



SİLİFKE TİCARET VE SANAYİ ODASI

SİLİFKE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

KANADA

PAZAR BİLGİLERİ





1. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları

Dış Ticaret Mevzuatı (İthalat Rejimi, İhracat Rejimi)

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, ihracatının %75'ini, ithalatının %54'ünü NAFTA ortakları ABD ve Meksika ile yapmaktadır. 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 (Kanada İstatistik Kurumu verilerine göre 2019 yılında 566,5 milyar USD; 2020 yılında 648,066 milyar CAD). 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, 10/12/2019 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 ile Avrupa Birliği arasındaki mal ticaretinin %98'inde gümrük vergilerini karşılıklı olarak kaldıran Kapsamlı Ekonomik ve Ticaret Anlaşması-CETA, 7 (yedi) yıl süren müzakerelerin ardından, 21 Eylül 2017 tarihinde yürürlüğe girmiş; Ekim 2019 itibarıyla 13 AB ülkesi (Avusturya, Hırvatistan, Çekya, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Letonya, Litvanya, Malta, Portekiz, İspanya, İsveç ve İngiltere) iç onay sürecini tamamladıklarını AB Konseyine nota ile bildirmişlerdir. Mal ticaretinin yanı sıra, hizmet ticaretini, kamu ihalelerini ve yatırımları da içeren CETA, bugüne kadar AB'nin imzaladığı en kapsamlı ticaret anlaşmasıdır. 2020 yılı itibarıyla Kanada'nın 28 AB ülkesi Kanada'nın AB'ye ihracatı, toplam ihracatının %9,2'i olup bir önceki yıl bu oran %8,2 olarak gerçekleşmişti. Kanada'nın AB'den ithalatı ise toplam ithalatının %12,9'u olup bir önceki yıl bu oran %12,5 olarak gerçekleşmişti.

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. 1 Nisan 2021 tarihi itibarıyla ise söz konusu Canada-UK TCA 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 itibarıyla ayrılmış olması nedeniyle CETA'nın İngiltere ile Kanada arasındaki geçerliliği 1 Ocak 2021 itibarıyla sona ermiştir.



SİLİFKE TİCARET VE SANAYİ ODASI

SİLİFKE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

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.

CPTPP: Aralarında Kanada'nın da bulunduğu 11 ülkenin (Avustralya, Brunei, Şili, Japonya, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur ve Vietnam) temsilcileri tarafından 08/03/2018 tarihinde Şili'nin başkenti Santiago'da imzalanan CPTTP-Kapsamlı ve İlerici Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması'nın iç onay süreci, 7 üye (Meksika, Japonya, Singapur, Yeni Zelanda, Kanada, Avustralya ve Vietnam) tarafından tamamlanmış ve mezkur anlaşma, anılan 7 ülke arasında 30/12/2018 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu itibarla, Kanada G-7 ülkeleri arasında, diğer 6 üyeyle aktif ticaret anlaşması olan tek üye konumuna gelmiştir. Kanada İstatistik Kurumu verilerine göre, 2020 yılında Kanada'nın CPTPP'yi uygulamaya başlayan diğer 6 ülkeye ihracatı %-8,9 düşüşle 17,2 milyar ABD Doları, anılan ülkelere ithalatı ise %-13,7 gerilemeyle 41,9 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

Öte yandan, 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 istikşafı 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 tarif kontenjani, 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 edilmektedirler.

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 ticarifatura,
- 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.

2021 yılı Gümrük Tarifesi için;

<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2021/01-99/01-99-t2021-eng.pdf>

Kanada gümrük vergileri "Customs Act" kapsamında belirlenmektedir. Tarife satırlarının %99,7'sinde bağlı tarife oranları bulunmaktadır. DTÖ kayıtlarına göre 2019 yılında ortalama uygulanan tarife oranı %3,9 düzeyinde olup söz konusu oran tarım ürünlerinde %15,1; sanayi ürünlerinde ise %2,1 düzeyindedir. Toplam sanayi ürünleri tarife satırlarının %79,2'si ve tarım ürünleri tarife satırlarının %68,5'inde uygulanan tarife oranları "En Çok Kayırlan Ülke (Most Favoured Nation-MFN *applied*)" bazında muafittir. Bu oranın yüksek olmasında Kanada'nın ITA Anlaşmasına taraf olması nedeniyle tarifelerinde uyguladığı serbestleşme önemli rol oynamıştır. Ortalama MFN tarife oranı en yüksek olan sektörler arasında hayvan ürünleri (%24,1), süt ürünleri (%24,9), hazır giyim (%16,6), hububat ve tahıl ürünleri (%19,8) ve çay-kahve (%10,1) ürünleri 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 gelirli 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 yararlandırılmamaktadır.

