



KANADA



MOBİLYA AKSESUARI VE İÇ MİMARİ DONANIM SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Haziran 2026

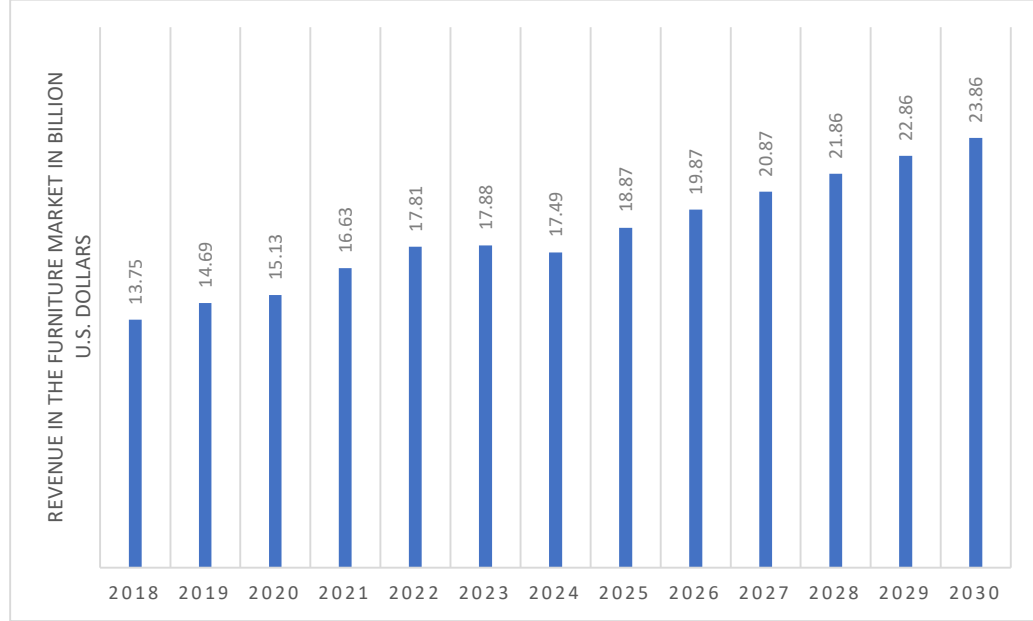
Raporu Hazırlayan: Montreal Ticaret Ataşeliği

1. Ülke Pazarında Mobilya Aksesuarı ve İç Mimari Donanım Sektörü

Kanada, yüksek gelir düzeyi, güçlü konut piyasası, gelişmiş inşaat sektörü ve yüksek yaşam standartları sayesinde mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünleri açısından önemli bir pazar konumundadır. Özellikle konut inşaatı, renovasyon faaliyetleri, ticari yapı projeleri ve iç mekân tasarımına yönelik harcamalar sektördeki talebi desteklemektedir. Ülkede faaliyet gösteren mobilya üreticileri, mutfak ve dolap üreticileri, iç mimarlık firmaları, müteahhitler ve perakende zincirleri sektörün başlıca alıcı gruplarını oluşturmaktadır.

Kanada pazarı aynı zamanda ithalata açık bir yapıya sahip olup mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerinde Çin, ABD, Avrupa Birliği ülkeleri ve Asya'daki çeşitli üretici ülkeler önemli tedarikçiler arasında yer almaktadır. Kalite, dayanıklılık, işlevsellik ve tasarım unsurları satın alma kararlarında belirleyici rol oynamakta; sürdürülebilir malzemeler, modern tasarımlar ve fonksiyonelliği artıran çözümler son yıllarda öne çıkan eğilimler arasında bulunmaktadır.

Aşağıdaki grafikte de görülebileceği üzere, Kanada mobilya pazarının büyüklüğü 2018 yılında 13,75 milyar ABD doları seviyesindeyken, 2024 yılında yaklaşık 17,5 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. 2024 yılında sınırlı bir gerileme görülmekle birlikte, pazarın orta ve uzun vadede büyümesini sürdürmesi beklenmektedir. Statista tahminlerine göre Kanada mobilya pazarı büyüklüğünün 2030 yılına kadar yaklaşık 24 milyar ABD dolarına ulaşacağı öngörülmektedir. Bu durum, mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünleri açısından da pazarın büyüme potansiyelini koruduğuna işaret etmektedir.



Kaynak: Statista

Mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerine ilişkin doğrudan ve ayrıştırılmış pazar verilerinin sınırlı olması nedeniyle, raporda Kanada mobilya pazarı, mobilya perakendesi ve ilgili donanım ürünlerine ilişkin dış ticaret verileri birlikte değerlendirilmiştir.

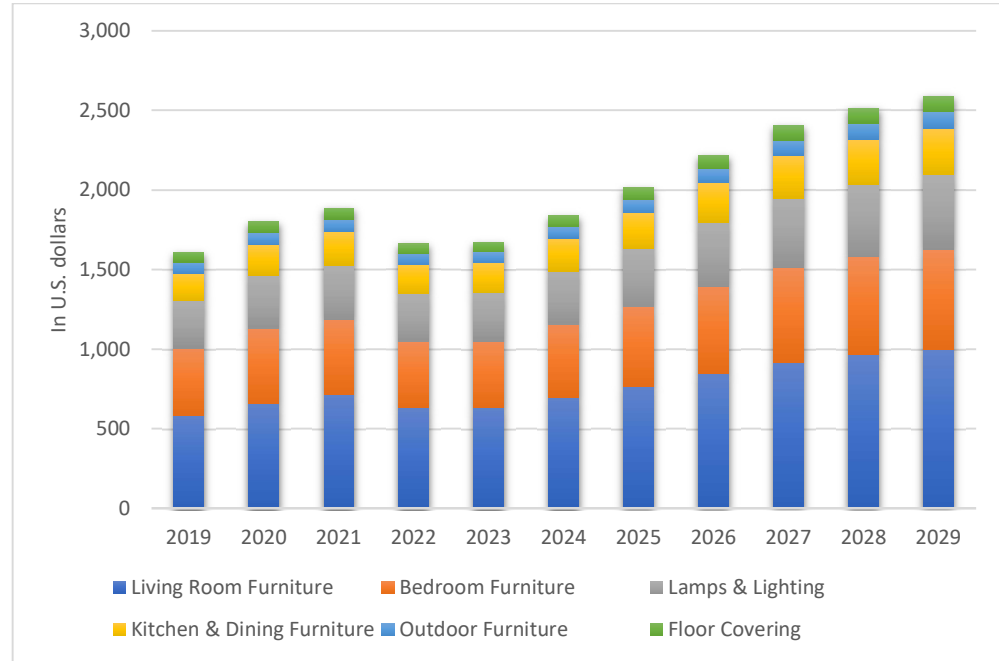
1.1 İlgili Sektörde Üretim

Kanada mobilya sektörü, yüksek kaliteli işçilik ve dayanıklılık odaklı üretim yapısıyla öne çıkmaktadır. Ülke, mobilya tasarımı ve üretimi açısından gelir büyüklüğü bakımından dünyanın en büyük mobilya pazarlarından biri konumundadır. Kanada'da mobilya üretim faaliyetleri ağırlıklı olarak Ontario ve Québec eyaletlerinde yoğunlaşmıştır. Haziran 2024 itibarıyla ülkedeki mobilya üretim işletmelerinin en yüksek oranda Ontario'da, ikinci sırada ise Québec'te faaliyet gösterdiği görülmektedir. Ayrıca Kanada, küresel ölçekte önemli bir mobilya ihracatçısı olup en büyük ihracat pazarı Amerika Birleşik Devletleri'dir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Kanada'da mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım sektörüne ilişkin genel bir üretici fiyatı verisi bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Kanada mobilya pazarında farklı ürün segmentlerine ilişkin ortalama birim gelir verileri, ürünlerin değer seviyelerine ilişkin fikir vermektedir.

