme koşulları bakımından denetime tabidir. Etiketinde hastalıkların ve fiziksel bozuklukların tedavisinde fayda sağladığı belirtilen ya da bu şekilde reklamı yapılan gıda ürünlerinin Kanada'ya ithal edilmesine izin verilmemektedir. Gıda katkı maddeleri de çok sıkı şekilde kontrol edilmektedir. Federal Hükümetin, tek kullanımlık plastik niteliğindeki 6 kategoride yer alan plastik ürünlerin kullanımını kademeli olarak azaltma ve 2022 yılında tamamen yasaklama kararı sonrasında, 21 Ekim 2019 tarihinden itibaren yaş meyve ve sebzelerde geri dönüştürülebilir plastik ambalaj kullanımı zorunlu hale gelmiştir.

Bir ürünün etiketinde belirtilen “çevre dostu” olma iddiasının doğru ve yasalara uygun olması zorunludur. Ayrıca, belirgin olmayan, yanlış yönlendirici ve doğruluğu ispatlanmayan ifadelerin kullanılmaması gerekmektedir.

Teknik Engeller

Piyasaya arz edilen tüm ürünlerin güvenli ve kaliteli olmasını sağlamak ülkelerin en temel öncelikleri arasındadır. Bu amaçla, ürünlerin uyması gereken teknik kriterler (standartlar ve teknik düzenlemeler) ile ürünlerin bu kriterlere uygun üretildiğini belgeleyen uygunluk değerlendirmesi işlemlerine günümüzde daha fazla başvurulmaktadır. Standartlar, teknik düzenlemeler ve uygunluk değerlendirmesi prosedürleri, sınai, ekonomik ve ticari gelişmeye katkıda bulunan, insan can ve mal güvenliğini korumayı amaçlayan, modern ekonominin ve standardizasyon sisteminin temel taşlarıdır.

Bununla birlikte, standartlar, teknik düzenlemeler ve uygunluk değerlendirmesi işlemleri çoğu zaman insan sağlığı ve güvenliği gibi meşru amaçların ötesinde ticarete teknik engeller olarak adlandırılan ve uluslararası ticaretin serbest akışını olumsuz etkileyen engellere yol açmaktadır. Uluslararası kabul görmüş standartlardan farklı teknik kriterler belirlenmesi ve gerektiğinden katı test ve belgelendirme işlemlerinin zorunlu kılınması bu alandaki en önemli sorunlardır. Şeffaf bir şekilde kabul edilmeyen ve uygulanmayan bu düzenlemeler ihracatçı firmalar açısından ek külfet ve maliyetlere de yol açmakta ve rekabet edebilirliklerini güçleştirmektedir. İhracatta karşılaştığımız ticarete teknik engellerin önlenmesi, sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması açısından da önemlidir.

Bu kapsamda, T.C. Ticaret Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü internet sayfasında konu ile ilgili ayrıntılı bilgi mevcuttur (<https://teknikengel.gov.tr/>). Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesi, ihracatçılarımızın ticarete teknik engeller alanında yararlanacağı ve etkin olarak kullanacağı temel bir platform olarak yapılandırılmıştır. Bu çerçevede; ihracata konu ülkenin ticarete teknik engeller uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmekte, ihtiyaç duyulan ülke mevzuat ve uygulamaları hakkında ilave bilgiler Bakanlığımızdan talep edilebilmekte ve ihracatta karşılaşılan ticarete teknik engeller interaktif olarak Bakanlığımıza bildirilebilmektedir. Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesine üyelik suretiyle ilgilenilen ülke ve ürün gruplarına ilişkin taslak düzenlemeler e-posta ile günlük olarak gönderilmektedir. Ayrıca, firmalarımız ihracatlarını olumsuz etkileyebilecek diğer ülke düzenlemelerini taslak aşamasında öğrenip yorum yapabilmektedir. Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesine üyelik ücretsizdir.

2. Pazarın Özellikleri

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

Ülkede federal düzeyde fikri mülkiyet ile ilgili yetkili kuruluş **Kanada Fikri Mülkiyet Ofisi (CIPO)** olmakla beraber, bölgesel ve eyalet bazında farklı düzenlemeler de söz konusu olabilmektedir.

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**; talep edildiği takdirde 15 yılın sonunda bu süre 15 yıl daha uzatılabilmektedir.

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

Kanada'da tescilli markasının taklit edildiğini iddia edenler (<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/bsf738-eng.html>) adresinde yer alan **BSF738 Formunu** doldurmak suretiyle Kanada Sınır Hizmetleri Kurumu'na müracaat suretiyle, taklit mallara el konmasını sağlayabilmektedir.

Dağıtım Kanalları

Kanada'da genel olarak ithal ürünlerden elde edilen **toplam kârdan ithalatçının %10, toptancının %30, perakendecinin %30-40 arasında pay aldığı** hesaplanmaktadır. Zincir marketler çoğunlukla ithalattan perakendeye kadar tüm aşamaları kendileri yürütmektedir. Walmart, Costco gibi Kanada'da yaygın ağa sahip ABD merkezli zincir marketlerin, yaş meyve ve sebze ile belirli gıda ürünleri dışındaki dağıtım ve sevkiyat merkezleri ABD'de yer almaktadır. Loblaws, Sobeys, Metro, Canadian Tire, Hudson's Bay gibi Kanada merkezli zincirlerin dağıtım merkezleri ise genellikle Montreal, Toronto ve Vancouver'da bulunmaktadır.

Kanada ticari hayatında özellikle Ortadoğu, Hindistan, Pakistan ve Çin kökenli Kanada vatandaşı olan aracılardan etkinliği göze çarpmaktadır. Dağıtım kanallarını da ellerinde bulunduran bu aracılardan, ürünlerin pazarlanması bakımından sağladığı imkânların değerlendirilmesinde yarar bulunmaktadır.

Marka ve ürünlerini yeterince tanıtan ihracatçıların doğrudan alıcılara ulaşabilmeleri en sağlıklı adım olacaktır. Aracılardan kaynaklanan özellikle ödeme problemlerinden ihracatçılarımız olumsuz şekilde etkilenebilmektedir.

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. Kanada’da perakende satışların en fazla olduğu eyaletler, nüfus ile de orantılı olarak, Ontario ve Quebec eyaletleridir.

Gıda perakende pazarında dikkat çeken bir başka gelişme de gıda dışı satışları bulunanzincirlerin 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 yaklaşık 100 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

2023 yılı itibarıyla Kanada nüfusu ilk defa **40 milyonu aşmış**, nüfus artış hızı yaklaşık %1’dir. Her yıl ortalama 350 bin göçmen alınmakta olup, esasen yaşlanan ülke nüfusunu birinci ve ikinci nesil göçmenler ayakta tutmaktadır. Kanada, özellikle ekonomi ve istihdam odaklı izlediği göçmen politikası ile G7 Ülkeleri arasında nüfusu en hızlı büyüyen ülke konumundadır.

Stats CAN tarafından 2022 Ekim ayından açıklanan verilere göre Kanada’nın toplam nüfusu içerisinde göçmenlerin ve oturma izni almış olanların oranı %23 seviyesine ulaşmış olup, bu oran 1921 yılından beri yakalanan en yüksek oran olarak kayda geçmiştir. Yüksek gelir ve eğitim düzeyine sahip yaşlı nüfusun 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.

Tüketici tercihlerinde dikkat edilmesi gereken en önemli konulardan biri, Kanada’nın **çok kültürlü** yapısıdır. 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. **200’den fazla farklı ülkeden gelen göçmenlerin** bu ülkeye yerleşmesiyle etnik köken, yaşam tarzı ve damak tatları da mevcut kültüre eklenmiştir.

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.

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. Gıda tüketiminde en az sağlık ve lezzet kadar fiyatın da rekabetçi olması önemlidir.

Ülkede artan ve dünya ortalamasının çok üzerinde seyreden obezite nedeniyle, hem kamu

kurumları hem de gıda firmaları, sağlıklı ve organik gıda tüketimini özendirmeye çalışmaktadır. Ofis çalışanlarının önemli bir bölümü, yağlı ve sağlıksız ürünler yerine “**sağlıklı atıştırılmalık**” olarak adlandırılan kuru meyve ve çiğ/kavrulmamış kuruyemiş tüketimine yönelmektedir.

Kanada’da halihazırda **1-1,5 milyon Müslüman** bulunduğu tahmin edilmektedir. Mevcut Federal Hükümetin izlediği göçmen politikası kapsamında, ülkedeki göçmen ve Müslüman sayısı artmaktadır. Müslüman nüfusun önemli bölümü, gıda tüketiminde “**Helal**” sertifikalı ürünleri tercih etmektedir. Türkiye’yi ve Türk ürünlerini yakından tanıyan ve Kanada nüfusu içerisindeki payı gittikçe artan Müslüman topluma yönelik “Helal” sertifikalı ürün ihracatımızda önemli potansiyel olduğu değerlendirilmektedir.

Türk mal ve hizmetlerine ilişkin algı ve bilgi, bahse konu ülkelerle karşılaştırıldığında, genelde orta düzeyde olup sektörler göre değişim göstermektedir. Örneğin, orta ve yüksek teknoloji imalat sektörlerinde Türk malı algısı Çin mallarından daha kaliteli ve nispeten Avrupa menşeli ürünlerden daha uygun fiyatlı olarak değerlendirilmekte olup, Alman ürünlerine göre daha geride yer almaktadır.

