

DOCS  
CA1  
EA  
C16  
FRE  
v. 24  
March 1,  
2006  
Copy 1

# CANADEXPORT

Min. des Affaires étrangères

MAR - 2 2006

Return to Departmental Library  
Retourner à la bibliothèque du Ministère

LATEST ISSUE  
DERNIER  
NUMERO

Canada

Gouvernement  
du Canada  
Government  
of Canada



www.canadexport.gc.ca

Volume 24 > Numéro 4  
1<sup>er</sup> mars 2006

DANS CE NUMÉRO > S'OUVRIRE À L'AFRIQUE DU NORD >

## Le marché agroalimentaire turc, une corne d'abondance

Ces dernières années, la Turquie s'est transformée en économie moderne et dynamique. Les réformes entreprises dans les années 1970 et renforcées après 1999 ont alimenté la transition de l'économie rurale turque vers une économie industrielle moderne. La Turquie se classe aujourd'hui au 21<sup>e</sup> rang dans le monde pour l'importance de son économie, et son PIB s'établit à environ 345 milliards de dollars.

Elle négocie actuellement en vue de son adhésion à l'Union européenne, et ses perspectives d'avenir sont plus prometteuses que jamais. Comme son PIB croît plus rapidement que sa population, son PIB par habitant devrait atteindre 6 300 \$ en 2009, niveau permettant aux consommateurs d'acheter des aliments d'une plus grande valeur et d'une meilleure qualité.

Les tendances démographiques sont aussi favorables. La Turquie compte environ 73 millions d'habitants, et sa population croît de 1,48 % par année. La moitié de la population du pays a moins de 25 ans, et 18 % entre 15 et 24 ans. La population urbaine, estimée à 34,3 millions en 1990, devrait atteindre les 57,9 millions en 2005, soit 79,5 % de la population totale.

### Essor de l'agroalimentaire

Le marché agroalimentaire de la Turquie est étendu. En 2004, ses importations se sont chiffrées à 5,4 milliards de dollars, et ses exportations, à 3,9 milliards de dollars. La Turquie exporte

voir page 3 - Une corne d'abondance



Graines à vendre au Grand bazar d'Istanbul, le plus grand marché couvert de Turquie

## L'Arizona propice aux entreprises canadiennes

Lors de sa récente visite en Arizona, le conseiller national du Canada en matière de sciences, Arthur Carty, a déclaré que le Canada était prêt à faire des affaires dans « l'État du Grand Canyon ». Au cours de son premier voyage à Tucson, il voulait essentiellement déterminer la possibilité d'une collaboration en recherche et en commercialisation de l'innovation entre les centres de recherche du Canada et l'Université de l'Arizona, chef de file de la recherche de l'État.

Cette visite fournissait aussi une excellente occasion de promouvoir le Canada comme l'un des principaux pays créateurs du savoir, de faire valoir sa capacité de recherche et de mettre à profit le parte-

nariat de recherche en optique et en optoélectronique conclu il y a six ans entre l'Université Carleton d'Ottawa et l'Université de l'Arizona.

L'Université de l'Arizona joue un rôle prépondérant à l'échelle mondiale dans la recherche en optique, en astronomie et en sciences lunaires et planétaires et figure parmi les principaux centres de recherche aux États-Unis en sciences biomédicales et en biotechnologie, en systèmes

voir page 5 - Arizona



Commerce international  
Canada

International Trade  
Canada

Canada