2024 yılında Kanada mobilya pazarında birim başına ortalama gelir; oturma odası mobilyalarında yaklaşık 697 ABD doları, yatak odası mobilyalarında 457 ABD doları, aydınlatma ürünlerinde 336 ABD doları, mutfak ve yemek odası mobilyalarında 205 ABD doları, dış mekân mobilyalarında 74 ABD doları ve zemin kaplama ürünlerinde 69 ABD doları seviyesinde gerçekleşmiştir. Ayrıca 2025-2029 döneminde tüm segmentlerde birim başına ortalama gelirlerin artış göstermesi beklenmektedir.



Kaynak: Statista

Ancak söz konusu veriler nihai tüketici pazarına yönelik ortalama gelirleri göstermekte olup, mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerine ilişkin üretici fiyatlarını doğrudan yansıtmamaktadır. Bu ürünlerde fiyatlar; kullanılan

malzeme, teknik özellikler, kalite seviyesi, tasarım ve sipariş miktarına bağlı olarak önemli ölçüde değişiklik gösterebilmektedir.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

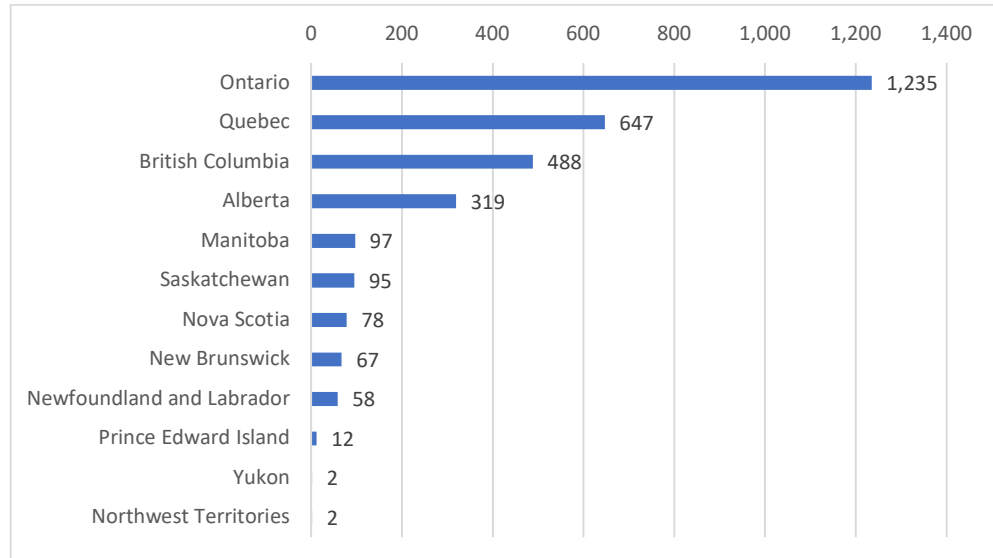
Kanada pazarında sektör; yerli üreticiler, ithalatçılar ve distribütörlerden oluşmaktadır. Özellikle Richelieu Hardware, Canaropa ve Marathon Hardware gibi firmalar mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerinin tedarik ve dağıtımında önemli rol oynamaktadır. Üretim tarafında ise Teknion, Dorel Industries, EQ3 ve Miralis gibi Kanadalı firmalar öne çıkmaktadır.

Sektörün başlıca meslek kuruluşları ve birlikleri arasında Canadian Home Furnishings Alliance (CHFA), Architectural Woodwork Manufacturers Association of Canada (AWMAC), Interior Designers of Canada (IDC), Association professionnelle des designers d'intérieur du Québec (APDIQ) ve National Kitchen & Bath Association (NKBA) bulunmaktadır. Söz konusu kuruluşlara ilişkin ayrıntılı bilgiye “3.2.1. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar” başlığı altında yer verilmiştir.

1.4 Mobilya Aksesuarı ve İç Mimari Donanım Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Kanada'da mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerinin satışı, toptan distribütörler, yapı market zincirleri, uzmanlaşmış perakendeciler ve e-ticaret platformları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Sektörde Richelieu Hardware, Canaropa ve Marathon Hardware gibi distribütörler önemli rol oynarken, Home Depot Canada, RONA, Canadian Tire ve IKEA gibi büyük perakende zincirleri nihai tüketicilere ve profesyonel kullanıcılara ulaşmaktadır.

Mobilya ve ev eşyaları perakende sektörü Kanada ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. 2025 yılı itibarıyla Kanada genelinde yaklaşık 3.100 mobilya mağazası faaliyet göstermektedir. Bu mağazaların büyük bölümü Ontario ve Québec eyaletlerinde bulunmaktadır. Ontario'da 1.235, Québec'te ise 647 mobilya mağazası faaliyet göstermektedir.



Kaynak: Statista

Kanada mobilya perakende sektöründe ulusal zincirler de önemli bir yer tutmaktadır. Ülkede faaliyet gösteren büyük perakende grupları geniş mağaza ağları aracılığıyla tüketicilere ulaşmaktadır. Örneğin, Kanada'nın önde gelen mobilya perakendecilerinden Leon's Furniture Limited, 2024 yılı itibarıyla The Brick ve Leon's markaları başta olmak üzere ülke genelinde toplam 299 mağaza işletmektedir.

Yapı market zincirleri de sektör ürünlerinin dağıtımında önemli rol oynamaktadır. Kanada'nın önde gelen yapı marketlerinden Home Depot'nun 2025 yılı itibarıyla ülke genelinde 182 mağazası bulunmaktadır. Bu mağazaların 88'i Ontario'da, 27'si Alberta'da, 26'sı British Columbia'da ve 22'si Québec'te faaliyet göstermektedir. Söz konusu dağılım, sektör ürünlerine yönelik perakende satış ağının özellikle Ontario, Alberta, British Columbia ve Québec eyaletlerinde yoğunlaştığını göstermektedir.

Perakende satışlar son yıllarda genel olarak büyüme eğilimi göstermiştir. Kanada'daki mobilya mağazalarının toplam perakende satışları 2023 yılında yaklaşık 15,5 milyar Kanada doları olarak gerçekleşmiştir.