Kamuoyu, makine, tekstil ve konfeksiyon, demir-çelik ve yapı malzemeleri, doğal taş gibi ürünlerde ülkemiz menşeli ürünleri kaliteli olarak algılamaktadır. Gıda ve tarım ürünleri konusunda ise İtalyan, İspanyol, hatta Yunan menşeli ürünlerin piyasada kesin bir kalite ve özgünlüğe sahip olduğuna ilişkin bir algı yerleşmiş bulunmaktadır.

E-Ticaret

Tüketiciler giderek artan biçimde çevrimiçi alışverişe yönelmektedir. Çevrimiçi alışverişte özellikle genç tüketiciler akıllı telefonları kullanmaktadır. Kanada internet kullanımının en yaygın olduğu ülkelerden biridir. 2022 yılı verilerine göre, ülke nüfusunun **%99,1’i internet** kullanmaktadır. Kanada’da e-ticaretin perakende ticaret içerisindeki payı **%6,3** düzeyindedir. Kanada’da internette günlük olarak geçirilen zaman 6 saat 26 dakikadır. Geçirilen bu zamanın 1 saat 46 dakikalık kısmı ise sosyal medya platformlarında geçirilmekte olup, hâlihazırda 32,2 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. 2022 yılı Statista verilerine göre, Kanada’da e-ticaret hacmi **82 milyar dolar**; kişi başına düşen yıllık çevrimiçi tüketim miktarı ise **2.844** dolar seviyesindedir. Stat Can verilerine göre nüfusun **%82’si** çevrimiçi alışveriş yapmaktadır. Kanadalı tüketicilerin e-ticaret işlemleri sırasında mobil cihaz kullanım oranı ise **%53’dür**. Ülkede kullanılan en yaygın ödeme sistemleri ise **Paypal, Visa, Interac ve AmazonPay**’dir.

Kanada’da özellikle **Şükran Günü, Halloween, Noel ve Cyber Monday** gibi özel gün ve haftalarda çevrimiçi alışveriş önemli miktarda artış göstermektedir.

Amazon Kanada, Walmart, eBay, Wayfair, Bestbuy, Alibaba, ve Shopify pazardaki e-ticaret liderleridir. Söz konusu platformlar ödeme, pazarlama, nakliye, müşteri hizmetleri gibi alanlarda sundukları hizmetler sayesinde perakende satış yapan işletmelerin ilgisini çekmektedir. Online alışveriş sitelerinde ürünlerini pazarlayan firmalara, söz konusu sitelerce depolama, stoktakip, ambalaj, iade/değişim gibi hizmetler de sunulmaktadır. Sosyal medya, tüketicilerin satın alma kararları üzerinde etkilidir.

Kanada’da yabancı markalar için önemli online pazar yerleri olarak **Amazon, eBay, Walmart,**

BestBuy, Costco, Etsy ve Newegg vb sayılabilir. Bu platformlardan Newegg; bilgisayar teknolojisi ve elektronik ürünlere, ETSY el yapımı ürünlere odaklanan sektöre özel pazarlama platformlarıdır. Ülkede bulunan başlıca **çoklu kanal (Omni channel)** platformları ise **Holt Renfrew, La Maison Simons, Ogilvy, Hudson's Bay, Marshalls, Nordstrom** vb şeklindedir.

Çevrimiçi satışlarda öne çıkan ürün grupları **hazır giyim, bilgisayar ve elektronik, ayakkabı, kişisel bakım ve kozmetik ürünleri, ofis araç gereçleri ve ev dekorasyonu** ürünleridir.

Mevcut durumda Kanada Sınır Hizmetleri İdaresi (CBSA) tarafından çevrimiçi ithal satışlarda gümrük vergisi ve özel tüketim vergisinde eşik değer **16 USD (20 CAD)** olarak belirlenmiştir.

Özel olarak belirtilmedikçe e-ticaret ile ithal edilen ürünlere Alberta, Northwest Territories, Nunavut ve Yukon için %5 oranında sadece "GST"; New Brunswick, Newfoundland and Labrador, Nova Scotia, Ontario ve Prince Edward Island için %13 oranında sadece "HST"; British Columbia, Manitoba, Quebec ve Saskatchewan içinse "GST (%5)" + "Eyalet Vergisi (provincial sales tax-PST)" tatbik edilmektedir.

1 Temmuz 2021 tarihine kadar, Kanada'da yerleşik olmayan çevrimiçi platform operatörleri ve yabancı şirketler, Kanada vatandaşlarına sundukları sanal ürün ve hizmetlerde, Excise Tax Act kapsamında Federal veya Eyalet Vergilerine tabi tutulmamaktayken, bu tarih itibarı ile, söz konusu ürün ve hizmetlerde Kanada vatandaşlarına yapılan **12 aylık satış tutarı 30.000 CAD ve üzeri olan yabancı işletmeler Federal ve Eyalet Vergilerine** tabi tutulmaktadır.

Kanadalı çevrimiçi tüketicilerin %63'ü çevrimiçi sitelerde alışveriş yaparken sepetlerine ekledikleri ürünlerden, iade koşullarından emin olamadıklarında vazgeçtikleri belirtilmiştir. ABD Amazon ve Walmart üzerinden alışveriş yapan tüketiciler, ürünlerin Kanada'da da temsil edilip edilemeyeceğini araştırabilmektedir. Bu durum firmaların Kanada pazarındaki başarısı için "**fulfillment hizmetlerinin**" önemini vurgulamaktadır. Kanada pazarında firmalarımız e-ihracat hacimlerini ve çevrimiçi platformlarda satışlarını artırabilmek için **Shopify Fulfillment Network, Shipbob ve Shipwire** gibi firmaların fulfillment hizmetlerinden faydalanabilirler. Kanadalı tüketici tercihlerini etkileyen bir diğer unsur ise %58 ile hızlı teslimat ve %63 ile esnek teslimat seçenekleridir. Kanada'da hızlı kargo hizmeti veren firmalar **Canadapost, UPS, Fedex ve Puralator** olup **çoklu kanal (Omni channel) platformları** üzerinden satış imkanları da mümkündür.

2022 yılı itibarıyla 34,47 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu da internet kullanıcılarının %90,1'ine tekabül etmektedir. Kullanıcıların en yaygın olarak kullandığı platformlar ise Facebook, Instagram, Twitter ve Pinterest olarak sıralanmaktadır.

Dijital Cüzdan kullanımında ülkede **PayPal** lider durumdadır. **Interac, Google Pay ve Apple Pay** diğer sık kullanılan ödeme sistemleridir. **2022** yılında **Kanadalı tüketicilerin %6,2'si kredi kartı, %4,5'i banka kartı, %42 oranında ise dijital cüzdan ödeme hizmetleri** kullanmaktadır. Çevrim içi ödeme yöntemlerinde ise **%8,5 oranında Paypal, %47 oranında Interac, %2,8 oranında Apple Pay ve %23 oranında Google pay** kullanılmaktadır.

Ülkenin e-ticaret harcamalarının büyük bir kısmı Kanada dışı internet sitelerine gitmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre, Kanadalı tüketicilerin çevrimiçi alışverişlerinin yarısına yakını yabancı pazarlarda yapılmaktadır. Kanada'nın e-ticaret altyapısı son derece gelişmiştir ve Amerika Birleşik Devletleri ile yakından entegre edilmiş durumdadır. ABD şirketlerinin ayrı bir internet sitesi

kurmasına gerek yoktur. Birçok ABD şirketi Kanada işlemlerini mevcut internet sitelerine entegre etmiştir. Kanada'daki işletmelere ve tüketicilere internet üzerinden satış yapan ABD şirketlerinin Kanada gümrük gereksinimlerini ve CAD cinsinden fiyatlandırmayı karşılamak için prosedürleri olmalıdır. Hâlihazırda ücretsiz kargo sahip olunması yalnızca avantaj sağlayan bir nokta değil; aynı zamanda tüketici beklentisi haline gelmiştir. Kanadalı **çevrimiçi tüketicilerin tahmini %84'ü ücretsiz kargo sunan satıcılardan** daha düzenli alışveriş yapmaktadır. Kanadalı tüketiciler, açık karbon azaltma politikalarına ve değerlerine sahip olan şirketlere yönelmekte; **tüketicilerin %46'sı karbon emisyonlarını azaltan işletmelerden daha sık alışveriş yapmayı** tercih etmektedir.

Kanada'da e-ticaret ile ilgili gerek mevzuat gerekse de vergi ile ilgili düzenlemelerde Eyalet bazlı değişen kurallar olması, firmaları eyalet bazında ayrıca araştırma yapmaya zorlamakta ve bu durum ilave çalışma ve maliyet kalemi olarak planlarını etkileyebilmektedir.

Kanada e-ticaret şirketleri son dönemde yükselen e-ticaret alışveriş eğiliminden memnun olurken yabancı e-ticaret şirketleri ile de gittikçe rekabete girmek durumunda kalmışlardır. Kanadalı tüketiciler nezdinde yerli üretilen ürün satın almaya yönelik sosyal medyada yapılan geniş çaplı kampanyalar sayesinde yerli malı, çevre, sağlık, kültür ve istihdam gibi unsurları göz önünde bulunduran ve gelir seviyesi yüksek, bilinçli Kanadalı tüketiciler alışveriş eğilimlerini Kanadalı e-ticaret platformları ve şirketlere güçlü biçimde yönlendirmişlerdir. Kanadalı tüketicilerin sosyal medya platformundan alışveriş yapma eğilimleri de oldukça yüksektir.