AB ülkeleri, Kanada'nın tekstil ürünleri, hazır giyim, kumaş, ayakkabı ve gemi inşa 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.



SİLİFKE TİCARET VE SANAYİ ODASI

SİLİFKE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

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.

İç Vergiler ve Oranları

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

İthalatta, gümrük vergisi dışında %5 oranında federal **GST** (Goods and 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-1: 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 and Labrador	HST	%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.

Kanada'da uygulanmakta olan **Kurumlar Vergisi Oranı %38** olup 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 ile %33** arasında, eyaletlerdeki gelir vergisi oranları ise %4 ile %21 arasında değişmektedir



SİLİFKE TİCARET VE SANAYİ ODASI

SİLİFKE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Ülkede uygulanmakta olan vergiler hakkında bilgi için:

<https://www.canada.ca/en/services/taxes/income-tax.html>

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

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

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

Ürün Standartları ile ilgili Uygulamalar

Gerek ekolojinin 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 mevzuatını** yenilemiş ve yeni mevzuatın bir bölümü 15 Ocak 2019 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanadalılar için **Güvenli Gıda Yönetmeliği** olarak adlandırılan söz konusu mevzuat ile sektördeki uygulamalar ABD uygulamalarına daha da yakınlaşmıştır. **Canadian Food Inspection Agency (CFIA)** gıda güvenliği alanında Kanada'da düzenleyici ve denetleyici federal kuruluştur.

Yeni düzenlemelere göre 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 BELGELENDİRME

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 tabiidir. 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 <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: <https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/01248.htm>

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, 21.10.2019 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

Kanada tarafından dış ticarete uygulanmakta olan teknik engeller hakkında bilgiye www.teknikengel.gov.tr sitesinden erişilebilmektedir.

Ticarette Teknik Engeller web sitesi, kullanıcıların teknik engeller alanında yararlanacağı ve etkin olarak kullanacağı temel bir platform olarak yapılandırılmıştır. Bu çerçevede, söz konusu siteden ülkeler itibarıyla ticarete teknik engeller uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmekte, ülkelerin mevzuat ve uygulamaları hakkında Bakanlığımızdan bilgi talep edilebilmekte ve ihracatta karşılaşılan teknik engeller interaktif olarak Bakanlığımıza bildirilebilmektedir. Söz konusu siteye ücretsiz olarak üye olunabilmektedir. Sitenin üyelerine ilgilendikleri ülke ve ürün gruplarına ilişkin düzenlemeler günlük olarak e-posta ile gönderilmektedir.

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 formu 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 araçların etkinliği göze çarpmaktadır. Dağıtım kanallarını da ellerinde bulunduran bu araçların, ürünlerin pazarlanması bakımından sağladığı imkânların değerlendirilmesinde yarar bulunmaktadır.

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

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 bulunan zincirlerin ürün portföylerine gıda ürünlerini de dahil etmeye başlamış olmalarıdır.

Süpermarketler Kanadalı tüketiciler tarafından en çok tercih edilen birimler olup, yılda ortalama olarak her Kanadalı tüketici 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

2020 yılı itibarıyla Kanada nüfusu yaklaşık 37,5 milyon, 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. 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 atıştırmalık" 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.

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Tüketiciler giderek artan biçimde online alışverişe yönelmektedir. Online alışverişte özellikle genç tüketiciler akıllı telefonları kullanmaktadır. Kanada internet kullanımının en yaygın olduğu ülkelerden biridir. 2019 CANADA POST verisine göre Kanadalı tüketicilerin online alışverişlerinin %61'i yerel online platformlardan alışveriş yapmaktadır. 2021 STATISTA verilerine göre 2020 yılında Kanada'da e-ticaret alanında yaratılan gelir 29,9 milyar USD seviyesinde gerçekleşmiş ve kullanıcı sayısı 26,1 milyon olmuş; 2025 yılında ise bu rakamların sırası ile 40,4 milyar USD gelir ve 30,5 milyon kullanıcı şeklinde gerçekleşmesi öngörülmektedir.



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.

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, glutensiz v.b. sağlıklı gıda ürünlerine yönelik eğilim artarak devam etmektedir.

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

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, büyük market 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/> (chrome ile açılır) 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.

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 yakınına gerçekleştirilmektedir.

Kanada İstatistik Kurumu verilerine göre 01.01.2020 tarihi itibarı ile Kanada'nın büyükbaş hayvan varlığı 11,2 milyon, domuz varlığı 13,9 milyon, koyun varlığı ise 800 bindir. Eyaletler arasında Alberta, Kanada'da toplam sığır varlığının % 40,2'sini, Saskatchewan % 19,6'sını, Ontario % 14,1'ini barındırmaktadır. 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 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. Alınıp 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 rekabette olumsuz etkilenmektedir.

Kanada'da en önemli imalat sanayi, güneybatı Ontario'daki otomobil 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 ayrılacağı 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 sanayii 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.

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 Ajansının 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, gerekse 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.

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. Deloitte'un “Global Powers of Construction” isimli raporuna göre Kanada, dünyanın en büyük beşinci müteahhitlik pazarıdır. Müteahhitlik sektörü, Kanada ekonomisinin %7'sini oluşturmakta, istihdamın ise %7,7'sini sağlamaktadır. 2019 yılında, müteahhitlik faaliyetlerinin %36'sı Ontario, %17'si Quebec, %17'si Alberta ve %16'sı British Columbia Eyaletlerinde gerçekleştirilmiştir. Düşük faiz oranlarına ve her yıl yaklaşık 350 bin yeni göçmen alımına bağlı olarak konut sektörü oldukça aktiftir.



Madencilik

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

Ülke genelinde 60'tan fazla farklı mineral ürün çıkartılan 884 adet maden ve ocak faaliyet göstermektedir. Kanada, **dünyanın en büyük potas ve 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.

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 Anglo-Sakson 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 değerlendirmesi 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 çerçevede içerisinde değerlendirmeleri; sigorta ve navlun maliyetlerini düşürerek ihracatımızın artışına katkı sağlayacaktır.



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

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

Diğer taraftan ülkede ürün ve sektör tanıtımı, hatta satış amaçlı olarak ihracatçılarımızın elektronik ticaretin imkanlarını daha etkin kullanabileceği düşünülmektedir. Pek çok ithalatçı için, firma ve ürünleri hakkında İngilizce ve Fransızca olarak hazırlanmış doyurucu bir web sitesinin ve firmaya özel bir e-posta adresinin bulunması bir 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, showroom'ları 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 tanıtilmediği 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 başarılabilir 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 yasalarını da göz önüne almalarında fayda görülmektedir.

Kanada'da tek seferlik görüşme ile ticari bağlantı kurma ihtimali düşük olduğundan, B2B organizasyonlarında genellikle somut sonuçlar alınabilmektedir. 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; ziyarete gerek kalmadan gerçekleştirilebilen sanal B2B uygulamaları gibi daha düşük bütçeli alternatiflerin de değerlendirilmesinde fayda olduğu değerlendirilmektedir.

Para Kullanımı

Kanada'nın para birimi Kanada Doları'dır. Ancak ülkede ABD Doları da aynı şekilde kabul edilmektedir. Bir Kanada Doları 100 sent (¢) etmektedir. Madeni para birimleri, 5¢, 10¢, 25¢, 1 Dolar ve 2 Dolar'dır. 2, 5, 10, 50 ve 100 Dolarlık banknotlar da tedavüdedir. 1 Kanada Doları, 01/01/2021 tarihi itibarıyla 0,78 ABD Dolarına eşittir.

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

Resmi ve umuma mahsus pasaport hamili Kanada vatandaşları ülkemize giriş yaparken vizeye tabidir. Umuma mahsus pasaport hamilleri 90 gün ikamet süreli müteaddit giriş vizelerini sınır kapılarında alabilmektedir.



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'da 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 getirmektedirler. 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 arasındapay 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 Eyalet 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.



SİLİFKE TİCARET VE SANAYİ ODASI

SİLİFKE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Sermaye şirketlerinin, federal, eyalet veya bölge düzeyinde kaydı zorunludur. Doğal olarak, vergi bakımından Kanada Gelir İdaresine de kayıt yaptıрма 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.

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 (online kayıta 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, bir ticari 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 kurulsun 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.



SİLİFKE TİCARET VE SANAYİ ODASI

SİLİFKE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

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 800 milyar Dolardır.

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. 37 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, online 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, böylece yaşanan nüfusun dengelenmesi, iş piyasasının kaynaklarının artırılması ve ekonomik büyümede sürdürülebilirliğin sağlanmasının amaçlanmaktadır.

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

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 firmasınınca inşaat işçisi istihdam edilmek amacıyla ön başvuru yapılması durumunda, işgücü piyasasının izlenebildiği platformlardan arz açığı olup olmadığı kontrol edilmekte; işçi sendikalarının görüşü alınmaktadır.