Toptan satış tarafında ise ürünler çoğunlukla ithalatçılar ve ulusal distribütörler aracılığıyla pazara sunulmaktadır. Özellikle mutfak ve banyo üreticileri, dolap üreticileri, müteahhitlik firmaları, mimarlık ve iç mimarlık ofisleri sektörde önemli kurumsal alıcılar arasında yer almaktadır. Son yıllarda Amazon Canada, Wayfair ve diğer çevrimiçi satış kanallarının yaygınlaşmasıyla birlikte e-ticaretin sektördeki payı da artış göstermektedir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 2025 Yılında Mobilya Aksesuarı ve İç Mimari Donanım Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

2.1.1 HS 830242

	Ülke Adı	İthalat Değeri (bin Kanada Doları)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1.	Çin	108.177	%44,04
2.	Avusturya	46.227	%18,72
3.	ABD	23.719	%9,60
4.	Tayvan	14.866	%6,02
5.	Almanya	12.982	%5,26
6.	Meksika	8.566	%3,47
7.	İtalya (Vatikan dahil)	6.968	%2,82
8.	Vietnam	5.358	%2,17
9.	Tayland	3.807	%1,54

10.	Hindistan	2.051	%0,83
	Türkiye	1.064	%0,65

*Kaynak: Statistics Canada

2.1.2 HS 940399

	Ülke Adı	İthalat Değeri (bin Kanada Doları)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1.	Çin	202.956	%36,65
2.	ABD	156.066	%28,18
3.	Avusturya	33.738	%6,09
4.	İtalya (Vatikan dahil)	28.917	%5,22
5.	Almanya	19.888	%3,59
6.	Tayvan	19.731	%3,56
7.	Vietnam	18.027	%3,26
8.	Meksika	17.939	%3,24
9.	Malezya	14.493	%2,62
10.	Danimarka	7.366	%1,33
	Türkiye	4.267	%0,77

*Kaynak: Statistics Canada

2.2 2025 Yılında Mobilya Aksesuarı ve İç Mimari Donanım Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

2.2.1 HS 830242

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Kanada Doları)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1.	ABD	112.766.365	%91,28
2.	Meksika	7.035.077	%5,69
3.	Finlandiya	1.302.477	%1,05
4.	Avustralya	284.524	%0,23
5.	Barbados	173.532	%0,14
6.	Grenada	160.375	%0,13
7.	Saint Vincent ve Grenadinler	154.399	%0,12
8.	Saint Lucia	120.550	%0,10

9.	Suudi Arabistan	107.884	%0,09
10.	Dominika	103.156	%0,08
	Türkiye	-	-

*Kaynak: Statistics Canada

2.2.2 HS 940399

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Kanada Doları)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1.	ABD	185.256.028	%96,91
2.	Kolombiya	1.075.477	%0,56
3.	Peru	644.733	%0,34
4.	Meksika	606.539	%0,32
5.	Avustralya	422.757	%0,22
6.	Suudi Arabistan	369.520	%0,19
7.	ABD'nin Küçük Dış Adaları	348.116	%0,18
8.	Singapur	334.405	%0,17
9.	Bahamalar	251.421	%0,13
10.	İrlanda	201.265	%0,11
	Türkiye	-	-

*Kaynak: Statistics Canada

3. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

3.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Kanada'da mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerine yönelik talep, büyük ölçüde nüfusun ve ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı bölgelerde toplanmaktadır. Ülkedeki perakende satışların önemli bir bölümü Ontario ve Québec eyaletlerinde gerçekleşmekte ve söz konusu eyaletler sektör açısından başlıca hedef pazarlar olarak öne çıkmaktadır.

Ontario eyaletinde bulunan Toronto, Kanada'nın en büyük tüketici pazarı konumundadır. Ülkedeki birçok ulusal perakende zincirinin ve distribütörün merkezi bu bölgede yer almakta ve konut inşaatı ve renovasyon faaliyetleri de yüksek seviyede seyretilmektedir.

Québec, özellikle Montreal metropol bölgesi ile sektör açısından ikinci önemli pazar niteliğindedir. Eyalette Fransızcanın iş ve tüketici hayatındaki ağırlığı nedeniyle yerelleştirilmiş pazarlama faaliyetleri önem taşımaktadır. Ayrıca Avrupa tasarım anlayışına yakın tüketici tercihleri, tasarım odaklı ve katma değerli ürünler açısından fırsatlar sunabilmektedir.

British Kolombiya ve özellikle Vancouver bölgesi, yüksek nüfus artışı, güçlü konut piyasası ve yüksek satın alma gücü nedeniyle sektör açısından önemli hedef bölgeler arasında yer almaktadır. Benzer şekilde Alberta eyaletindeki Calgary ve Edmonton şehirleri de yüksek gelir seviyeleri ve devam eden konut yatırımları sayesinde potansiyel pazarlar olarak değerlendirilmektedir.

3.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

3.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri

- **Canadian Home Furnishings Alliance (CHFA):** Kanada'daki mobilya, ev dekorasyonu ve iç mekân ürünleri sektöründe faaliyet gösteren üretici, ithalatçı, distribütör ve perakendecileri temsil eden ulusal sektörel kuruluştur.

İnternet sitesi: <https://www.chfaweb.ca>

- **Interior Designers of Canada (IDC):** Kanada genelindeki iç mimarlar ve tasarım profesyonellerini temsil eden ulusal meslek kuruluşudur.

E-posta: info@idcanada.org

İnternet sitesi: <https://www.idcanada.org>

- **Association professionnelle des designers d'intérieur du Québec (APDIQ):** Québec eyaletindeki iç mimarlar ve tasarım profesyonellerini temsil eden sektörel kuruluştur.

E-posta: info@apdiq.com

İnternet sitesi: <https://www.apdiq.com>

- **National Kitchen & Bath Association (NKBA):** Mutfak ve banyo tasarımı, mutfak ekipmanları ve iç mimari donanım alanlarında faaliyet gösteren firmaları ve profesyonelleri bir araya getiren sektörel kuruluştur.

E-posta: info@nkba.org

İnternet sitesi: <https://nkba.org>

- **Architectural Woodwork Manufacturers Association of Canada (AWMAC):** Mimari ahşap işleme, özel üretim mobilya ve ticari iç mekân uygulamaları alanında faaliyet gösteren firmaları temsil eden sektörel birliktir.

E-posta: info@awmac.com

İnternet sitesi: <https://awmac.com>

- **Canadian Woodworking Association (CWA):** Ahşap işleme, mobilya üretimi ve iç mimari sektörlerinde faaliyet gösteren firmalara yönelik sektörel organizasyondur.

E-posta: info@canadianwoodworking.com

İnternet sitesi: <https://www.canadianwoodworking.com>

- **Decorators & Designers Association of Canada (DDA Canada):** İç dekorasyon, yaşam alanı tasarımı ve iç mimarlık alanlarında faaliyet gösteren profesyonelleri temsil eden organizasyondur.

E-posta: info@ddacanada.com

İnternet sitesi: <https://ddacanada.com>

- **Association of Registered Interior Designers of Ontario (ARIDO):** Ontario eyaletindeki lisanslı iç mimarları temsil eden meslek kuruluşudur.

E-posta: info@arido.ca

İnternet sitesi: <https://arido.ca>

- **Ticaret Odaları:** Montreal, Toronto gibi şehirlerdeki ticaret odaları da iş ağı oluşturma konusunda yardımcı olabilir.