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Ülkeye yeni gelen göçmenler tüketici davranışlarının değişmesine neden olmuştur. Bu etki özellikle gıda tüketiminde kendini göstermektedir. Çok sayıda **etnik market** bulunmakta olup, bunların bir kısmı **Adonis, Middle East** gibi zincire dönüşmüştür.

60 yaş ve üzeri tüketiciler ülkede en hızlı büyüyen tüketici segmentidir. Bu grup nüfusun yaklaşık %23'ünü oluşturmaktadır. 2030 yılında bu oranın %29'a yükseleceği tahmin edilmektedir. Bu demografik değişikliğin tüketim profili ve tercihleri üzerinde önemli ölçüde değişiklikler yaratması; örneğin sağlıklı ilgili ürünlere talebin daha da artması ve tasarruf için daha küçük evlerin rağbet görmesi gibi yeni eğilimler ortaya çıkarması muhtemeldir.

Gıda sektöründe **sağlıklı beslenme** eğilimi büyük rol oynamaktadır. Organik, hormonsuz, koruyucu içermeyen, glütensiz vb. sağlıklı gıda ürünlerine yönelik eğilim artarak devam etmektedir.

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

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 pazarına girişte üzerinde durulması gereken önemli bir alandır.

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

Kanada'ya ihracatta yapılacak pazar araştırmaları yalnızca **sektörel bazlı değil aynı zamanda şehir-bölge-alıcı odaklı** olarak düşünülmelidir. Bölgeden bölgeye, şehirden şehre tüketim alışkanlıkları, tüketici beğenileri, satın alma gücü gibi hususlar değişiklik gösterdiği gibi, büyükmarket zincirleri ve toptan satıcıların alım kanallarına girme konusunda ayrıca stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Öte yandan, özellikle Kanada pazarında ülkemiz ürünlerinin imajının üst düzeye çıkartılabilmesini teminen, ihracatçılarımız ve bunların Kanada'da yerleşik alıcıları tarafından **reklam kampanyaları, deneme standları, yiyecek temalı organizasyonlar** ve **davetler** gibi etkinliklerin düzenlenmesinde büyük fayda görülmektedir.

Artan Müslüman nüfus dikkate alınarak, helal gıda konusunda ülkemizin geldiği nokta, sertifikasyon ve standardizasyon konusundaki kabiliyetlerimiz hakkında bilgilendirme yapılmasında yarar görülmektedir.

Kamu İhaleleri

Federal Hükümet tarafından gerçekleştirilmesi planlanan projeler, hizmet veya mal alımı ihaleleri ve teklif veren firmalara ilişkin bilgiler; (<https://buyandsell.gc.ca/>) adresinden duyurulmakta olup (<https://www.merx.com>) adresinden de Kanada'daki kamu ihaleleri takip edilebilmektedir.

3. Önemli Sektörler

Tarım ve Hayvancılık

Dünyada Rusya'dan sonra yüzölçümü bakımından ikinci sırada olan Kanada'da, tarıma elverişli topraklar ülkenin güney sınırı boyunca dağılmış bulunmakta; iklim koşulları nedeniyle diğer bölgelerde tarım yapılamamaktadır. Sınırlı tarım alanına karşılık Kanada, başta buğday olmak üzere dünyanın önde gelen hububat ve bakliyat üreticilerinden biridir. **Kanola başta olmak üzere yağlı tohumlar, hububat, baklagiller, domuz ve dana eti** Kanada'nın başlıca ihraç kalemleridir. Tarım ve gıda sektörünün ekonomiye katkısı **110 milyar Kanada dolarına** yakındır. Sektörde 2,3 milyon Kanadalı istihdam edilmektedir.

Kanada tarım sektörü, son elli yılda 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 arazisi miktarında önemli bir değişiklik olmamasına karşın, verimde önemli ölçüde artış sağlanmıştır. **Saskatchewan, Alberta, Manitoba, Ontario ve Quebec Eyaletleri**, tarım ve hayvancılık üretiminin tamamına yakını gerçekleştirilmektedir. **Ontario** Eyaleti **tavukçuluk, soya, mısır, şeker ve şekerli mamuller**, **Quebec** Eyaleti **süt ve süt ürünleri**, her türlü gıdanın **işlenmesi**, **British Columbia** Eyaleti **deniz ürünleri, kültür balıkçılığı** ve **seracılık** alanında önde gelmektedir.

Kanada İstatistik Kurumu verilerine göre Kanada'nın büyükbaş hayvan varlığı 12,6 milyon, domuz varlığı 14,5 milyon, koyun varlığı ise 1,1 milyondur. Eyaletler arasında Alberta'da toplam sığır varlığı 5,4 milyon, Saskatchewan'da 2,7 milyon, Ontario'da 1,6 milyon olmuştur. Domuz varlığının %80'i Quebec, Ontario ve Manitoba'da; koyun varlığının yarısından fazlası Ontario ve Quebec'te yer almaktadır. Kanada, domuz ve sığır ihracatçısı, koyun ithalatçısıdır.

Tarım ve gıda ürünlerinde önemli bir üretici konumunda bulunan Kanada, özellikle daha sıcak iklimlerde yetişen ürünlere yönelik talebin karşılanması amacıyla düzenli olarak ithalat yapmaktadır. Kanada'nın yaklaşık 11 milyar ABD Doları (%47 Kanada üretimi, %53 ithal) tutarındaki yaş meyve ve sebze sektörünün büyük bölümü ve toplam yaş meyve ithalatının %90'ından fazlasını 400 üyeli **CPMA-Kanada Ürünü Pazarlama Birliği** kontrol etmektedir.

İthalatta genellikle **ABD, Meksika, Orta ve Güney Amerika ülkeleri**, ihracatında ise **Uzakdoğu ve AB ülkeleri** başlıca ticaret ortaklarıdır.

Diğer sanayileşmiş büyük ülkelerin aksine Kanada çiftçileri üretimleri için devletten büyük sübvansiyonlar almamaktadır. Kanada'da çiftçilere yalnızca tabii afet ve kuraklık gibi durumlarda destek verilmektedir. Bununla birlikte, Kanada'da **1960'lardan bu yana, süt ve süt ürünleri, tavuk ve yumurtada** üretim limiti, fiyat tespiti ve ithalat kısıtı bazlı tedarik yönetim sistemi uygulanmakta olup, serbest rekabetin olmadığı ve maliyetin tamamının tüketiciye yüklendiği bahse konu sistemde yaklaşık **16.000 kota sahibi üretici bulunmakta ve yeni üreticilerin piyasaya girişine izin verilmemektedir. Alınip satılabilen üretici kotalarının piyasa değerinin 32 milyar doların üzerinde olduğu** hesaplanmaktadır. Bu sistemi uygulayan G-7 üyesi tek ülke Kanada'dır.

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 çoğunlukla iç piyasaya dönüktür.

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'lük kısmını gerçekleştirmektedir.

Sanayi

Kanada'nın önde gelen sanayi sektörleri, **otomotiv ve yedek parça, telekomünikasyon, uçak ve helikopter sanayii, 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 Kanada şubeleri tarafından yürütülmektedir. 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 kaynaklanan rekabetten olumsuz etkilenmektedir.

Kanada'da en önemli imalat sanayi, güneybatı **Ontario'daki otomotiv** endüstrisidir. Eyalette otomotiv aksam ve parçaları sektöründe bir yoğunlaşma görülmekte olup bu sektör **hem OEM tedarikçisi** hem de **"after market" tedarikçisi** konumundadır.

Buna ilaveten Ontario otomotiv sanayisinin ileride **"yapay zeka ile yönlendirilen araçlar"** ve **"temiz teknoloji ile hareket eden araçlar"** konularında yatırımlarını ve Ar-Ge çalışmalarını yoğunlaştırdığı, paralı bir otoyol olan 407 otoyolunun bir kısmının deneme olarak **"sürücüsüz araç"** geliştirmeye ayrılabilceği planlanmaktadır. Bu endüstri **1965** yılında **ABD** ile imzalanan ve **otomobil, otobüs, kamyon, lastik ve yedek parçaların gümrük vergisiz ithaline imkân veren Auto Pact Anlaşmasının** ardından büyük bir gelişme göstermiş ve NAFTA ile birlikte Kanada'nın en büyük sanayi kolu haline dönüşmüştür.

Ontario, belli başlı **Amerikan** ve **Japon** araba üreticileri ile çok sayıdaki oto yedek parça firmasının bulunduğu bir eyalettir. Ontario'da, Amerikan otomobil endüstrisinin kalbi durumundaki Michigan'dan daha fazla araç üretilmektedir. Otomobil üreticilerinin Kanada'ya olan ilgisinin altında ABD'ye kıyasla daha eğitimli olan nüfus ve nispeten daha düşük işgücü maliyetleri yatmaktadır. Öte yandan, **havacılık ve uzay teknolojisinde "Canadarm" gibi uydu teknolojileri** gelişmelerinin bilhassa Ontario firmaları tarafından gerçekleştirildiği göze çarpan hususlardandır.

