



GUIDE D'EDC

CONSEILS POUR FAIRE BONNE FIGURE EN TURQUIE

Voici comment y maximiser votre succès

Canada



UN MONDE À CONQUÉRIR

En matière d'étiquette des affaires, ce qui est acceptable ou non peut varier d'un pays à l'autre. Pour connaître du succès en affaires à l'étranger, il vous faut bien comprendre la culture, les traditions et les habitudes commerciales de vos clients et partenaires dans vos marchés cibles, et y adapter vos communications et vos stratégies d'affaires. Cela pourrait jouer un rôle décisif dans l'obtention – ou la perte – d'un contrat.

En tant que membre du G20 et de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), la Turquie est un partenaire commercial important pour le Canada et demeure une source de débouchés pour nos exportateurs et nos investisseurs.

En 2020, le commerce bilatéral entre le Canada et la Turquie totalisait plus de 3 milliards de dollars, malgré les difficultés liées à la COVID-19. Plusieurs secteurs recèlent un potentiel inexploité, comme l'infrastructure, l'énergie, la fabrication de pointe, les technologies propres, les technologies de l'information et des communications et l'agroalimentaire, du fait que la Turquie est à l'aube d'une transformation économique majeure. Malgré la volatilité du marché ces dernières années, la croissance annuelle moyenne du produit intérieur brut (PIB) turc était de 5,5 % entre 2010 et 2020, ce qui est bien au-delà de la moyenne de 2,3 % des pays membres de l'OCDE.

La Turquie, c'est aussi 84 millions d'habitants, de nombreux accords commerciaux, y compris l'union douanière de l'Union européenne, et une position géographique enviable, ce qui représente un accès à 1,5 milliard de personnes et à un marché au PIB combiné de 24 billions de dollars américains qui s'étend en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique du Nord et en Asie centrale.

Les particularités culturelles varient d'un pays à l'autre, mais en adaptant vos stratégies de négociation et de communication, vous pouvez maximiser votre succès commercial en Turquie.



5 RÈGLES D'ÉTIQUETTE À OBSERVER

1. **Nouez des relations personnelles.** Comme la majorité des sociétés turques sont des entreprises familiales, les interactions sociales et l'hospitalité occupent une grande place. Avant de parler affaires, établissez un rapport chaleureux en faisant un brin de causette autour d'un thé ou d'un café turc. Si l'on vous invite à la maison, il est de bon aloi d'apporter un cadeau, comme un dessert ou un article de décoration.
2. **Soyez prêt à négocier.** Les négociations sont au cœur de la culture des affaires en Turquie, et vous n'y échapperez pas – adaptez votre stratégie commerciale en conséquence. L'important est de savoir vous armer de patience.
3. **Soyez ponctuel.** La Turquie est un pays dynamique où les affaires bougent vite. Pour cette raison, et compte tenu des embouteillages monstres qui sont monnaie courante à Istanbul, prévoyez amplement de temps pour être à l'heure. Par contre, si votre réunion est retardée, la patience est de mise.
4. **Démontrez de l'intérêt pour la culture locale.** Les Turcs sont fiers de leur pays, de leur histoire et de leur culture. Vous montrer prêt à explorer et à découvrir le pays vous aidera à tisser rapidement des liens. N'hésitez pas pour autant à parler du Canada; notre pays est bien vu en Turquie et beaucoup de gens envoient leurs enfants y faire des études.
5. **Utilisez les titres de civilité appropriés lors des rencontres initiales.** En contexte professionnel, les mots *Bey* (M.) et *Hanim* (M^{me}) sont généralement utilisés. Insérez-les après le nom de famille de vos interlocuteurs pour montrer votre maîtrise des coutumes locales.