İnternet siteleri: <https://www.cmm.ca/en/> - <https://chamber.ca/toronto/>

3.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Kanada'da ithalat yapan firmalara dair bilgilere, 6'lı HS kodları baz alınarak <https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/searchProduct.html?lang=eng> adresinden erişim sağlanabilmektedir.

3.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Kanada'ya yapılan tüm ithalat işlemlerinde gümrük beyannamesi, ticari fatura, paketlenme listesi ve taşıma belgeleri gibi standart ticari belgelerin ibraz edilmesi gerekmektedir. Ürünün niteliğine ve ithalatçının taleplerine bağlı olarak teknik dokümantasyon, test raporları veya uygunluk beyanları da talep edilebilmektedir. Ayrıca ahşap palet ve benzeri ambalaj malzemelerinin ISPM-15 standardına uygun olması gerekmektedir.

3.4 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu Var mıdır?

Kanada'da mobilya ve iç mimari donanım ürünlerinin ithalatında genel bir sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamaktadır. Bununla birlikte, ithalatçılar veya nihai alıcılar tarafından ürün kalitesinin, teknik özelliklerinin ve sipariş şartlarına uygunluğunun doğrulanması amacıyla sevkiyat öncesinde bağımsız gözetim ve denetim hizmetleri talep edilebilmektedir.

Bu kapsamda uluslararası ölçekte faaliyet gösteren SGS, Bureau Veritas ve Intertek gibi kuruluşlar tarafından ürün denetimi, kalite kontrolü, fabrika denetimi ve yükleme gözetimi hizmetleri sunulmaktadır.

3.5 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Kanada'da mobilya ve iç mimari alanlarında çok sayıda fuar düzenlenmektedir. Aşağıda önümüzdeki aylarda gerçekleşmesi planlanan önemli fuarlara yer verilmiştir. Bunlara ek olarak, fuarlara ilişkin ayrıntılı bilgiye <https://tfocanada.ca/learn-more/events/> adresinden ulaşılabilir.

	Tarih	Yinelenme Sıklığı	Lokasyon
The Buildings Show	2 Aralık 2026	Yılda 1 kez	Toronto, Ontario
National Home Show	5 Mart 2027	Yılda 1 kez	Toronto, Ontario
Montreal Home Expo	11 Mart 2027	Yılda 1 kez	Montreal, Québec

3.6 Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri

Haziran 2026 itibarıyla mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım sektörüne yönelik olarak Kanada'ya gerçekleştirilmesi planlanan bir ticaret heyeti programı bulunmamaktadır. Ancak sektörde faaliyet gösteren firmaların Kanada pazarına yönelik ticaret heyeti, alım heyeti ve sektörel fuar organizasyonlarını ilgili ihracatçı birlikleri ve Ticaret Bakanlığı duyuruları aracılığıyla takip etmeleri tavsiye edilmektedir.

3.7 Varsa Sektörde İhale Yayınlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Federal Hükümet tarafından gerçekleştirilmesi planlanan projeler, kamu alımı ihaleleri ve teklif veren firmalara ilişkin bilgiler Kanada Kamu Hizmetleri ve İhale Kurumu (Public Services and Procurement Canada-PSPC) tarafından “CanadaBuys” platformunda duyurulmaktadır. Platforma <https://canadabuys.canada.ca/en> adresinden ulaşılabilir.

Québec eyaletinde bulunan kamu kurumları ise ihale duyurularını SEAO (Système électronique d'appel d'offres) platformu üzerinden yapmaktadır. Platforma <https://seao.gouv.qc.ca/avis-du-jour> adresinden ulaşılabilir.

3.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Kanada, 51 ülke ile yürürlükte olan 15 adet Serbest Ticaret Anlaşması imzalamıştır. ABD ve Meksika ile imzalanan CUSMA, Avrupa Birliği ülkeleri ile imzalanan CETA ve bazı Pasifik ülkeleri ile imzalanan CPTPP en önemli serbest ticaret anlaşmalarıdır.

Kanada son olarak Endonezya ve Ekvator STA'larını tamamlamıştır. Onay süreçlerinin tamamlanmasının ardından anılan anlaşmalar yürürlüğe girecektir.

ABD ile yaşadığı sorunlar çerçevesinde, ticaretin çeşitlendirilmesi Kanada'nın en önemli gündem maddesi haline gelmiştir. Kanada, önümüzdeki on yıl içerisinde ABD dışı pazarlara yönelik ihracatını iki katına çıkararak 300 milyar Kanada dolarına ulaşmayı hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda, Hindistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Tayland ve Mercosur ile müzakere edilecek dört Serbest Ticaret Anlaşması (STA) için kamuoyundan görüş alma süreci başlatılmıştır.

Serbest Ticaret Anlaşması	Ülkeler	Yürürlük Tarihi
Canada-United States-Mexico Agreement (CUSMA)	ABD, Meksika	2020-07-01
Canada-European Union: Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA)	Avrupa Birliği	2017-09-21
Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP)	Avustralya, Brunei, Şili, Japonya, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur, Vietnam	2018-12-30
Canada-Chile Free Trade Agreement	Şili	1997-07-05
Canada-Colombia Free Trade Agreement	Kolombiya	2011-08-15
Canada-Costa Rica Free Trade Agreement	Kosta Rika	2002-11-01
Canada-European Free Trade Association (EFTA) Free Trade Agreement	İzlanda, Lihtenştayn, Norveç, İsviçre	2009-07-01
Canada-Honduras Free Trade Agreement	Honduras	2014-10-01
Canada-Israel Free Trade Agreement (CIFTA)	İsrail	1997-01-01
Canada-Jordan Free Trade Agreement	Ürdün	2012-10-01
Canada-Panama Free Trade Agreement	Panama	2013-04-01
Canada-Peru Free Trade Agreement	Peru	2009-08-01
Canada-Republic of Korea Free Trade Agreement (CKFTA)	Güney Kore	2015-01-01
Canada-Ukraine Free Trade Agreement (CUFTA)	Ukrayna	2017-08-01
Canada-UK Trade Continuity Agreement (Canada-UK TCA)	Birleşik Krallık	2021-04-01

3.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Türkiye'nin Kanada ile bir STA'sı henüz bulunmamakla birlikte 9 Haziran 2026 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı ve Kanada Uluslararası Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan ortak açıklamada Serbest Ticaret Anlaşması akdedilmesine yönelik istikşafi görüşmelerin başlatılması konusunda mutabık kalındığı ifade edilmiştir.

3.10 Sektörde Standartlar

Kanada'da mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerine yönelik tüm ürün gruplarını kapsayan tek bir ulusal standart bulunmamaktadır. Bununla birlikte, ürünün kullanım amacı, uygulama alanı ve nihai kullanım yerine bağlı

olarak CSA (Canadian Standards Association), UL (Underwriters Laboratories) ve ASTM International tarafından geliştirilen teknik standartlar ile National Building Code of Canada (Kanada Ulusal Bina Kodu) hükümlerine uyum aranabilmektedir. Bu Kod eyaletlerde uygulanan bina kodlarının temelini oluşturmaktadır. Ek olarak, Ontario, Alberta ve British Kolombiya gibi eyaletlerde ulusal bina kodu esas alınarak hazırlanmış eyaletlere özgü düzenlemeler bulunmaktadır.