100 yılın üzerinde üretim tecrübeleri olan Kanadalı otomotiv firmaları **125.000'den fazla istihdam** sağlamakta, oto sanayi dağıtım ve yan sanayide ilave 380.000 kişi çalışmakta; sektör imalat sanayinin %10'unu, üretime yönelik ticaretin ise %23'ünü oluşturmaktadır. 1.085 firmanın 1.275 tesisinde otomotivle ilgili üretim yapılmakta olup araç imal eden tesis sayısı 20'dir. Yılda 2,4 milyon hususi ve ticari araç üretilmekte, üretimin %85'i ihraç edilmektedir. Üretim tesislerinin **yıllık geliri 107,3 milyar CŞ'a ulaşmıştır**. Kanada'da sayısı 800'ün üzerinde oto yedek parça üretim tesisi bulunmaktadır. KPMG tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Kanada'daki otomotiv üretim tesisleri, ABD'ye göre %8,2, Japonya'ya göre %4,5 daha düşük maliyetle imalat gerçekleştirebilmektedir. Nüfusuna oranla önemli bir iç piyasaya sahip olsa da ülkedeki otomotiv sektörünün **en büyük avantajı** dünyanın en büyük otomotiv pazarlarından biri olan **ABD'ye**

yakınlığıdır. Özellikle Büyük Göller Bölgesi'nin (ABD tarafında; Illinois, Indiana, Michigan, Minnesota, New York, Ohio, Pennsylvania ve Wisconsin, Kanada tarafında; Ontario Eyaleti) otomotiv başta olmak üzere imalat sanayii oldukça entegre olduğundan, hammaddeden nihai ürün haline dönüşene kadar aynı mallar ABD-Kanada arasında birden çok kez giriş-çıkış yapabilmektedir. Kanada-ABD arasındaki **ticaretin neredeyse yarısı bu bölge içerisinde** gerçekleştirilmektedir. 8 ABD ve 1 Kanada Eyaletinin bulunduğu bölgenin nüfusu 107 milyon, nominal GSYİH'sı ise 6 trilyon ABD Dolarının üzerindedir.

Kanada otomotiv sektörünün merkezi Ontario Eyaletinde olup, hafif araç üretiminin %100'ü, sevkiyatların %94'ü buradan yapılmakta, sayısı 400'ün üzerinde tesis Ontario'da bulunmakta; diğer yandan Quebec (kamyon-otobüs-elektrikli araçlar), Manitoba (otobüs) ve British Columbia'da (yakıt pili) da üretim tesisleri bulunmaktadır. Ontario Eyaleti, dünyanın önde gelen 5 otomobil üreticisi olan **Honda, Toyota, Ford, General Motors ve Stellantis** şirketlerinin araç üretim tesislerinin bir arada bulunduğu Kuzey Amerika'daki tek nokta olma özelliğine sahiptir.

Kanada, **elektrikli ve otonom araç teknolojileri** konusunda son dönemde önemli yatırımlar almaktadır. **BlackBerry/QNX, Linamar, Apple, ABB, Ford ve General Motors** son dönemde ar-ge merkezleri kurarak otonom araç teknolojileri konusunda Kanada'da önemli yatırımlar gerçekleştirmiştir. Söz konusu yatırımlar ile Ontario, **sayıları 19.000'i geçen start-up firmalar ile Silikon Vadisinden sonra** otomotiv sektörü ile ilgili bilgi-iletişim alanında en büyük küme haline gelmiş ve **yapay zeka teknolojisini otomotiv sektörüne entegre etme** konusuna odaklanmıştır.

2020 ve 2021 yılları içerisinde Kanada'da başlıca otomotiv üreticisi büyük firmalar tarafından **elektrikli araç üretimi** için toplamda **4,45 milyar C\$** değerinde yatırım gerçekleştirilmiştir. Kanada, batı yarım kürede **elektrikli batarya üretimi için gerekli minerallere** en fazla sahip olan ülkedir. 2025 yılı itibarı ile Kanada'nın elektrikli batarya hammadde üretiminde **dünyanın üçüncü en büyük ülkesi** olması öngörülmektedir. Kanada **lityum iyon batarya arz tedarikinde dünyada dördüncü** sıradadır.

Kanada Hükümeti'nin "**Pan-Canadian Framework on Clean Growth and Climate Change**" adlı program çatısı altında **2050** yılına kadar karbon salınımını sıfıra indirme şeklindeki hedefi doğrultusunda, sıfır karbon salımlı araç (Zero-Emission Vehicles-ZEV) üretimi ile bataryalı elektrikli araç (Battery-Electric Vehicle-BEV) üretimi Federal Hükümet tarafından özel olarak desteklenmektedir. Bu çerçevede, Kanada Hükümeti, 2022 Bütçesi kapsamında sıfır-emisyon araç üretimini teşvik amacı ile "**Incentives for Zero-Emission Vehicles Program**" adlı **1,7 milyar C\$** değerinde bir destek programı açıklamıştır. Hükümet ayrıca, **900 milyon C\$** değerinde ilave bir destek paketi açıklarak **50.000 adet "sıfır emisyon araç şarj istasyonu"**nun Kanada'nın mevcut istasyon ağına eklenmesini hedeflemiştir. 2022 Bütçesi kapsamında ayrıca Hükümet, Kanada'nın ilk "**Kritik Mineraller Stratejisinin (Critical Minerals Strategy)**" geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi hedefi ile **3,8 milyar C\$** değerinde bir destek programı açıklamıştır. Kanada Hükümeti 2022 yılında, Ontario Eyaleti Alliston'da yer alan **Honda Canada** fabrikasının üretim bandının yeni nesil **hibrit elektrikli araçları** (2023 CR-V Hybrid crossover) üretecek şekilde yeniden düzenlenmesi ve gerekli teknolojik dönüşümün sağlanmasını desteklemek amacı ile Federal ve Eyalet düzeyinde toplam **C\$131,6 milyon** değerinde yatırım yapma kararı almıştır. Ayrıca **Volkswagen**, bağlı şirketi "PowerCo" şirketi kanalı ile, denizaşırı **ilk batarya üretim fabrikasını** Ontario'da kurma kararı almıştır.

Kanada'nın diğer önemli eyaleti olan **Quebec**, **uzay** ve **havacılık** sektöründe ABD'nin Seattle ve

Fransa'nın Toulouse şehirleriyle birlikte **dünyanın en önemli merkezlerinden biri** olarak kabul edilmektedir. Eyalet, dünyada uzay ve havacılık endüstrisi alanındaki istihdam bakımından beşinci sırada; satışlar bakımından ise ABD, Fransa, Almanya, İngiltere ve Japonya'nın ardından altıncı sırada yer almaktadır. Ayrıca **Kanada Uzay Ajansı'nın genel merkezi de Quebec'te** bulunmaktadır. Uzay ve havacılık endüstrilerinin yanı sıra **ilaç sanayi, biyoteknoloji ve bilgi teknolojileri gibi yüksek teknoloji sektörleri** de önemli sanayi sektörleri arasında bulunmaktadır.

Sanayi sektörlerinde verimliliğin artması, hizmetler sektörünün daha hızlı büyümesi, piyasanın belirsiz yapısına bağlı olarak Kanada'da sanayi sektöründeki istihdam son yıllarda azalma eğilimindedir.

Hizmetler

Hizmetler sektörü, ülkenin GSYİH'sının yaklaşık %70'ini oluşturmakta ve işgücünün %78'ini istihdam etmektedir. En dinamik **sektörler telekomünikasyon, finansal hizmetler, gayrimenkul, internet ve havacılık mühendisliğidir**. Bununla beraber, en fazla istihdam perakende sektörü tarafından sağlanmaktadır.

Toronto ülkenin finans merkezidir. Kanada'nın önde gelen bankalarının, sigorta şirketlerinin, holdinglerin, emeklilik fonlarının ve borsanın merkezi Toronto'da yer almaktadır.

Kanada, Bilgi İletişim Teknolojisinde 2020 yılında 230 milyar C\$ gelir elde etmiş; GSYİH'ye 96,8 milyar C\$ değerinde katkı sağlamıştır. 44.001 şirketin faaliyet gösterdiği sektör, 9,3 milyar C\$ mal ihracatı ve 17,3 milyar C\$ hizmet ihracatı gerçekleştirmiştir. Sektörün gerçekleştirdiği ihracatın %68,7'si ABD'ye, %13,4'ü Asya-Pasifik Ülkelerine, %9'u AB'ye yönelmiştir. Sektörde ar-ge için yapılan harcama 8 milyar C\$ olup, çalışanların %62,2'si üniversite mezunudur.

Yapay Zeka alanında **start-up** firmalarının dünyada en büyük kümelenme merkezi **Ontario** Eyaletinde; bu alanda **akademik merkezlerin** dünyada en büyük toplanma merkezi ise **Quebec** Eyaletinde gerçekleşmiştir. **Google, Microsoft, Facebook, IBM, Accenture, Fujitsu, Samsung, Thales** gibi büyük ölçekli uluslararası teknoloji firmalarına ev sahipliği yapan Quebec Eyaletinde bilgi iletişim teknolojisi ve yapay zeka alanında 210.000 kişi istihdam edilmektedir. **Video oyunları** sektöründe **dünya çapında beşinci sırada** bulunan; bilgi iletişim teknolojileri ve yapay zeka alanında üniversite araştırmaları için yıllık 1 milyar C\$ tahsis eden Quebec Eyaleti; **yapay zeka** alanında 2016 yılından beri yaklaşık **3 milyar C\$** yatırım gerçekleştirmiş, 19.500 kişiye istihdam sağlamış, 13 bin öğrenci ve 600 araştırmacı ile yapay zekada **dünyanın en büyük akademik merkezi** haline gelmiştir.