FAITS INTÉRESSANTS SUR LA TURQUIE

- › Traversée par le détroit naturel du Bosphore, la ville d'Istanbul est à cheval sur deux continents : l'Europe et l'Asie. Comme Rome, cette ville historique a été bâtie sur sept collines. À noter que la capitale nationale est Ankara, et non Istanbul.
- › Le grand bazar d'Istanbul – le plus grand « centre d'achat » au monde – compte plus de 3 000 boutiques et existe depuis le XV^e siècle. Avant la pandémie, 90 millions de touristes y mettaient les pieds chaque année.
- › Saint-Nicolas (le fameux « père Noël ») a vraiment existé! Ce saint chrétien issu de parents grecs a été évêque de Myre et est né sur le territoire actuel de la Turquie.
- › Connue pour ses loukoums (des confiseries), son café corsé et son amour du thé, la Turquie est aussi le plus grand producteur mondial de noix.
- › On attribue à la Turquie la popularisation des tulipes. Au XVI^e siècle, un ambassadeur flamand les aurait rapportées en Hollande à la suite de son séjour auprès du sultan Soliman le Magnifique.
- › Turkish Airlines est la compagnie aérienne qui dessert le plus de destinations; ses vols directs vont notamment d'Istanbul à Montréal, Toronto et Vancouver.
- › L'économie turque est une des seules à avoir su croître en 2020 en dépit de la pandémie.
- › En 2020, la Banque mondiale plaçait la Turquie au 33^e rang sur 190 dans son classement relatif à l'indice de facilité de faire des affaires.

POUR EN SAVOIR PLUS

- › Visitez la page [Info-pays et info-marchés](#) d'EDC.
- › Visitez la page d'[informations sur les pays et les secteurs](#) du Service des délégués commerciaux du Canada.
- › Écrivez à [Famer Engin](#), gestionnaire régional principal d'EDC pour la Turquie.
- › Lisez cet article éclairant d'EDC sur la conduite des affaires en [Turquie](#).

À PROPOS D'EXPORTATION ET DÉVELOPPEMENT CANADA

Qui nous sommes

Exportation et développement Canada (EDC) est l'organisme de crédit à l'exportation du Canada. Notre mandat consiste à soutenir et à développer le commerce extérieur du Canada en aidant les entreprises canadiennes à profiter des débouchés offerts sur le marché international. Nous sommes une société d'État financièrement autonome, indépendante du gouvernement du Canada.

Avis de non-responsabilité

Le présent document est une compilation de renseignements accessibles au public. Il ne vise aucunement à donner des conseils précis et ne devrait pas être consulté dans cette optique, car son but est simplement d'offrir un tour d'horizon. Il serait donc malavisé d'agir ou de prendre une décision sans avoir fait une recherche approfondie indépendante et obtenu des conseils d'un professionnel sur le sujet précis traité. Bien qu'Exportation et développement Canada (EDC) ait déployé des efforts commercialement raisonnables pour s'assurer de l'exactitude des renseignements contenus dans le présent document, EDC ne garantit d'aucune façon leur exactitude, leur actualité ou leur exhaustivité. Le présent document pourrait devenir périmé, en tout ou en partie, à tout moment. Il incombe à l'utilisateur de vérifier les renseignements qu'il contient avant de s'en servir. EDC n'est aucunement responsable des pertes ou dommages occasionnés par une inexactitude, une erreur ou une omission dans ce contenu. Le présent document ne vise aucunement à donner des avis juridiques ou fiscaux et ne doit pas servir à cette fin. Pour obtenir ce genre de conseils, il est recommandé de consulter un professionnel compétent. EDC est propriétaire de marques de commerce et de marques officielles. Toute utilisation d'une marque de commerce ou d'une marque officielle d'EDC sans sa permission écrite est strictement interdite. Toutes les autres marques de commerce figurant dans ce document appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Les renseignements présentés peuvent être modifiés sans préavis. EDC n'assume aucune responsabilité en cas d'inexactitudes dans le présent document.

© Exportation et développement Canada, 2022. Tous droits réservés.