Ticari yapılar, kamu projeleri, kurumsal ofisler, eğitim kurumları, sağlık tesisleri, oteller ve çok katlı konut projelerinde kullanılan ürünlerde yangın güvenliği, dayanıklılık, performans, erişilebilirlik ve yapı güvenliğine ilişkin ilave teknik gereklilikler söz konusu olabilmektedir. Bu tür projelerde kullanılan mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerinin belirli performans kriterlerini karşılaması, uzun süreli kullanıma uygun olması ve ilgili bina kodları ile proje şartnamelerine uyum sağlaması beklenmektedir.

Bu kapsamda ithalatçılar, proje sahipleri, mimarlık ve mühendislik ofisleri veya yüklenici firmalar tarafından ürünlere ilişkin teknik veri sayfaları, test raporları, uygunluk beyanları, ürün spesifikasyonları ve ilgili standartlara uyumu gösteren belgeler talep edilebilmektedir. Özellikle proje bazlı tedariklerde, satın alma sürecinin erken aşamalarında teknik gerekliliklerin ve talep edilen belgelerin müşteri veya ithalatçı firma ile teyit edilmesi önem taşımaktadır.

3.11 Sektörde Etiketleme

Kanada'da döşemeli mobilyaların etiketlenmesine ilişkin düzenlemeler “Textile Labelling Act” ve “Textile Labelling and Advertising Regulations” kapsamında uygulanmaktadır. Döşemeli mobilyalarda kullanılan tekstil esaslı dış kaplama malzemelerinin lif içeriklerinin tüketicilere doğru ve açık şekilde beyan edilmesi gerekmektedir.

Etiketlerde genel olarak aşağıdaki bilgilerin yer alması ve bu bilgilerin tüketici tarafından kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde sunulması beklenmektedir:

- Kumaşın lif (fiber) içeriği,
- Liflerin ağırlık esasına göre yüzdesel oranları, ve
- Üretici, ithalatçı veya satıcının adı ve tam posta adresi ya da Kanada Rekabet Bürosu tarafından verilen sicil numarası.

Kanada genelinde ürün etiketlerinde İngilizce ve Fransızca kullanımına ilişkin federal düzenlemeler dikkate alınmalıdır. Québec eyaletinde ise Fransızca kullanımına ilişkin ilave ve daha sıkı yükümlülükler bulunmaktadır. Bu kapsamda, Québec'te satılan ürünlerin üzerindeki yazılar ve ürünle birlikte verilen belgeler Fransızca olmalıdır. Bu kural ürünün toptan veya perakende satılmasına bakılmaksızın uygulanır. Etiket üzerinde İngilizce veya farklı bir dil kullanılabilir; ancak farklı dildeki yazılar Fransızcadan daha büyük, daha görünür veya daha baskın olmamalıdır.

Birden fazla kumaş veya tekstil bileşeni içeren ürünlerde her bir bileşenin lif içeriğinin ayrı ayrı belirtilmesi gerekmektedir. Örneğin, bir koltuğun ana

kaplama kumaşı ile arka panelinde farklı kumaşlar kullanılması halinde, her kumaşın lif içeriği ayrı olarak beyan edilmelidir.

Özel sipariş üzerine üretilen (custom-made) döşemeli mobilyalarda ise gerekli etiket bilgileri ürün üzerinde bulunmak zorunda olmayıp bilgiler ürün teslimi sırasında müşteriye verilen fatura veya diğer ticari belgeler aracılığıyla da sunulabilmektedir. Ancak her halükarda müşterinin satın alma kararını vermeden önce doğru şekilde etiketlenmiş kumaş örneğini inceleyebilmesi gerekmektedir.

Mobilya aksesuarları ve donanım ürünlerinin büyük kısmı tekstil içerikli ürün niteliğinde olmadığından yukarıdaki etiketleme hükümleri esas olarak döşemeli mobilyalar ve tekstil kaplı mobilya bileşenleri için geçerlidir.

3.12 Sektörde Ambalajlama

Kanada'ya ihraç edilen mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerinde, ürünlerin taşıma ve depolama süreçlerinde zarar görmesini önleyecek şekilde uygun ambalajlama yapılması önem taşımaktadır. Özellikle hacimli veya ağır ürünlerin uluslararası taşımacılığında dayanıklı paketleme çözümlerinin kullanılması tavsiye edilmektedir.

Kanada'ya gerçekleştirilen sevkiyatlarda kullanılan ahşap palet, sandık ve benzeri ambalaj malzemelerinin Uluslararası Bitki Koruma Sözleşmesi (IPPC) kapsamında uygulanan ISPM-15 standardına uygun olarak ısıl işlem görmüş ve işaretlenmiş olması gerekmektedir. ISPM-15 kurallarına uygun olmayan ahşap ambalaj malzemeleri, Kanada sınırında ek denetimlere tabi tutulabilmekte, geri çevrilebilmekte veya imha edilebilmektedir.

Ambalaj ve ürün bilgilerinde Kanada'da kullanılan metrik ölçü sistemine uygun birimlerin (cm, m, kg vb.) kullanılması tavsiye edilmektedir. Ürün ölçülerinin Kuzey Amerika pazarında yaygın olarak kullanılan inç cinsinden verilmesi halinde, metrik karşılıklarının da belirtilmesi uygulamada avantaj sağlamaktadır.

Ayrıca, Kanada pazarında çevre dostu ve geri dönüştürülebilir ambalaj çözümlerine yönelik ilgi artmakta olup sürdürülebilir ambalaj uygulamaları firmalara rekabet avantajı sağlayabilmektedir.

3.13 Lojistik

Mobilya ürünleri için en olası ve ekonomik taşıma modu deniz yoludur. Türkiye ile Kanada arasındaki konteyner taşımacılığı Portekiz, Almanya, İtalya, Fransa gibi Avrupa limanlarından aktarmalı olarak gerçekleştirilebilmektedir. Kanada ile ülkemiz arasında ortalama teslimat süresi 21 ila 28 gündür.

3.14 Dağıtım Kanalları

Kanada'da mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerinin dağıtımı ağırlıklı olarak ithalatçılar, distribütörler, yapı market zincirleri, uzmanlaşmış perakendeciler ve e-ticaret platformları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Sektörde faaliyet gösteren distribütörler, ürünlerin ülke genelinde depolanması,

lojistik yönetimi ve satış sonrası hizmetlerin sunulmasında önemli rol oynamaktadır.

Sektörde öne çıkan dağıtım kanalları aşağıda yer almaktadır:

İthalatçılar ve Distribütörler: Mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerinin Kanada pazarına girişinde en yaygın kanaldır. Richelieu Hardware, Canaropa, Hafele Canada ve Marathon Hardware gibi firmalar sektörde önemli dağıtım ağlarına sahiptir.

Yapı Market ve Perakende Zincirleri: Home Depot Canada, RONA ve Canadian Tire gibi zincirler hem profesyonel kullanıcılara hem de nihai tüketicilere ulaşmaktadır.