Eğitim ve sağlık sektörleri Kanada'nın en büyük iki sektörü olmakla birlikte, her ikisi de ağırlıklı olarak kamu eliyle yürütülmektedir. **Kanada, ABD ve İngiltere'den sonra en fazla yabancı öğrenci çeken ülkedir**. Öğrencilerin bir kısmı dil eğitimi, bir kısmı da üniversite eğitimi için Kanada'yı tercih etmektedir.

Doğal güzellikleri, açık hava faaliyet imkânları 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. Ülkeye gelen yabancı turistler içinde ilk üç sırayı ABD, İngiltere ve Çin

almaktadır.

Kanada müteahhitlik sektörü, dünyanın en hareketli pazarlarından biridir. Kanada, IMF hesaplamalarına göre 2022 yılı itibariyle **US\$2,22 trilyon** GSYİH'sı ile dünyanın en büyük 8'inci ekonomisidir. Müteahhitlik sektörü, yaklaşık **US\$141 milyar** ile Kanada ekonomisinin yaklaşık %7,5'ini oluşturmakta ve 1,6 milyon kişiye istihdam yaratmaktadır. Müteahhitlik faaliyetleri, sırasıyla **Ontario, Quebec, British Colombia ve Alberta**'da yoğunlaşmaktadır. Kanada'da inşaat sektörünün önemli bir bileşeni olan altyapı harcamaları, 2020 yılında 86,6 milyar Kanada doları iken, 2021 ve 2022 yıllarında sırası ile 94,07 milyar ve 112,108 milyar Kanada dolarına yükselmiştir. Altyapı harcamalarındaki artışta özellikle kurumsal bina, ulaştırma mühendisliği, iletişim ağı ve elektrik güç santrali projelerinde yaşanan artış etkili olmuştur.

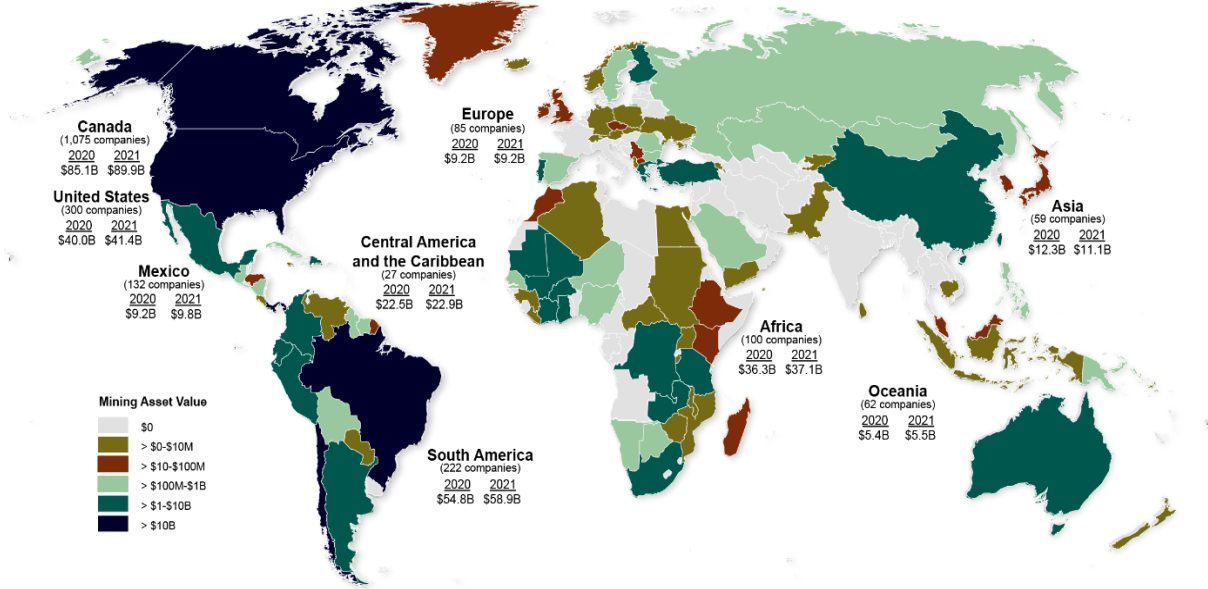
Ekonomik büyümeyi teşvik etmek amacıyla, 2016 yılı Kasım ayında, Kanada Federal Hükümetince 2017-2027 dönemi için 180 milyar Kanada doları tutarında 10 yıllık yatırım planı açıklanmıştır. 2018 yılında söz konusu tutar, 186,7 milyar dolar olarak revize edilmiştir. Anılan kaynağın büyük bölümünün, enerji ve ulaşım gibi alanlarda büyük çaplı projelerde, kalan kısmının ise çocuk bakımı merkezleri, hastane binaları, düşük maliyetli konutlar, kırsal bölgelerdeki yolların ve dijital altyapının yenilenmesinde kullanılması hedeflenmektedir.

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 bulunmakta beraber toplam madencilik faaliyetlerinin %90'lık kısmı **British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Ontario, Quebec ve Northwest** bölgelerinde gerçekleştirilmektedir. 2021 yılı verilerine göre toplamda **1.412 Kanadalı şirketin 285,8 milyar C\$** değerinde madencilik ve yer altı kaynakları varlıkları bulunmaktadır. Bunun yanında, **748 Kanadalı şirketin 195.9 milyar C\$'lık** varlığı ise ülke dışındaki madencilik ve yer altı kaynaklarından oluşmaktadır.

Ülke ekonomisinin %5'ini oluşturan madencilik sektörü GSYİH'ye **109 milyar C\$** katkı yapmakta; doğrudan ve dolaylı toplam **719.000 Kanadalıya** istihdam sağlamaktadır. En fazla üretilen ve ihraç edilen madenler sırasıyla; **altın, potasyum klorit, bakır, nikel, demir ve elmadır**. Madencilik yatırımları cazibesi bakımından **Saskatchewan ve Quebec Eyaletleri**, küresel çapta ilk 10'da yer alırken **Ontario** 12. sırayı almıştır. Dünyada madencilik alanında faaliyet gösteren halka açık firmaların yarısı Toronto Borsasına kotedir. Sektöre yapılan **yabancı yatırım stoku 10 milyar C\$'ın** üzerindedir. Zengin mineral ve metal rezervleri, gelişmiş finans kuruluşları, yer bilimlerinde derin tecrübe ve teknoloji kullanımı, yabancı yatırımcıların dikkatini çekmektedir. Son dönemde Kanada'da ABD merkezli the Mosaic Company potasyum madeni, Güney Afrika merkezli De Beers elmas madeni ve Brezilya merkezli Vale firması nikel-kobalt-bakır zenginleştirme yatırımı gerçekleştirmiştir.

**KANADALI ŞİRKETLERİN DÜNYADAKİ MADENCİLİK
VE YER ALTI KAYNAKLARI VARLIKLARININ DAĞILIMI - 2021**
(Kaynak: Natural Resources Canada; M milyon, B milyar)



ABD’li petrol rafinerileri, Kanada’dan ağır ham petrol ithal etmekte olup Kanada’da üretilen petrolün yaklaşık %80’i ABD’ye ihraç edilmektedir. Kanada, **dünyanın en büyük potas ve ikinci büyük uranyum üreticisi** olmasının yanı sıra **nikel, çinko ve asbestte dünyada** ön sıradadır. Ülke bunların yanı sıra **bakır, kadmiyum, alüminyum, tuz, altın ve kobalt** gibi çok sayıda mineralin **en büyük üreticilerindedir**. 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. **Elektrikli batarya** üretimi için gerekli **kritik minerallerin** tamamı Kanada’da bulunmakta olup, bu alanda hammadde üretimi bakımından **2025 yılında dünya genelinde üçüncü sırada** konumlanması beklenmektedir.

USMCA hükümlerinden yararlanabilmek için otomotiv sanayinde Kuzey Amerika menşeli alüminyum kullanımı zorunluluğunun, büyük rezervlere sahip Quebec Eyaletinde alüminyum yatırımlarını artıracığı tahmin edilmektedir.

Kanada’nın madencilik sektöründeki bilgi birikimi ve ileri teknolojisi, Kanadalı madencilik firmalarının yurtdışına açılmalarını sağlamış olup özellikle altın madenciliğinde pek çok Kanadalı firma yurtdışında faaliyet göstermektedir.

Enerji

Zengin **petrol, doğal gaz, kömür ve uranyum** rezervlerine sahip olan Kanada **dünyanın üçüncü büyük doğal gaz ve altıncı büyük ham petrol üreticisidir**. Başta **Kuzey Alberta** bölgesindekiler olmak üzere ülkenin toplam petrol rezervlerinin 180 milyar varil düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Alberta dışındaki önemli rezervler arasında **British Columbia ve Saskatchewan**

bölgeleri sayılabilir. Kanada'nın toplam ihracatının yaklaşık %15'i ham petrol satışlarından oluşmaktadır.

Gerek ülke topraklarının büyüklüğü ve zor iklim koşulları, gerekse yüksek sanayileşme düzeyine bağlı olarak, net kişi başına enerji tüketimi bakımından Kanada, dünyanın en büyük tüketicileri arasındadır. Buna rağmen, enerji fazlası verilmekte olup başlıca ihraç pazarı ABD'dir.

Kanada'nın toplam elektrik ihtiyacının **%60'ı hidro enerji, %14,9'u nükleer, %9'u doğal gaz, %9'u kömür, %5'i ise rüzgar ve güneş** enerjisiyle karşılanmaktadır. **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 yüksek enerji ihtiyacı olan endüstrilerin kümelenmesine imkân sağlamıştır.

Nükleer enerji sektörü **6 milyar dolar gelir** yaratmakta ve **60 binden fazla** Kanadalıya doğrudan veya dolaylı olarak istihdam sağlamaktadır. Sektörde 200'e yakın Kanadalı firma faaliyet göstermektedir.

4. Pazarda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar ve Diğer Bilgiler

İş Kültürü

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 Kanada’ya dünyanın dört bir tarafından çalışmak ve yerleşmek üzere gelen yabancılar da bu kültürel çeşitliliği büyütmektedir.

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.

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. Quebec Eyaletinin en büyük, Kanada’nın ikinci büyük şehri Montreal’de, İngilizce iletişim kurulmasında sorun yaşanmamakta, ancak Fransızca konuşulması tercih ve takdir edilmektedir.

Diğer taraftan, ülkede yerleşik farklı etnik ve kültürel gruplar arasında 200’den fazla farklı yerel dil konuşulmakta olduğu tahmin edilmektedir. Bununla beraber, muhatap olunan Kanada vatandaşlarına, kendi ifade etmediği sürece etnik kimliğinin sorulması hoş karşılanmamaktadır.

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

Ülkemiz ile Kanada arasındaki mevcut ticaret hacmi her yıl büyümekle birlikte, iki ülkenin sahip olduğu ticari potansiyeli yansıtmamaktadır. Bu durum öncelikle Kanada’nın ABD ile olan coğrafi, kültürel, siyasi, ekonomik ve ticari anlamdaki yakınlık ve işbirliğinin yol açtığı yapısal bir sonuçtur. Bir başka ifadeyle bütünleşmiş haldeki bu yapıya, başka ülke tedarikçilerinin ve dolayısıyla ülkemiz ihracatçılarının girmesinin bu açıdan bazı güçlükleri vardır.

Ancak son yıllarda Kanada’nın ABD ile olan ticaret hacminde görülen düşüşün ve buna karşılık diğer ülkeler ile olan ticaretinin artmaya başlamasının, ihracatçılarımızın değerlendirilmesi gereken bir gelişme olduğu düşünülmektedir. İhracatçılarımızın, ABD ve Kanada pazarlarının yakınlık ve benzerliklerinden faydalanarak, ABD’ye dönük pazara girişi stratejilerini Kanada pazarını da dikkate alan bir çerçeve 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 avantaj olabilmektedir.

Kanada'da genelde oturmuş geleneksel ticari bağlantılar ABD'li firmalarla yapılmış olduğu için özellikle NAFTA dışındaki ihracatçılar ile yeni ilişki tesisinde güven sorunu yaşanabilmektedir. Bu bakımdan Kanadalı ithalatçıların büyük bölümü, tek seferlik ticaret yerine istikrarlı ve düzenli bir şekilde ihtiyaçlarını karşılayabilecek tedarikçileri tercih etmektedir. Kanadalı alıcılar alım kararlarını genellikle uzun vadelerde almakta ve bir firma ile hemen yüksek miktarlarda ticarete girmemektedir.

Bu sebeple Kanadalılar, firmalarımızın daha önceki ihracat tecrübelerine, Kuzey Amerika'da herhangi bir bayisinin veya varlığının bulunup bulunmadığına, sertifikalarına, üretim kapasitelerine, dağıtım kanallarına, sevkiyat şekillerine dikkat etmektedir.

Ayrıca, Kanadalı alıcıların önemli kısmı, e-posta ile katalog inceleyerek sipariş vermek yerine, fuarlarda veya benzer etkinliklerde ya da depoları, showroomları ziyaret ederek, ithal edecekleri malı fiziki olarak görmek istemektedir.

Bu itibarla, ticari ilişkinin kurulması sürecinde ihracatçılarımızın sabırlı olmasında, uzun vadede temasın sürdürülmesinde, numunelerin gönderilmesi ve sözleşme akdi konusunda hassasiyet gösterilmesinde yarar bulunmaktadır. Firmalarımızın Kanada'da önemli merkezlerde depo ve/veya showroom tesisi yoluna gitmesi, Kanadalı alıcıların, ticari ilişkinin uzun vadeli olacağına ilişkin güvenin kurulması açısından son derece yararlı olmaktadır.

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

Eyalet bazında farklılıkların bulunması ve farklı yasaların da uygulanması nedeniyle, bu ülkeye

ihracat yapmak isteyen ihracatçılarımızın eyalet bazlı yasal düzenlemeleri dikkate almaları gerekmektedir.

Ticari Tanıtım Etkinlikleri

Kanada'da tek seferlik görüşme ile ticari bağlantı kurma ihtimali düşük olduğundan, ticari tanıtım etkinliklerine sabırlı ve düzenli biçimde ve doğru tanıtım stratejisi ile katılım büyük önem arz etmektedir. İş heyetlerimizin, danışmanlık ve eşleştirme firmaları yerine ticaret odaları gibi yerel kuruluşlarla çalışmasında; Kanada'da buldukları sürede maksimum düzeyde networking yapmalarında; tamamlayıcı hizmet alımında ve danışmanlık firması seçiminde Kanada'daki temsilciliklerimizin tecrübelerine başvurulmasında fayda görülmektedir.

Kanada iş kültürü açısından salt B2B odaklı iş insanları heyeti organizasyonlarına ilgi oldukça sınırlı düzeyde kalmaktadır. Bu nedenle B2B odaklı heyetlerin başarı oranının oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bu minvalde, ülkemizden Kanada'ya yönelik iş insanları heyeti organizasyonlarında B2B heyet odağından ziyade, ülke genelinde düzenlenen önemli ticari tanıtım etkinlikleri veya konferanslar ile eş zamanlı olacak şekilde bir heyet planlanması yapılması, beklenen verimin elde edilebilmesi bakımından, önemli fayda sağlayacaktır. Söz konusu ticari tanıtım etkinliklerinde ilgili İhracatçı Birliği/Oda/Organizatör tarafından bir stant kiralanması ve yapılacak görüşmelerde bu standın temas noktası olarak kullanılması da ilave fayda sağlayacaktır. Bu sayede, B2B etkinliklerinin yanı sıra katılımcılar için Kanada'da ilgili sektörün önemli isimlerinin bir araya geldiği tanıtım etkinliğine ve fuarlara katılma ve temaslar sağlama fırsatı doğabilecek; B2B'lere olan sınırlı ilgi bir ölçüde telafi edilebilecektir.

Kanada'da önemli ticari tanıtım ve iş insanları etkinlikleri genellikle ülkenin en büyük şehirleri olan Toronto, Montreal ve Vancouver'da gerçekleştirilmekte olup, her yıl ülke genelinde düzenlenen önemli tanıtım etkinliklerine ait listeler ilgili firmalarımız ve sektör kuruluşlarımızın istifadelerine sunulmaktadır. Söz konusu etkinlikler odağında sektörel açıdan heyet planlamaları yapılması yerinde olacaktır.

Ottawa şehrinin başkent olması nedeni ile özellikle savunma sanayi, siber güvenlik, kamu ihaleleri, kamu müteahhitlik ve yatırım projeleri gibi iş süreçlerinde kamusal yönün ağırlıklı olduğu türden sektörleri hedefleyen firmalarımızın konumlanmaları açısından tavsiye edilmektedir. Satış ve pazarlama odaklı iş modelini benimseyen işletmelerimiz açısından ise sahip oldukları güçlü altyapı, dağıtım ve lojistik kanalları ile potansiyel müşteri kitlesi bakımından Toronto, Montreal ve Vancouver şehirlerine odaklanması yerinde olacaktır.

Para Kullanımı

Kanada'nın para birimi Kanada dolarıdır. 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 dolardır. 2, 5, 10, 50 ve 100 dolarlık banknotlar da tedavüdedir. Ülkede alışveriş kredi kartıyla, kira, maaş, vb. ödemeler ise genellikle çekle yapılmaktadır. Kripto para birimleri de yaygın olup, çok sayıda kripto para ATM'si kullanılmaktadır.

Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi Uygulaması

Umuma Mahsus Pasaport, Diplomatik, Hizmet ve Hususi Pasaport hamili vatandaşlarımız vizeye tabidir. Vize başvuruları Kanada'nın Ankara Büyükelçiliği'ne veya İstanbul Başkonsolosluğu'na şahsen, posta yoluyla (kurye/kargo) ya da yetki verilmiş başka kişiler aracılığıyla yapılabilmektedir.

Vize başvurularının seyahatten en az iki ay önce yapılmasında fayda bulunmaktadır. Vize başvuru formlarında başvuru sahibinin seyahat amacını ve finansal durumunu sorgulayan türden soruların titizlikle, dikkatli biçimde ve gerekli özen gösterilerek doldurulması büyük önem arz etmektedir. Zira Kanada'daki etkinliklere katılım sağlamak üzere son dönemlerde iş insanlarımızca yapılan vize başvurularında "red" sayısında artış görülmekte ve gerekçe olarak da bu iki husus öne sürülmektedir.