Mutfak ve Dolap Üreticileri: Mutfak, banyo ve gömme dolap üreticileri mobilya aksesuarları ve donanım ürünlerinin önemli alıcıları arasında yer almaktadır.

Mimarlık, İç Mimarlık ve Proje Firmaları: Ticari projeler, oteller, eğitim kurumları, sağlık tesisleri ve çok katlı konut projelerinde kullanılacak ürünlerin seçiminde mimarlık ve iç mimarlık ofisleri önemli rol oynamaktadır.

E-Ticaret Kanalları: Amazon Canada, Wayfair, Home Depot Canada gibi firmalar ve bağımsız Shopify mağazaları aracılığıyla çevrimiçi satışlar giderek artış göstermektedir. E-Ticaret pazaryerlerine ilişkin ayrıntılı listeye aşağıdaki **“3.15.1. Ülkedeki Pazaryerleri”** başlığı altında yer verilmiştir.

3.15 E-Ticaret

3.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Kanada'da e-ticaret kanalıyla satış gerçekleştirmek isteyen Türk firmaları, yerleşik pazaryerlerinden faydalanabilecekleri gibi kendi e-ticaret sitelerini kurarak da faaliyet gösterebilmektedir. Bu kapsamda, ülkede öne çıkan e-ticaret platformları ve pazaryerleri aşağıda yer almaktadır:

- **Amazon Canada:** Kanada'nın en büyük e-ticaret platformudur. Mobilya aksesuarları, dolap donanımları, kulplar, menteşeler ve dekoratif ürünler yoğun şekilde satılmaktadır.

İnternet sitesi: <https://www.amazon.ca/>

- **Wayfair Canada:** Mobilya, dekorasyon ve iç mimari ürünlerinde Kanada'nın önde gelen çevrimiçi satış platformlarından biridir.

İnternet sitesi: <https://www.wayfair.ca/>

- **Home Depot Canada:** Yapı malzemeleri, mutfak-banyo donanımları ve mobilya aksesuarlarında önemli bir çevrimiçi satış kanalıdır.

İnternet sitesi: <https://www.homedepot.ca/en/home.html>

- **RONA:** Ev geliştirme, renovasyon ve iç mekân ürünlerine yönelik önemli bir perakende ve e-ticaret platformudur.

İnternet sitesi: <https://www.rona.ca/en>

- **Walmart Canada Marketplace:** Üçüncü taraf satıcılara da açık olan büyük bir çevrimiçi pazaryeridir.

İnternet sitesi: <https://www.walmart.ca/en>

- **Canadian Tire:** Ev geliştirme ve yaşam alanı ürünleri alanında önemli bir çevrimiçi satış kanalına sahiptir.

İnternet sitesi: <https://www.canadiantire.ca/en.html>

- **Shopify:** Kanada merkezli e-ticaret altyapı sağlayıcısı olup, çok sayıda firma kendi çevrimiçi mağazasını bu platform üzerinden işletmektedir.

İnternet sitesi: <https://www.shopify.com/>

3.15.2 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Kanada'da sosyal medya, firmaların marka bilinirliğini artırmaları ve tüketicilere ulaşmaları açısından önemli bir pazarlama aracıdır. Mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım sektöründe en yaygın kullanılan platformlar Instagram, Facebook, Pinterest, YouTube, LinkedIn ve TikTok'tur.

Tüketici odaklı tanıtım faaliyetlerinde özellikle Instagram, Facebook ve Pinterest öne çıkarken, LinkedIn profesyonel alıcılar, mimarlar, iç mimarlar ve proje firmalarına ulaşmak amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca ürün tanıtımları ve uygulama videoları için YouTube önemli bir platform olarak değerlendirilmektedir.

3.15.3 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Kanada'ya e-ticaret yoluyla gönderilen ürünler de genel ithalat mevzuatına tabidir. Uygulanacak gümrük vergileri, ürünün GTİP'i, menşe ülkesi ve Kanada'nın ilgili ülke ile yürürlükte bulunan ticaret anlaşmalarına bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Kanada'da posta yoluyla gönderilen düşük değerli ürünlere yönelik bir vergi muafiyeti uygulanmaktadır. Bu çerçevede, değeri 20 Kanada Dolarının altında olan gönderiler gümrük vergisi ve satış vergisinden muafır. Buna ek olarak, hızlı kargo ile gerçekleştirilen düşük değerli gönderiler için gümrük işlemlerini kolaylaştıran "Courier Low Value Shipment (CLVS)" sistemi uygulanmaktadır. Bu kapsamda, değeri 3.300 Kanada Doları'nın altında olan gönderiler, basitleştirilmiş beyan usulleriyle daha hızlı şekilde gümrükten geçirilebilmektedir. Söz konusu sistem, özellikle e-ticaret gönderilerinde teslimat sürelerini kısaltmakta ve operasyonel süreçleri kolaylaştırmaktadır. Ayrıntılı bilgiye <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/courier/lvs-efv/menu-eng.html> adresinden ulaşılabilir.

3.15.4 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Kanada'da e-ticaret faaliyetleri; tüketicinin korunması, kişisel verilerin korunması, elektronik pazarlama, vergi yükümlülükleri ve dil mevzuatına ilişkin federal ve eyalet düzeyindeki düzenlemelere tabidir. E-ticaret

yoluyla satış yapan firmaların tüketicilere ürün, fiyat, teslimat, iade ve garanti koşullarına ilişkin açık ve doğru bilgi sunmaları gerekmektedir.

Kişisel verilerin korunması alanında, özellikle Québec eyaletinde yürürlüğe giren “Law 25” ile veri koruma yükümlülükleri önemli ölçüde artırılmıştır. E-ticaret faaliyetleri kapsamında müşteri bilgilerinin toplanması, işlenmesi ve saklanması süreçlerinde yürürlükteki veri koruma mevzuatına uyulması gerekmektedir.

Québec eyaletinde faaliyet gösteren veya bu eyaletteki tüketicilere satış yapan firmalar açısından Fransızca dil kullanımına ilişkin düzenlemeler de önem taşımaktadır. Bu düzenlemeler “**3.11 Sektörde Etiketleme**” başlığı altında detaylı olarak ele alınmıştır.

Ayrıca elektronik pazarlama faaliyetlerinde, ticari elektronik iletilerin gönderilmesine ilişkin Kanada'nın anti-spam mevzuatına uyulması gerekmektedir. Bu kapsamda ticari amaçlı e-posta ve benzeri elektronik iletilerin gönderilmesi için alıcı onayının alınması, gönderen bilgilerinin açıkça belirtilmesi ve abonelikten çıkma seçeneğinin sunulması gerekmektedir. E-ticaret faaliyetlerinde kullanılan ödeme sistemleri ve dijital ödeme hizmetleri de ilgili federal düzenlemelere tabi olabilmektedir.

3.15.5 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Kanada'da e-ticaret sektörünün gelişmesiyle birlikte hızlı kargo, depolama ve sipariş karşılama hizmetleri yaygınlaşmıştır. Ülke genelinde faaliyet gösteren lojistik firmaları, depolama, stok yönetimi, sipariş hazırlama, paketleme, iade yönetimi ve son kullanıcıya teslimat hizmetleri sunmaktadır.

E-ticaret gönderilerinde başlıca hizmet sağlayıcılar arasında Canada Post, Purolator, FedEx Canada, UPS Canada ve DHL Express Canada yer almaktadır. Söz konusu firmalar ülke genelinde hızlı kargo ve dağıtım hizmetleri sunmaktadır.

Sipariş karşılama hizmetleri bakımından ise Amazon FBA (Fulfillment by Amazon), Shopify Fulfillment Network iş ortakları ile çeşitli üçüncü taraf lojistik (3PL) hizmet sağlayıcıları öne çıkmaktadır. Bu firmalar ürünlerin depolanması, siparişlerin hazırlanması, paketlenmesi ve müşterilere sevk edilmesi süreçlerini yürütmektedir.

3.16 Tanıtım ve Pazarlama

Kanada pazarında başarılı bir tanıtım ve pazarlama stratejisi oluşturulabilmesi için ülkenin kültürel özelliklerinin dikkate alınması önem taşımaktadır. Özellikle Québec eyaletinde ürün katalogları, broşürler, internet siteleri ve diğer tanıtım materyallerinin Fransızca olarak hazırlanması gerekmektedir. Ek olarak, Quebec'te müşterinin Fransızca bilgilendirilme ve hizmet alma hakkı vardır. Bu nedenle ithalatçı/distribütörün ürünle ilgili soruları, garanti, servis, iade, teknik açıklama ve satış sonrası destek süreçlerini Fransızca yürütebilmesi gerekir.

Sektörde tanıtım faaliyetleri hem geleneksel hem de dijital kanallar aracılığıyla yürütülmektedir. Basılı kataloglar, ürün broşürleri, sektörel dergiler ve fuarlar

önemini korurken, internet siteleri, sosyal medya platformları ve dijital reklamlar da giderek daha fazla kullanılmaktadır. Özellikle Instagram, Facebook, Pinterest ve LinkedIn platformları sektör firmalarının marka bilinirliği oluşturması ve potansiyel müşterilere ulaşması açısından öne çıkmaktadır.

Mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım sektöründe pazara giriş sürecinde B2B pazarlama faaliyetleri önemli yer tutmaktadır. Bu kapsamda yerel distribütörler, ithalatçılar, mimarlık ve iç mimarlık ofisleri, mutfak ve dolap üreticileri ile doğrudan temas kurulması, numune ürün gönderilmesi, showroumlarda ürün sergilenmesi ve sektörel fuarlara katılım sağlanması etkili tanıtım yöntemleri arasında yer almaktadır.

Kanada pazarında faaliyet göstermeyi planlayan Türk firmalarının dijital görünürlüklerini artırmaları, İngilizce ve Fransızca tanıtım materyalleri hazırlamaları ve yerel iş ortaklarıyla iş birliği geliştirmeleri pazara giriş sürecini kolaylaştırabilecek unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

Ek olarak, Quebec'te yerleşik faaliyet gösterecek, şube/ofis açacak veya doğrudan ticari varlık kuracak firmaların Registraire des entreprises du Québec nezdinde kayıt ve NEQ süreçlerini tamamlamaları gerekmektedir. NEQ, Kanada federal ithalatçı numarasından ayrı bir Quebec işletme kayıdır.

3.17 Sektörde Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Kanada pazarında mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerine yönelik talepte kalite, dayanıklılık, işlevsellik ve estetik tasarım önemli satın alma kriterleri arasında yer almaktadır. Hem nihai tüketiciler hem de profesyonel alıcılar, uzun ömürlü kullanım sağlayan ve bakım gereksinimi düşük ürünleri tercih etmektedir.

Son yıllarda sürdürülebilir malzemeler, modern ve sade tasarımlar, modüler çözümler ve yaşam alanlarının daha verimli kullanılmasına olanak sağlayan ürünler sektörde öne çıkan eğilimler arasında yer almaktadır. Özellikle konut maliyetlerinin yükselmesi ve şehirleşmenin artması, depolama alanını optimize eden ve fonksiyonelliği artıran ürünlere olan talebi desteklemektedir.

Profesyonel alıcılar açısından ise ürün kalitesi, tedarik sürelerinin güvenilirliği, teknik dokümantasyonun yeterliliği, satış sonrası hizmetler ve rekabetçi fiyatlar satın alma kararlarını etkileyen başlıca unsurlar arasında yer almaktadır.

3.18 Sektörde Vergiler

Kanada tarafından uygulanmakta olan 2026 yılı gümrük vergilerine ilişkin bilgiye <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2026/01-99/01-99-2026-eng.pdf> adresinden erişilebilmektedir. Türk menşeli ürünlere yönelik vergi oranları "MFN" sütununda yer almaktadır.

Satış Vergisi: Federal Mal ve Hizmet Vergisi (GST) %5 oranında ülke genelinde uygulanır. Bazı eyaletlerde GST ile eyalet vergisini birleştiren Harmonize Satış Vergisi (HST) uygulaması vardır (Ontario %13; New Brunswick, Newfoundland & Labrador, Prens Edward Adası %15; Nova Scotia %14). Diğer

eyaletlerde ise GST'nin üzerine eklenen Eyalet Satış Vergisi (PST) bulunur. (British Kolombiya %7, Manitoba %7, Saskatchewan %6, Québec %9,975.)

Kanada'nın mobilya ürünlerinde Haziran 2026 itibarıyla Türkiye'ye yönelik anti dumping vergisi uygulaması bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Kanada dış ticaret politikaları kapsamında belirli ürün gruplarına yönelik korunma önlemleri ve ticaret soruşturmaları dönemsel olarak gündeme gelebilmektedir. Nitekim Kanada Uluslararası Ticaret Mahkemesi tarafından 2026 yılı itibarıyla belirli ahşap ürünlerine ilişkin korunma önlemi soruşturması gündemdedir. Soruşturmaya ilişkin detaylara <https://www.citt-tcce.gc.ca/en/safeguard-inquiries/active-safeguard-inquiries> adresinden ulaşılabilir.

3.19 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Kanada'da mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünlerine yönelik genel nitelikte bir tarife dışı engel bulunmamakla birlikte, ithal ürünlerin ilgili teknik düzenlemelere, etiketleme kurallarına ve gümrük mevzuatına uygun olması gerekmektedir.

“3.11 Sektörde Etiketleme” ve “3.16 Tanıtım ve Pazarlama” başlıkları altında da ele alındığı üzere Québec eyaletinde Fransızca dil kullanımına ilişkin düzenlemeler kapsamında ürün etiketleri, kullanım talimatları ve tüketiciye yönelik bilgilerin Fransızca olarak sunulmasına yönelik yükümlülükler bulunmaktadır.

Bunun yanı sıra, Kanada'ya yapılan sevkiyatlarda kullanılan ahşap palet ve ambalaj malzemelerinin ISPM-15 kurallarına uygun olması zorunludur. Uygun işaretleme ve belgelendirmeye sahip olmayan ahşap ambalajlar, sınır kontrollerinde ilave denetimlere tabi tutulabilmekte veya ülkeye girişlerine izin verilmeyebilmektedir.

4. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Kanada, yüksek gelir düzeyi, istikrarlı ekonomik yapısı ve büyüyen konut piyasası ile mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım ürünleri açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Ülkenin mobilya pazarının önümüzdeki yıllarda büyümeye devam etmesi beklenmektedir.

Özellikle Ontario ve Québec eyaletleri, yüksek nüfus yoğunluğu ve güçlü satın alma gücü nedeniyle sektör açısından öncelikli hedef pazarlar olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca Vancouver, Calgary ve Edmonton gibi şehirlerde devam eden konut ve ticari yapı yatırımları sektöre yönelik talebi desteklemektedir.

Kanada pazarında ithal ürünlerin önemli paya sahip olması, rekabetçi fiyat ve kaliteli ürün sunabilen Türk firmaları açısından fırsat oluşturmaktadır. Türk üreticilerinin esnek üretim kabiliyeti, ürün çeşitliliği ve Avrupa standartlarında üretim yapabilmeleri pazarda avantaj sağlayabilecek unsurlar arasında yer almaktadır.

Kanada'da devam eden konut arzı açığı ve hükümetin konut üretimini artırmaya yönelik politikaları, iç mimari donanım sektörü açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. 2025 yılında konut başlangıçlarında artış görülmüş; özellikle Montreal'de konut başlangıçları bir önceki yıla göre yaklaşık %58 artarak 17.570'ten 27.777'ye yükselmiştir. Aynı

dönemde tekli konut projelerinde sınırlı bir gerileme yaşanırken, çok daireli konut projelerinde belirgin bir artış kaydedilmiştir.

Ayrıca Kanada Hükümeti tarafından 2025 yılında kurulan Build Canada Homes ajansı kapsamında uygun fiyatlı konut üretiminin hızlandırılması hedeflenmektedir. İlk aşamada altı federal arazide yaklaşık 4.000 konut inşa edilmesi planlanırken, toplam geliştirme potansiyelinin 45.000 konuta ulaşabileceği belirtilmektedir. Projeler arasında Québec eyaletindeki Longueuil'in de yer alması, özellikle Québec pazarında faaliyet göstermeyi hedefleyen Türk firmaları açısından ilave fırsatlar yaratabilecektir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Kanada pazarı yüksek rekabet düzeyine sahip olup Çin, ABD, Vietnam, Meksika ve İtalya gibi ülkeler sektörde güçlü konumdadır. Özellikle düşük maliyetli Asya menşeli ürünler ile Kuzey Amerika'daki yerleşik tedarik zincirleri rekabet baskısı yaratabilmektedir.

Kanada'nın geniş coğrafi yapısı nedeniyle lojistik maliyetleri ve teslimat süreleri ihracatçılar açısından önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca ithalatçılar tarafından talep edilebilen teknik dokümantasyon, kalite belgeleri ve ürün standartlarına ilişkin gereklilikler pazara giriş sürecinde ilave yükümlülükler doğurabilmektedir.

Kanada'nın ABD ve Meksika ile CUSMA kapsamında, Avrupa Birliği ile ise CETA kapsamında sahip olduğu tercihli ticaret düzenlemeleri, söz konusu ülkelerdeki üreticilere ve tedarikçilere Türk firmalara nazaran rekabet avantajı sağlayabilmektedir.

Québec eyaletinde Fransızca etiketleme ve tanıtım gereklilikleri de firmaların dikkate alması gereken hususlar arasında yer almaktadır.

6. İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Kanada pazarına giriş yapmak isteyen firmaların öncelikle Ontario ve Québec eyaletlerine odaklanmaları, yerel ithalatçı ve distribütörlerle iş birliği geliştirmeleri tavsiye edilmektedir. Sektörel fuarlara katılım sağlanması, potansiyel alıcılarla doğrudan temas kurulması ve ürün numunelerinin tanıtılması pazara giriş sürecini destekleyebilecek faaliyetlerdir.

Firmaların İngilizce ve Fransızca tanıtım materyalleri hazırlamaları, dijital pazarlama faaliyetlerine önem vermeleri ve e-ticaret kanallarını etkin şekilde kullanmaları önerilmektedir. Ayrıca ürünlere ilişkin teknik dokümantasyonun, test raporlarının ve kalite belgelerinin hazır bulundurulması ithalat süreçlerini kolaylaştırabilecektir.

Kanada'daki mimarlık ofisleri, iç mimarlar, mutfak ve dolap üreticileri ile proje bazlı çalışan firmalar sektör açısından önemli potansiyel müşteri grupları arasında yer almaktadır.

7. Genel Değerlendirme

Kanada, büyüklüğü artan mobilya pazarı, yüksek satın alma gücü ve ithalata açık yapısı ile mobilya aksesuarları ve iç mimari donanım sektörü açısından önemli ihracat potansiyeli sunmaktadır. Özellikle Ontario ve Québec eyaletleri sektör açısından öne çıkan bölgeler olup ülkenin büyük şehirlerinde konut ve ticari yapı yatırımları talebi desteklemektedir.

Bununla birlikte pazarda yoğun uluslararası rekabet bulunmakta olup, başarılı olabilmek için kalite, fiyat, teslimat performansı ve satış sonrası hizmetler açısından rekabetçi olunması önem taşımaktadır. Yerel distribütörlerle iş birliği yapılması, sektörel fuarlara katılım sağlanması ve Kanada pazarının teknik ve düzenleyici gerekliliklerine uyum gösterilmesi, Türk firmalarının pazardaki konumunu güçlendirebilecek başlıca unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

8. Kaynakça

<https://www.statcan.gc.ca/en/start>

https://www.eventseye.com/fairs/c1_trade-shows_canada.html

<https://competition-bureau.canada.ca/en/federal-labelling-requirements-upholstered-furniture>

<https://inspection.canada.ca/en/plant-health/forestry/imports/wood-packaging/questions-and-answers>

<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2026/01-99/01-99-2026-eng.pdf>

<https://www.statista.com/>

<https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/searchProduct.html?lang=eng>

https://www.citt-tcce.gc.ca/en/anti-dumping-injury-inquiries/active-dumping-and-subsidizing-cases#preliminary_injury

<https://www.citt-tcce.gc.ca/en/safeguard-inquiries/active-safeguard-inquiries>

<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html>

<https://www.fasken.com/en/knowledge/2025/05/doing-ecommerce-in-canada-heres-what-you-need-to-know>

<https://www.chfaweb.ca>

<https://www.idcanada.org>

<https://www.apdiq.com>

<https://nkba.org>

<https://awmac.com>

<https://www.canadianwoodworking.com>

<https://ddacanada.com>

<https://arido.ca>

<https://www.ccm.ca/en/>

<https://chamber.ca/toronto/>

<https://stats.crea.ca/en-CA/>

<https://ticaret.gov.tr/haberler/turkiye-cumhuriyeti-ticaret-bakanligi-ve-kanada-uluslararası-ticaret-bakanligi-ortak-bakanlik-aciklamasi-08-06-2026>