Öte yandan, 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 yarar görülmektedir.

Diğer taraftan, ülkemize seyahat eden Kanada vatandaşları için resmi pasaport hamilleri vizeye tabidir. Umuma mahsus pasaport hamili Kanada vatandaşları ülkemize yapacakları turistik amaçlı seyahatlerde her 180 günde 90 gün süreyle vizeden muaftır.

Resmi Tatiller (milli gün vb) ve Mesai Saatleri

Ülkede haftalık çalışma saatleri 35-40 saat arasındadır. Mesai genellikle saat 09:00'da başlamakta 17:00'de sona ermektedir.

Tablo-2: Resmi Tatiller

1 Ocak	Yılbaşı
10 Nisan	Kutsal Cuma
25 Mayıs öncesi son Pazartesi	Victoria Günü
1 Temmuz	Kanada Günü
3 Ağustos	Kent Bayramı
7 Eylül	İşçi Bayramı
Ekim ayının ikinci Pazartesi günü	Şükran günü
11 Kasım	Anma Günü
25-26 Aralık	Noel tatili

Kaynak: Kanada Maliye Bakanlığı

Bu resmi tatillerin yanı sıra eyaletlerde farklı tatil günleri olabilmektedir.

Yerel Saat

Kanada'da yaz saati uygulaması yapılmaktadır. Ülkenin coğrafi genişliği nedeniyle 6 farklı zaman dilimi uygulanmaktadır. Atlantik kıyıları ile Pasifik kıyıları arasında 4,5 saat fark bulunmaktadır.

Ülkenin en büyük şehirleri olan Toronto, Montreal ve başkent Ottawa ile ülkemiz arasındaki saat farkı, Mart ayının ikinci Pazar günü ile Kasım ayının ilk Pazar günü arasındaki dönemde, bir başka ifadeyle yaz döneminde 7 saat, kış döneminde 8 saattir. Bir diğer büyük şehir Vancouver ile ülkemiz arasındaki fark yazın 10, kışın 11 saattir.

5. Şirket Kuruluşu ve İş Yapma ile ilgili Bilgiler

Şirket Türleri

Kanada’da üç temel şirket türü bulunmaktadır:

1. Şahıs İşletmeleri (Sole Proprietorships): Bir kişinin sahibi olduğu, dolayısıyla tüm borç ve yükümlülükler ile gelirin tamamen sahibine ait olduğu basit şirketlerdir.

Avantajları:	Dezavantajları:
<ul style="list-style-type: none">• Kolay ve düşük masrafla kurulabilir olması,• Yasal yükümlülüklerin sınırlı olması,• Karar alma mekanizmasının sahibine ait olması,• Düşük işletme sermayesi ile işin başlatılabilmesi,• Vergi avantajları (zararın kişisel gelirden düşülebilmesi, karın düşük olması halinde vergi dilimi avantajları gibi)	<ul style="list-style-type: none">• Sahibinin sınırsız sorumluluk taşıması (işletme borçlarında kişisel varlıklar da risk altındadır),• Yüksek karlılıkta, yüksek vergi dilimine girme ihtimalinin bulunması,• İşin devamlılığının, işletme sahibinin devamlılığına bağlı olması,• Sermaye temininde zorluklarla karşılaşılabilmesi.

2. Ortaklıklar (Partnerships): Birden fazla kişinin bir araya gelerek kurmuş olduğu şirketlerdir. Bu tür şirketlerde ortaklar, mali kaynakları ile kişisel yetkinliklerini bir araya getirmektedir. Ortaklar, bir avukat yardımıyla “ortaklık anlaşması” yaparak kar, zarar ve diğer konularda sorumluluklarının sınırlarını belirleyerek kendilerini koruma altına alabilir.

Avantajları:	Dezavantajları:
<ul style="list-style-type: none">• Kuruluşunun basit olması,• İş yeri açma maliyetinin ortaklar arasında pay edilmesi,• Yönetim, kar ve varlıkların paylaşımının sözkonusu olması,• Vergi avantajlarının bulunması.	<ul style="list-style-type: none">• Şahıs işletmesinde olduğu gibi işletme ile şahıs arasında hukuki farklılık bulunmaması,• Ortakların sınırsız sorumluluk taşıması,• Ortak bulunmasında güçlüklerle karşılaşılabilmesi,• Ortaklardan biri tarafından alınan kararın diğer ortağı etkilemesi.

Ortaklıklar, genel ortaklıklar, sınırlı ortaklıklar veya beyan edilmemiş ortaklık (undeclared partnership, sadece Quebec Eyaletinde tanınmaktadır) gibi alt gruplara ayrılmaktadır.

3. Sermaye Şirketleri (corporations): Sermaye şirketleri, federal veya eyalet düzeyinde kurulabilmektedir. Bu şirketler hukuki olarak tüzel kişilik kazanırlar. Kanada’da en yaygın şirketleşme türüdür. Bu işletmelerin hisse sahipleri, işletmenin borçlarından, yükümlülüklerinden ve işletmenin aldığı karar ve uygulamalardan şahsen sorumlu olmamaktadır.

Avantajları:	Dezavantajları:
<ul style="list-style-type: none"> • Sınırlı sorumluluk, • Sahipliğin el değiştirebilmesi, • Şirket varlığının kişilere bağlı olmaması, • Tüzel kişiliğe sahip olması, • Kolay sermaye temin edebilmesi, • Vergi avantajları bulunması. 	<ul style="list-style-type: none"> • Yasal olarak sıkı denetim, • Kuruluş maliyetinin yüksekliği, • Kapsamlı kayıtların gerekliliği (toplantı tutanakları vs.), • Devlete yıllık rapor dosyası verilmesi, • Müdürlerin ikametgâhı ile ilgili muhtemel problemler, Kanadalı olmaması veya başka bir eyalette ikamet etmesi halleri

Diğer taraftan, yukarıda sıralanan temel şirket yapılanmasından türetilmiş olan şirketler de bulunmaktadır: **Joint ventures, branch office ve subsidiary.**

Şirket Kurma Prosedürü

Şirket kuruluşuna ilişkin kurallar, şirketin türü ve bulunduğu eyalete ve hangi düzeyde kurulacağına göre (federal, eyalet veya bölge) değişiklik gösterebilmektedir.

Şahıs işletmeleri ve ortaklıklar ile ilgili düzenlemelerde, eyalet ve bölge kanunları geçerli olup, şirketin kurulacağı eyaletin kurallarının incelenmesi gerekmektedir. Şahıs işletmesi veya ortaklıkların kurulmasında;

- Şirket isim kaydının yaptırılması (aynı isimde başka şirketin bulunup bulunmadığının araştırılması, şirket adresi, sahibinin kimlik bilgileri, temas bilgileri, kayıt ücreti, vb.),
- Diğer izin, lisans, kayıt veya sertifikaların temin edilmesi,
- Şirket isim kaydının 5 yılda bir yenilenmesi, gerekmektedir.

Sermaye şirketlerinin, federal, eyalet veya bölge düzeyinde kaydı zorunludur. Doğal olarak, vergi bakımından **Kanada Gelir İdaresine de kayıt yaptırma zorunluluğu** bulunmaktadır. Sermaye şirketlerinin federal düzeyde kurulmasına ilişkin temel mevzuat, Kanada Şirketler Kanunudur (Canada Business Corporation Act). Bu şirketlerde, direktörlerin %25'inin Kanadalı olma şartı bulunmaktadır. Direktör sayısının 4 kişinin altında olması halinde en az bir kişinin Kanadalı olması gerekmektedir. Ofiste çalışanlar açısından Kanadalı olma zorunluluğuna dair bir oran bulunmamaktadır.

Öte yandan, **British Columbia, Alberta, Quebec, Nova Scotia ve New Brunswick** Eyaletlerinde bu zorunluluk bulunmamakta olup, Temmuz 2021'de **Ontario Business Corporations Act**'de yapılan bir düzenleme ile **Ontario Eyaleti** de bu zorunluluğu kaldırmıştır. Bunun yanında, Kanada'da şirket sahipliğine ilişkin kısıtlamaların olduğu havacılık ve telekomünikasyon gibi sektörlerde ve kitap perakende satışı, video veya film distribütörlüğü gibi belirli kültürel hizmetler sunan sektörlerde iştiğal eden şirketlerin direktörlerinin çoğunluğunun Kanadalı olma şartı bulunmaktadır.

Sermaye şirketlerinin federal düzeyde kurulması için aşağıdaki bilgi/belgelere gerek duyulmaktadır:

- Şirket ana sözleşmesi,
- Ofis adresi ve ilk Yönetim Kurulu Formu,
- 250 Kanada Doları işlem ücreti (çevrimiçi kayıtta 200 Kanada doları),
- NUANS raporu (şirket isminin başka bir isimle çakışmadığına dair rapor, 90 gündeneski olmamalıdır)
- Şirket isim bilgi formu.

Joint ventures-Ortak girişimler, sözleşme bazlı olarak iki veya daha fazla özel/tüzel kişinin, birticari girişime mal, hizmet ve sermaye katma noktasında mutabık kaldıkları özel durumları tanımlamaktadır. Kanada'da bu tür girişimleri düzenleyen bir kanun bulunmamaktadır. Dolayısıyla, özel kişiler arasında yapılan sözleşme, taraflara hukuki anlamda sorumluluk yüklemektedir.

Yabancı Bir Şirketin Kanada'da Yapılanması (Extra-provincial Corporations from Outside Canada)

Yabancı bir şirket, **subsidiary** (yabancı şirketin sahipliğinde Kanada'da kurulan yeni bir şirket) veya ana şirketin **şubesi** (yabancı şirketle aynı isim altında Kanada'da kurulan şirket) olmak üzere iki şekilde yapılabilmektedir.

"Subsidiary" kurulması halinde, **şirket faaliyetlerinden doğan kar ve zararlar Kanada ile sınırlı** kalmaktadır. Bir yabancı şirketin Kanada'da *subsidiary* kurması için gerekli şartlar ile Kanada'da sermaye şirketlerinin kurulması için gerekli şartlar aynıdır. Şirket federal düzeyde kurulsa bile, kurulduğu Eyaletin kanun ve kurallarını yerine getirmesi gerekmektedir (kayıt, izinler ve gelirlerin bildirilmesi gibi).

Şube açılması halinde ilk kurulum maliyetleri ve başlangıç kayıplarının, vergi amacıyla ana şirket gelirlerinden düşülmesi mümkün bulunmaktadır. Öte yandan, şubelerin Kanada'daki mali yükümlülükleri ana şirkete yansımaktadır. Yine şube kurulması halinde şirket müdürlerinin %25'inin Kanadalı olma zorunluluğu bulunmamaktadır (Quebec ve British Columbia hariç). **Şubelerin karlarının ana şirketin bulunduğu ülkeye transferinde %25 oranında stopaj vergisi (withholding tax) tahsil edilmektedir.**

Yabancı bir şirketin Ontario Eyaletinde bir şube açmak istemesi halinde aşağıdaki belgelerle birlikte, **Companies and Personal Property Security Branch**'e müracaat etmesi gerekmektedir:

- Lisans Formu (Form1), iki nüsha;
- Bir temsilcinin atandığına dair form (*Appointment of Agent for Service*)
- (Form 2), iki nüsha;
- NUANS şirket isim raporu;
- İlgili ülke yetkililerince imzalanmış tasdiklenmiş *"An original Certificate of Status"* (şirket unvanı, kuruluş tarihi, tescil yeri, faaliyete devam edip etmediği),
- 330 Kanada Doları kayıt ücreti
- Kapak yazısı, isim, adres ve telefon numarası.

Satış Temsilciliği ve Distribütörlük:

Satış temsilciliği veya distribütörlük verilirken aşağıdaki hususların göz önünde bulundurulmasında yarar görülmektedir.

- Temsilci veya distribütörün yeterince tanınması,
- Ürünün dağıtımı ve vergiler hakkında bilgi toplanması,
- Tarafların yükümlülüklerini belirleyen bir sözleşme yapılması (avukatlık hizmeti alınması tavsiye olunur),

- Sözleşme süresinin sınırlı tutulması,
- Devredilecek haklarda mümkün olduğunca dikkatli davranılması.

Satış temsilciliği ve distribütörlük neticesinde elde edilen karın, ilgili yabancı ülkedeki şirkete transferinde yine **%25 oranında stopaj vergisi (withholding tax)** tatbik edilmektedir.

Sigorta

Kanada'da sigorta sektörü oldukça güçlüdür. Sigorta şirketlerinin yönettiği toplam fon yaklaşık 932 milyar dolar değerindedir.

Kanada'da temel sağlık giderlerinin tamamı MEDICARE isimli kamu sağlık sigorta sistemi tarafından; ilaçların büyük bölümü, diş ve göz tedavisi, ambulans hizmetleri, fizik tedavi, mental ve fiziksel terapi, ortez ve protez gibi medikal ekipmanlar Tamamlayıcı Özel Sağlık Sigortaları tarafından karşılanmaktadır. 40 milyon nüfusa sahip Kanada'da, yaklaşık 22 milyon kişinin hayat sigortası, 26 milyon kişinin ise tamamlayıcı sağlık sigortası bulunmaktadır.

Kanada vatandaşları ve kalıcı ikamet sahipleri Kanada sosyal güvenlik sistemine dâhil bulunmakta ve sağlık harcamaları Federal Hükümet tarafından karşılanmaktadır. Federal veya Quebec emeklilik planının yanı sıra sendikaların kendi emeklilik fonları da bulunmaktadır.

Kanada'da sevk öncesi ihracat kredi sigortası genellikle EDC-Kanada İhracat Kredi Bankası tarafından yapılmaktadır.

Bankacılık Mevzuatı

Dünyanın en sağlıklı bankacılık sistemlerinden birine sahip Kanada'nın en büyük beş bankası aşağıda sıralanmıştır:

- Royal Bank of Canada (RBC)
- Toronto-Dominion Bank (TD)
- Bank of Nova Scotia (Scotiabank)
- Bank of Montreal (BMO)
- Canadian Imperial Bank of Commerce (CIBC)

Söz konusu 5 bankanın toplam varlıkları 4 trilyon Doların üzerindedir. Bununla birlikte, çevrimiçi ve mobil bankacılık altyapısının iyileştirilmesi ihtiyacı bulunmaktadır. Firma tescilinden sonra herhangi bir bankada hesap açılması mümkündür. Ancak, bireysel veya kurumsal olarak Kuzey Amerika geçmişi olmayanların kredi kullanımı, kredi kartı limit tahsisi vb. bankacılık işlemlerinde sorun yaşadığı gözlemlenmektedir.

Ülkemiz bankalarının kredi notları oldukça yüksek olmasına rağmen Kanadalı finans kuruluşlarınca, bankalarımızın notu yerine ülke genel görünümü konusunda değerlendirme yapılmakta ve bankalarımızın teminat mektupları genellikle Kanada'da kabul görmemektedir. Bu kapsamda, firmalarımızca Kanadalı muhabir bankalara komisyon ödenerek teminat verilebilmekte, bu da ilave maliyete neden olmaktadır.

Vizeler

Kanada bir göçmen ülkesidir. Ülke, “kalıcı ikameti” destekleyen bir göç politikası izlemekte, göçmenlerin ileride Kanada vatandaşı yapılması hedeflenmektedir. 2019-2021 Göç Planı kapsamında, 2020 yılında 341.000, 2021 yılında 350.000 göçmen kabul edilmesi politikası ile yaşanan nüfusun dengelenmesi, iş piyasasının kaynaklarının artırılması ve ekonomik büyümede sürdürülebilirliğin sağlanmasının amaçlanmıştır.

Geçici ikamet belgesi, kısa süreli eğitim, çalışma ve ziyaret amacıyla Kanada’ya gelenlere verilmekte, genellikle azami ikamet süresi 6 ayla sınırlandırılmaktadır.

Geçici süreli çalışma izni başvurusu, yalnızca Kanadalı işveren tarafından yapılabilmekte; işverenin, personel ihtiyacını Kanada’dan karşılayamadığını ispat etmesi gerekmektedir. Başvurular, üst düzey yöneticiler veya bilgi teknolojileri gibi özel vasıf sahipleri hariç olmak üzere, ESDC-Kanada İstihdam ve Sosyal Kalkınma Bakanlığı’nca “işgücü piyasası etki analizi (labour market impact assessment) testine” tabi tutulmakta; teste tabi işlerden örneğin, Kanadalı bir inşaat firmasının inşaat işçisi istihdam edilmek amacıyla ön başvuru yapılması durumunda, işgücü piyasasının izlenebildiği platformlardan arz açığı olup olmadığı kontrol edilmekte; işçi sendikalarının görüşü alınmaktadır.

Apostille Convention

Kanada Dışişleri Bakanlığı tarafından yapılan açıklamada Kanada’nın 16 Mayıs 2023 tarihinde resmen taraf olduğu “**Yabancı Resmi Belgelerin Tasdiki Zorunluluğunu Kaldıran Sözleşme (Apostille Convention)**”nin 11 Ocak 2024 tarihi itibarı ile yürürlüğe girdiği belirtilmektedir.

Buna göre Kanada vatandaşlarının ve işletmelerinin ihracat işlemleri, şirket kayıtları, doğum ve evlilik belgeleri, eğitim gibi Kanada’da düzenlenen kamu belgelerini ülkemiz dahil söz konusu sözleşmeye taraf olan 120’den fazla ülkede başka bir onaya gerek kalmaksızın kullanabilmeleri mümkün hale gelmiştir. “**Apostille Convention**” adlı sözleşme Türkiye bakımından 8 Mayıs 1962 tarihinde imzalanıp 29 Eylül 1985 tarihinde yürürlüğe girmiştir (<https://www.hcch.net/en/instruments/conventions/status-table/?cid=41>).

Bahse konu sözleşmenin Kanada’da yürürlüğe girmesi ile birlikte 11 Ocak 2024 tarihi itibarı ile ülkemiz vatandaşları ve işletmelerinin Türkiye’de düzenlenen kamu belgelerini aynı şekilde Kanada’da başka bir onaya gerek kalmaksızın kullanabilmeleri de mümkün hale gelmiştir. (https://www.international.gc.ca/qac-amc/about-a_propos/services/authentication-authentification/apostille-convention.aspx?lang=eng)

Kaynak: T.C. Ottawa Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği