



Sektor spożywczy w Kanadzie

3 listopada 2020 r.

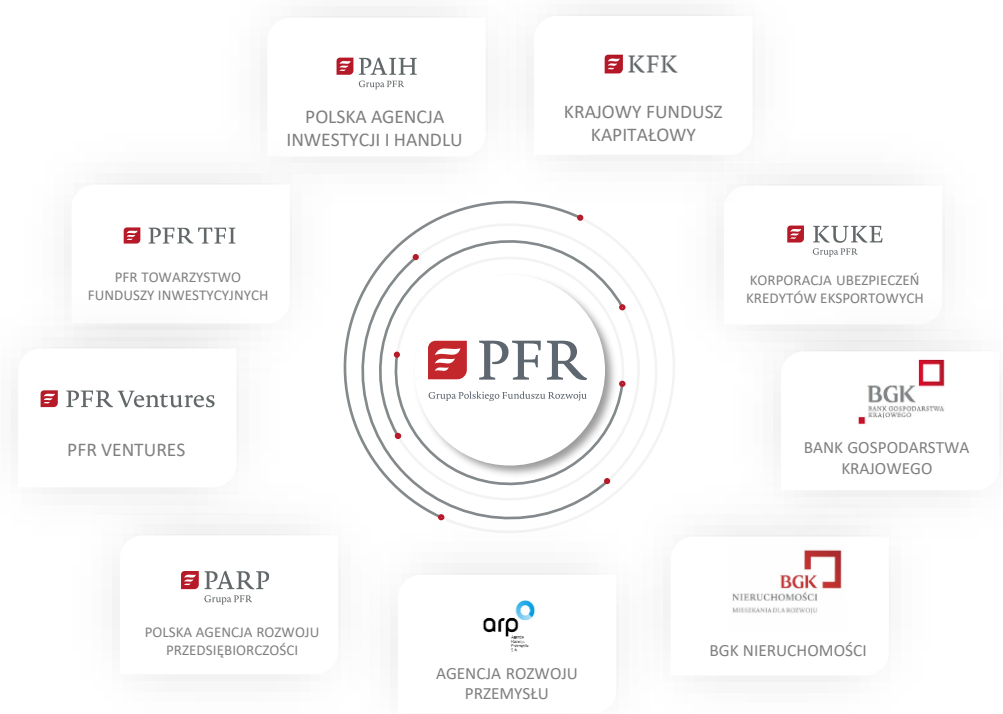
Spis treści:

Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.....	3
Rozdział 2: Informacje podstawowe.....	5
Rozdział 3: Charakterystyka sektora oraz największe firmy w branży.....	6
Rozdział 4: Rynek produktów etnicznych.....	10
Rozdział 5: Polski eksport towarów spożywczych do Kanady.....	11
Rozdział 6: Inwestycje zagraniczne.....	12
Rozdział 7: Umowa CETA.....	13
Rozdział 8: Przepisy dotyczące importu artykułów spożywczych...	14
8.1. Towary rolne.....	16
8.2. Produkty rybne.....	17
Rozdział 9: Uwarunkowania formalno – prawne wejścia na rynek	22
Rozdział 10: Aktualne formy pomocy publicznej.....	25
Rozdział 11: Targi spożywcze w Kanadzie.....	26

Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu

Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) jest instytucją doradczą wchodzącą w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR), punktem pierwszego kontaktu dla eksporterów oraz inwestorów.

Komplementarna oferta grupy PFR



Misją PAIH jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Działamy zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH).

Oferujemy szybki dostęp do kompleksowej informacji dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego Państwa projektów biznesowych. Pomagamy również w pokonywaniu procedur administracyjnych dotyczących konkretnych przedsięwzięć, opracowaniu rozwiązań prawnych, znalezieniu odpowiedniej lokalizacji oraz wiarygodnych partnerów i dostawców.

Zapewniamy również dostęp do instrumentów finansowych, w tym ubezpieczeń oferowanych przez instytucje zrzeszone w Grupie Polskiego Funduszu Rozwoju.

Oferta Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu składa się z trzech kluczowych filarów:



Eksport

Wsparcie polskiego eksportu ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).



Inwestycje

Zwiększanie rodzimych inwestycji w Polsce oraz za granicą. Wsparcie inwestycji zagranicznych na terenie naszego kraju.

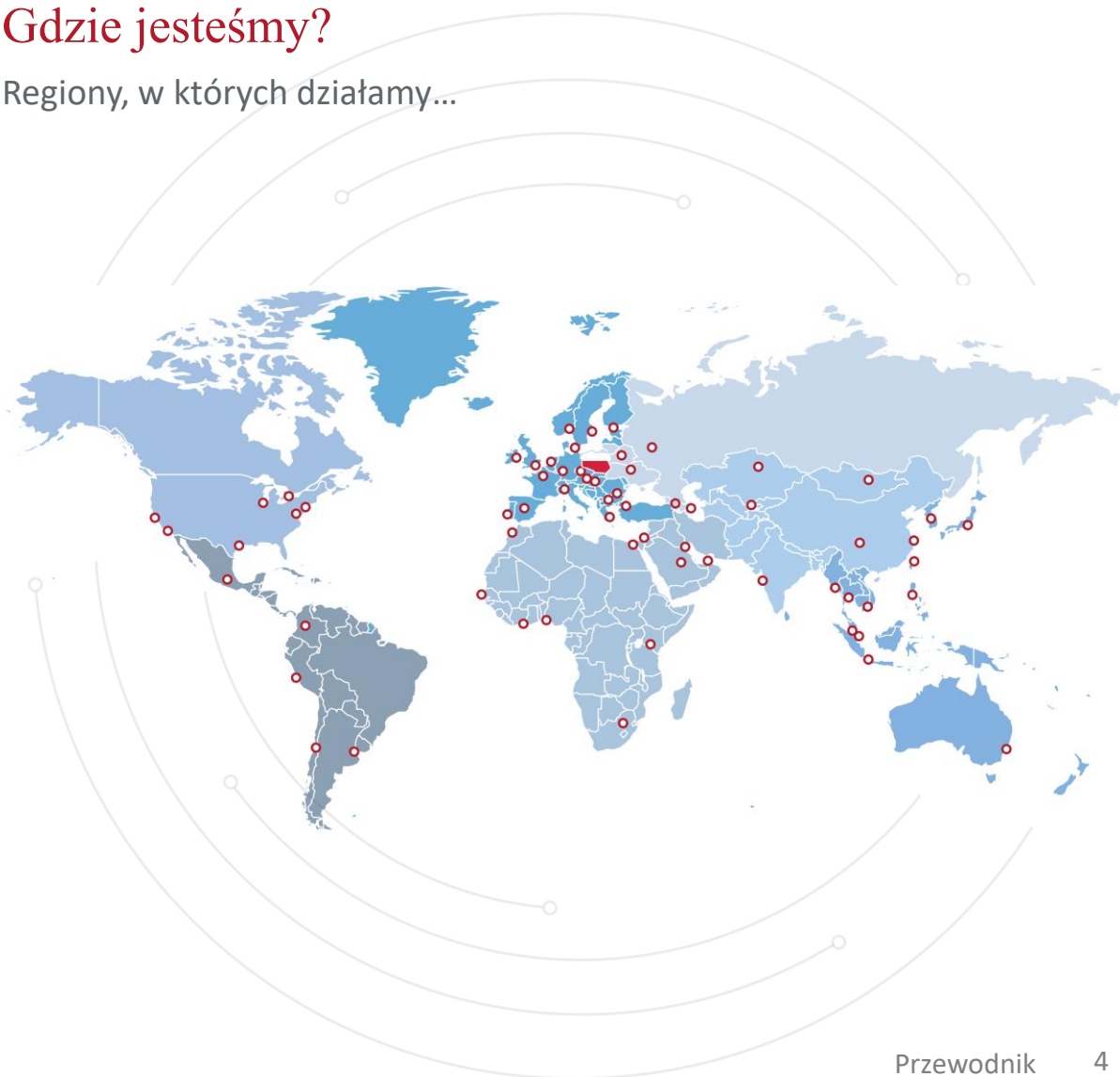


Partnerstwo

Współpraca z administracją publiczną oraz instytucjami otoczenia biznesu w realizacji wspólnych projektów.

Gdzie jesteśmy?

Regiony, w których działamy...

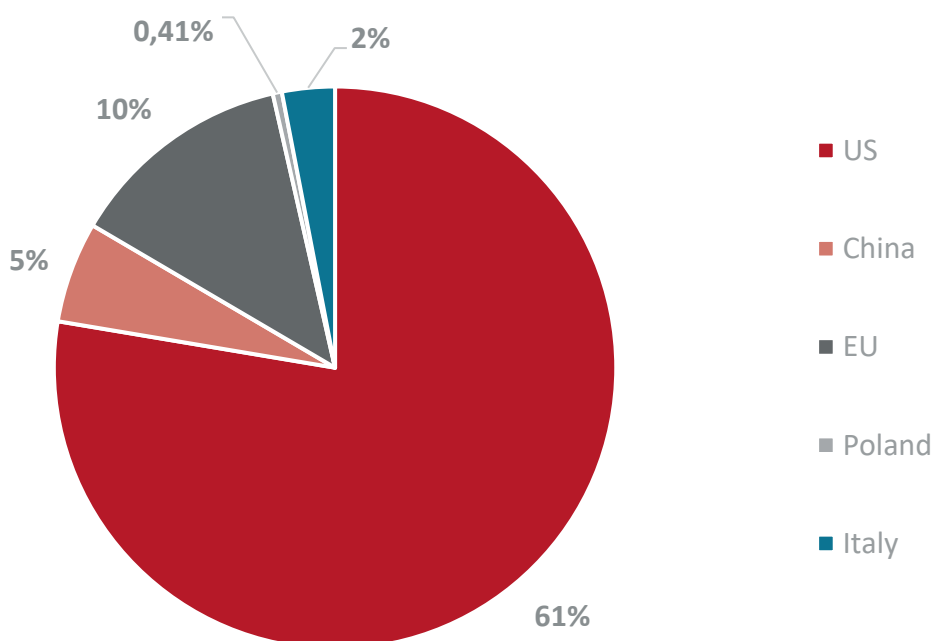


Rozdział 2: Informacje podstawowe

Według danych kanadyjskiego głównego urzędu statystycznego *Statistics Canada* import towarów rolno-spożywczych do Kanady w ostatnich latach systematycznie rośnie i w 2019 r. wyniósł 29,2 mld CAD, co oznacza wzrost o 4,6% w stosunku do poziomu z 2018 r.

Podstawowym partnerem handlowym oraz największym dostawcą towarów rolno-spożywczych do Kanady są Stany Zjednoczone (61%). Drugim pod względem wielkości eksporterem towarów rolno-spożywczych z rosnącym stopniowo udziałem w dostawach jest Unia Europejska (10%). Kolejne miejsca zajmują: Chiny (5%). Z całego światowego importu tylko 0,41% importu sektora spożywczego do Kanady stanowi Polski import. Powyższe uplasowanie się krajów w eksporcie do Kanady pozostało niezmiennie od ostatnich 5 lat.

Najwięksi partnerzy rolno-spożywczy Kanady –
Import 2019



Źródło: Statistics Canada: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/eng/home>

Rozdział 3: Charakterystyka sektora oraz największe firmy w branży

Kanadyjski rynek handlu żywnością jest wyceniany obecnie na około 100 mld CAD rocznie i pozostaje silnie skonsolidowany. Pięciu czołowych dystrybutorów żywności w handlu detalicznym realizuje w sumie około 75% wartości sprzedaży. Tradycyjne supermarkety i sklepy typu „cash and carry” są głównymi kanałami sprzedaży żywności. Swoją ofertę artykułów spożywczych systematycznie poszerzają drogerie (*drug stores, pharmacies*) np.: Shoppers Drug Mart (w prowincji Quebec – Pharmaprix), Katz Group’s Pharmacy, McKesson Canada czy Jean Coutu Group (PJC) Inc. oraz tzw. sklepy jednej ceny „*dollar stores*” np. Dollarama, gdzie coraz częściej pojawiają się produkty spożywcze takie jak: płatki śniadaniowe, słodczyce itp. Hipermarkety, supermarkety oraz dyskonty spożywcze posiadają ok. 66% udziału w rynku sprzedaży żywności. Sprzedaż detaliczna artykułów spożywczych w Kanadzie skupiona jest wokół trzech wiodących firm kanadyjskich:

- Loblaw Companies Limited
- Metro Inc.
- Sobeys (część konglomeratu Empire Company Limited)

Loblaw Companies Ltd.

Loblaw Companies Ltd. to obecnie największy konglomerat dystrybucji żywności i napojów na terenie Kanady posiadający 2300 sklepów w formatach takich jak: dyskonty spożywcze, supermarkety tradycyjne, hipermarkety i hurtownie „cash and carry”. Dodatkowo Loblaw oferuje produkty przemysłowe, leki, kosmetyki oraz usługi finansowe stając się miejscem gdzie można znaleźć wszystkie produkty codziennego użytku. Firma zatrudnia 192 tys. pracowników (na pełen i na pół etatu) i jest jednym z największych prywatnych pracodawców w Kanadzie. Silna pozycja na rynku pozwoliła rozwinąć marki własne takie jak: President's Choice, No Name, Life Brand i Joe Fresh (odzież, kosmetyki).

Źródło: <https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/supermarkets-grocery-stores-industry/>

Drug Mart pod powyższą nazwą oraz pod nazwą Pharmaprix (w prowincji Quebec, a np. w Polsce „Super-Pharm”) prowadzi sprzedaż głównie lekarstw i innych produktów farmaceutycznych, jak również pakowanej żywności, środków czystości i higieny osobistej, kosmetyków i perfum, drobnego sprzętu i wyposażenia domowego.

Sieci sklepów zarządzane przez Loblaw Companies to między innymi: Loblaws, Shoppers Drug Mart, Real Canadian Superstore, Fortinos, Zehrs, Provigo, No Frills, Maxi. TNT Supermarket, Atlantic Superstore, Bloor Street Market, Your Independent Grocer, Joe Fresh, Save Easy, Valu-Mart, Extra Foods, Wholesale Club, Shop Easy, The Affiliated Independent Group, Super Valu.

Sobeys Inc.

Firma Sobeys Inc. istnieje od 1907 r. i jest aktualnie częścią konglomeratu Empire Co. Ltd. Formaty sklepów należących do Sobeys to przede wszystkim hipermarkety, w których poza produktami spożywczymi sprzedawana jest również szeroka gama artykułów przemysłowych. Sobeys działa we wszystkich dziesięciu prowincjach Kanady. Firma zatrudnia 125 tys. pracowników i posiada 1500 sklepów generujących przychód w wysokości 24,6 mld dolarów. Jednakże ze względu na lokalizację swojej głównej siedziby w prowincji Nowa Szkocja, obecność firmy jest o wiele silniejsza we wschodniej części kraju. Firma posiada marki własne takie jak: Compliments (Balance, Gluten-Free, Organic, Greencare, Sensations by Compliments, Compliments Naturally Simple) oraz SIGNAL.

Do Sobeys należą sieci sklepów: Sobeys, IGA, IGA Extra, FreshCo, Foodland, Marche Boni Choix, Marche Tradition, Needs, Lawtons, Rachelle-Bery.

W 2013 r. w celu wzmocnienia obecności firmy w zachodniej Kanadzie sieć Sobeys Inc. przejęła za 5,8 mld CAD oddział Safeway Inc. – amerykańską sieć supermarketów, obecnie znajdująca się na drugiej pozycji wśród największych sieci supermarketów w Ameryce Północnej.

Źródło: <https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/supermarkets-grocery-stores-industry/>

Metro Inc.

Firma założona w 1947 posiada ponad 600 supermarketów oraz 250 drogerii/farmacji głównie w prowincjach Quebec (gdzie rozpoczęła działalność) oraz w Ontario. Marki własne firmy Metro to: Selection i Irresistibles, natomiast marki prywatne będące częścią firmy to: Godiva (czekolada), Gril Rouge, Hémisphère Wines, Première Moisson (piekarnie). Roczny dochód firmy to ponad 9,2 mld CAD.

W skład sieci Metro wchodzi sklepy spożywcze: Metro, Metro Plus, Super C and Food Basics, Marché Richelieu, Les 5 Saisons, Marché AMI, Marché Extra, Service, Servi Express and Dépanneurs Gem Convenience Stores, Marché Adonis oraz drogerie: Brunet, The Pharmacy, Drug Basics, McMahon Distributeur Pharmaceutique Inc., Metro Ontario Pharmacies Limited, Metro Pharmacy, The Health Products Stewardship Association (HPSA).

Walmart Canada

Walmart wszedł na rynek kanadyjski w 1994 roku przejmując 122 sklepy sieci Woolco. Firma posiada ponad 400 sklepów. Walmart oferuje w swoich sklepach ponad 120,000 różnych produktów takich jak: produkty spożywcze, elektronikę, kosmetyki, chemię, wyposażenie wnętrz i ogrodów oraz punkty usługowe tj. serwisy naprawcze samochodów, fotograficzne, optyczne. W związku z wejściem na rynek konkurencyjnej sieci Target (w 2015 r. po niespełna dwóch latach funkcjonowania na kanadyjskim rynku amerykańska sieć handlowa Target ogłosiła decyzję o wycofaniu się z Kanady) Walmart poszerzył swoją ofertę o artykuły spożywcze.

Costco Wholesale

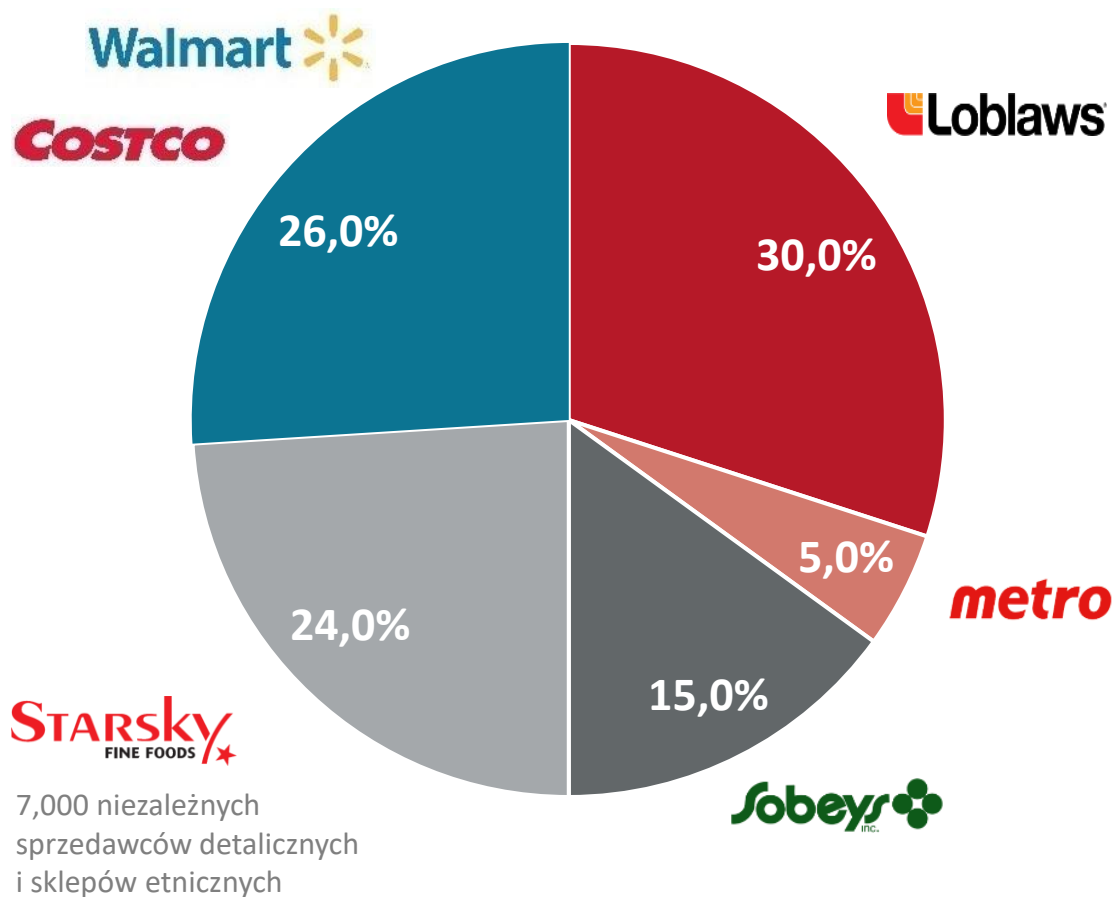
Costco Wholesale to sieć hurtowni „cash and carry” z siedzibą w USA, która od momentu wejścia na rynek kanadyjski w 1986 roku, aktualnie posiada status lidera sprzedaży w tym segmencie. Sieć na terenie Kanady to 98 sklepów w dziewięciu kanadyjskich prowincjach oferujących żywność, urządzenia AGD i odzież. Marka własna Costco to Kirkland Signature. Roczny dochód firmy to ok 15 mld CAD.

Źródło: <https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/supermarkets-grocery-stores-industry/>

Małoformatowe sklepy spożywczo – przemysłowe (convenience stores)

Według najnowszych danych *Canadian Convenience Store Association* 26 tys. małoformatowych sklepów spożywczych w Kanadzie odwiedza codziennie 10 mln klientów. Sklepy te zatrudniają ok. 227 tys. pracowników, dając kanadyjskiej gospodarce dochód na poziomie 56 mld rocznie.

Najważniejszymi sklepami typu „convenience stores” w Kanadzie są: Alimentation Couche-Tard, Avondale Stores, Circle K, Hasty Market, Irving Blue Canoe / Irving Mainway, Mac's Convenience Stores, Needs Convenience, OLCO, Provi-Soir, Quickie Convenience Stores, The Kitchen Table, Little Short Stop Stores, Red Circle, 7-Eleven Canada.



Źródło: <https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/supermarkets-grocery-stores-industry/>

Zadanie 4: Rynek produktów etnicznych

Kanada uznawana jest za najbardziej zróżnicowany kulturowo kraj zachodni. Według danych głównego urzędu statystycznego „Statistics Canada” Kanadę w 2018 r. zamieszkiwało około 8 mln osób urodzonych poza granicami kraju. Liczba ta stanowi ~22% ogółu ludności, co jest najwyższym takim odsetkiem wśród krajów grupy G7. Imigranci są ważnym wsparciem dla kanadyjskiej gospodarki, co przekłada się na trendy konsumenckie na rynku żywności. Pomimo, iż tradycyjne sklepy spożywcze kontrolują większość sprzedaży artykułów spożywczych, duża część konsumentów produktów etnicznych szuka ich w lokalnych sklepach obsługiwanych przez własną grupę etniczną.

Największa sieć sklepów etnicznych w Kanadzie to T&T Supermarket Inc (żywność azjatycka) supermarkety będące własnością firmy Loblaw. W prowincji Quebec największą taką siecią jest Marché Epicure. Polskie produkty cieszą się także dużą popularnością na rynku kanadyjskim. Z branży spożywczej największymi polonijnymi firmami są:

Omega Food Importers Co. Ltd. z siedzibą w Mississauga (Ontario) – główny importer i dystrybutor polskich artykułów spożywczych w Kanadzie. Firma powstała w 1998 r. i współpracuje z kilkudziesięcioma polskimi przedsiębiorstwami do których należą duże i znane marki, jak i małe i średnie przedsiębiorstwa. Omega kieruje importowany towar do sklepów polonijnych w całej Kanadzie, ale i coraz częściej do kanadyjskich sieci dystrybucyjnych. Firma jest właścicielem czterech dużych supermarketów Starsky w Ontario: dwóch w miejscowości Mississauga, jednego w Hamilton (aglomeracja Toronto) oraz nowego sklepu w miejscowości Aurora.

Tonsell International Inc. – drugi największy importer i dystrybutor polskich produktów spożywczych i chemii gospodarczej w Kanadzie. Firma z siedzibą w Montrealu (prowincja Quebec) została założona, podobnie jak w/w konkurencja, w 1998 r.

Źródło: <https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/supermarkets-grocery-stores-industry/>

Rozdział 5: Polski eksport towarów spożywczych do Kanady

Polski eksport towarów rolno – spożywczych do Kanady w ostatnich latach systematycznie rośnie i w 2019 r. osiągnął wartość ~118 mln CAD odnotowując spadek o 4.8% w stosunku do roku poprzedniego. Jednak w ciągu ostatnich pięciu lat CAGR dla polskiego eksportu wzrósł o (2015-2019) CAGR 5,8%, a szansa na CETA, dywersyfikację z Chin i USA nigdy nie była większa.

Największe znaczenie w polskich dostawach do Kanady w 2018 r. miały produkty działów takich jak:

- czekolada i wyroby zawierające kakao,
- mięso i podroby jadalne (wieprzowina; dostawy tych towarów rosną w ostatnich trzech latach),
- napoje bezalkoholowe, alkoholowe, ocet (przede wszystkim wódki, likiery i piwo, ale blisko 10% wzrost zanotowały napoje bezalkoholowe),
- różne przetwory spożywcze (kawa i herbata, sosy i przyprawy, spreparowane proszki do pieczenia),
- przetwory z warzyw i owoców (głównie soki owocowe i warzywne; marynaty owocowo-warzywne oraz przetworzone warzywa),
- warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne (między innymi mrożone warzywa strączkowe oraz kukurydza),
- cukry i wyroby cukiernicze,
- tytoń i przemysłowe namiastki tytoniu (tytoń nieprzetworzony oraz odpady tytoniowe, mieszanki tytoniu do produkcji papierosów, cygaretek i cygar),
- przetwory ze zbóż, mąki, skrobi lub mleka.

Wartość każdej z pozostałych pozycji w polskim eksporcie do Kanady w 2018 r. nie przekroczyła 3,5 mln CAD.

Źródło: Statistics Canada: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/eng/home>

Rozdział 6: Inwestycje zagraniczne

Znaczące inwestycje firm międzynarodowych w sektorze spożywczym:

- **Dr. Oetker (Niemcy)** - przejęcie sieci pizzerii McCain Foods oraz w 2014 r. inwestycja w fabrykę, magazyn i centrum dystrybucji mrożonek (wartość 135 mln CAD);
- **Aryzta AG (Szwajcaria)** - przejęcie firmy Oakrun Bakery oraz inwestycja w fabrykę świeżych i mrożonych produktów spożywczych (340 mln CAD);
- **Grupo Bimbo (Meksyk)** - przejęcie Jos. Louis i May West oraz działu piekarniczego kanadyjskiej firmy Saputo (120 mln CAD);
- **America's WhiteWave Foods Co. (USA)** – przejęcie Vega (BC) firmy produkującej żywność wegetariańską (550 mln CAD);
- **Ebro Foods (Hiszpania)** – przejęcie firmy Olivieri Foods Limited (makarony i sosy) transakcja o wartości 120 mln CAD.

Do najważniejszych polskich inwestorów w Kanadzie zaliczyć należy firmę Unitop-Optima Inc. – przedstawicielstwo polskiej firmy Agros Trading Confectionery sp. z o.o. producenta sezamków. Firma Unitop-Optima Inc. została zarejestrowana w prowincji Ontario w listopadzie 2009 r., ale jej produkty sprzedawane są na rynku kanadyjskim od lat 70-tych. Sezamki produkowane przez polską firmę zdominowały rynek w Kanadzie i znane są tutaj pod nazwą „Sesame Snaps” – jest to znak handlowy zarejestrowany w kanadyjskim urzędzie patentowym w 1987 r.

Brak znaczących kanadyjskich inwestycji z branży spożywczej w Polsce.



Źródło: <https://www.areadevelopment.com/Canada-Investment-Guide/Location-Canada-2015/Canada-Help-Your-Company-Feed-World-098778.shtml>

Rozdział 7: Umowa CETA

Po 7 latach negocjacji, 21 września 2017 r. rozpoczęło się tymczasowe obowiązywanie Kompleksowej Umowy Gospodarczo-Handlowej między Unią Europejską a Kanadą – CETA, a dokładniej części handlowej umowy. Obie strony zobowiązały się do stopniowej i wzajemnej liberalizacji handlu towarami, zgodnie z art. XXIV GATT z 1994 r. Cła na niemal wszystkie towary przemysłowe obu Stron (włączając – zgodnie z klasyfikacją WTO – ryby) zostaną całkowicie wyeliminowane (ponad 98% unijnych towarów rolnych i przemysłowych oraz produktów rybołówstwa importowanych będzie do Kanady bezcłowo).

CETA otwiera nowe możliwości polskim rolnikom oraz przemysłowi rolno-spożywczemu. Wraz z wejściem w życie umowy Kanada znosi cła na 90,9% towarów rolnych, a po zakończeniu okresu przejściowego (7 lat) na 91,7%. (Unia – odpowiednio na 92,2% i 93,8%).

Przykładowe średnie zniesienie ceł w eksporcie z UE do Kanady:

Produkt	Przed CETA
Wódka	12,28 centów / liter czystego alkoholu
Czekolada	6%
Cydr musujący	28.16 cent/ litre
Cukierki	9.5%
Sok owocowy, Sok jabłkowy	aż do 11%
IQF owoce, warzywa	8.5%
Chleb, ciasta, biszkopty i produkty na bazie zbóż	aż do 15%

0%

Źródło: <https://www.agr.gc.ca/eng/international-trade/market-intelligence/ceta-for-agri-food-exporters/ceta-faqs/?id=1524060452570#a>

Rozdział 8: Przepisy dotyczące importu artykułów spożywczych

Obniżki stawek celnych (większość produktów już teraz posiada zerową stawkę celną) są korzystne dla eksportu zdrowej żywności, wolnej od GMO, zarówno tej obecnej na rynku kanadyjskim, jak i nowej. Sprzyja temu rosnące zainteresowanie Kanadyjczyków żywnością ekologiczną i wyrobami etnicznymi (specjalności kuchni różnych krajów), któremu towarzyszy odchodzenie od konsumpcji żywności wysoce przetworzonej na rzecz naturalnych i organicznych produktów oraz żywności w mniejszych i ekologicznych opakowaniach.

Ekologiczne produkty rolne produkowane i przetwarzane w UE i certyfikowane zgodnie z unijnym systemem ekologicznym są akceptowane jako ekologiczne w Kanadzie bez dodatkowej certyfikacji zgodnie z warunkami porozumienia UE-Kanada w sprawie równoważności ekologicznej.

66% kanadyjczyków kupuje co najmniej jeden produkt ekologiczny tygodniowo (milenials i to 83%, 10% więcej niż w 2017r.) 77% konsumentów robi zakupy spożywcze w sklepach (24% to sklepy ze zdrową żywnością, 39% sprzedaż detaliczna, 10% apteki, 4% online), a pozostałe 23% bezpośrednio u producentów i rolników.



Źródło: <https://www.inspection.gc.ca/organic-products/equivalence-arrangements/eucoea-overview/eng/1328074578961/1328074648480>

Dużą szansę na eksport do Kanady mają, więc polscy producenci żywności wyprodukowanej w warunkach przyjaznych środowisku, a przede wszystkim:

- produktów BIO: zbożowych (mąki, kasze, makarony);
- przetworów śniadaniowych (płatki śniadaniowe, chrupki, musli);
- zdrowych przekąsek (batoniki, „powerbary”, przekąski z suszonych owoców i warzyw); produktów bez glutenu oraz koszernych;
- soków, w tym rzadkim na rynku kanadyjskim soku z czarnej porzeczki;
- produktów mrożonych w technologii IQF (Individual Quick Frozen) - indywidualnego szybkiego zamrażania.

Ważną koncesją Kanady jest wyżej wspomniane utworzenie bezcłowego kontyngentu taryfowego na import serów. Kontyngent ten będzie stopniowo powiększany (w 2017 r. 2 667 ton; po 2021 r. – 16 000 ton). Warto też wspomnieć, że CETA zakłada rozszerzanie grona dostawców sera do Kanady.

Perspektyw wzrostu eksportu polskich towarów rolno-spożywczych do Kanady należy upatrywać także w umocnieniu i rozszerzeniu dostaw towarów już obecnych na kanadyjskim rynku. Dotyczy to grup towarowych, które są ważnymi pozycjami w polskim eksporcie towarów rolno-spożywczych i w przypadku, których Polska już jest ich relatywnie ważnym dostawcą do Kanady takich jak: czekolada i inne wyroby zawierające kakao; słodycze; mięso wieprzowe; przetwory z warzyw i owoców (marynaty owocowo-warzywne oraz przetworzone warzywa); mrożone warzywa i owoce; grzyby; różne przetwory spożywcze (kawa i herbata, sosy i przyprawy, spreparowane proszki do pieczenia).

Potencjał do rozwoju eksportu do Kanady posiadają także towary rolno-spożywcze, których eksport z Polski na dzień dzisiejszy jest niemożliwy (brak otwarcia rynku, przy czym towary te stanowią ważną pozycję w kanadyjskim imporcie towarów rolno-spożywczych i są sprowadzane także m.in. z innych krajów europejskich). Dotyczy to w szczególności mięsa drobiowego.

Źródło: <https://www.agr.gc.ca/eng/international-trade/market-intelligence/ceta-for-agri-food-exporters/ceta-faqs/?id=1524060452570#a>

Szanse polskim producentom na mocy umowy CETA daje także szersze otwarcie kanadyjskiego rynku zamówień publicznych. Polskie firmy mogłyby z tego skorzystać oferując zdrową żywność przetworzoną (np. suszone lub liofilizowane owoce i warzywa dla szkół, chipsy z jabłek).

Baza danych Komisji Europejskiej - MADB (Market Access Database) udziela informacji nt. taryf celnych i formalności importowych firmom eksportującym z UE na rynki państw trzecich w tym Kanady (na terenie UE dostęp do bazy nie wymaga logowania się).

CETA: Wytyczne dla przedsiębiorców tj.: krótki przewodnik dla polskich przedsiębiorstw zainteresowanych eksportem do Kanady znajduje się na stronie Komisji UE (<http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1720>).

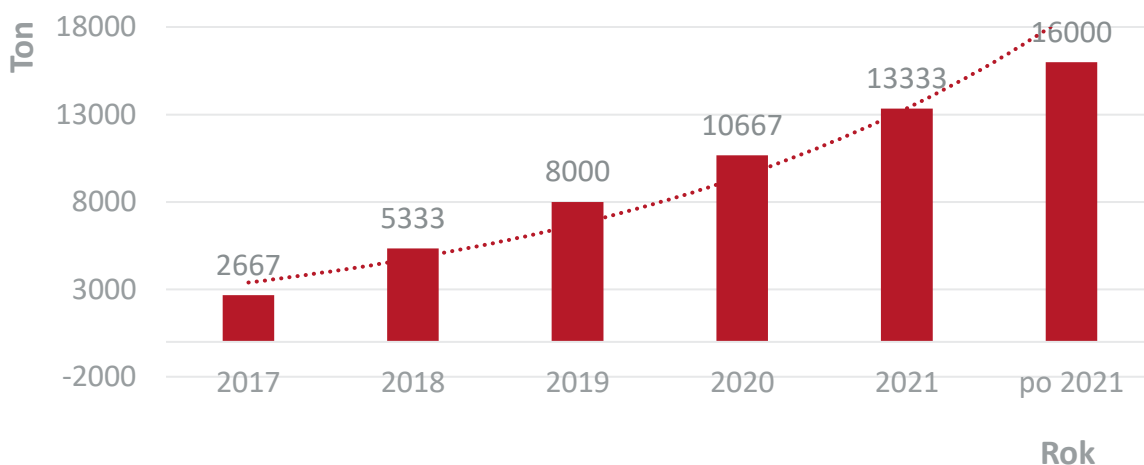
8.1. Towary rolne

Eliminacja ceł na towary rolne dokonywana będzie w kilkuletnim okresie przejściowym rozpoczynającym się w dniu wejścia umowy w życie. Dla nielicznej grupy najbardziej wrażliwych dóbr rolnych liberalizacja dostępu do rynku będzie ograniczona do wprowadzenia/rozszerzenia obecnie obowiązujących kontyngentów taryfowych bądź w ogóle nie nastąpi (mięso kurcząt i indyków, jaja i produkty z jaj).

W momencie pełnego wejścia umowy w życie Kanada znosi cła na unijne towary objęte kontyngentami WTO. Kontyngenty WTO uwzględnione w umowie CETA, będą zarządzane według dotychczasowych zasad.

Ważną koncesją Kanady jest utworzenie bezcłowego kontyngentu taryfowego na import sera. Kontyngent ten będzie stopniowo powiększany:

Źródło: <https://www.agr.gc.ca/eng/international-trade/market-intelligence/ceta-for-agri-food-exporters/ceta-faqs/?id=1524060452570#a>



Więcej informacji znajduje się na stronie Global Affairs Canada w zakładce: [Export and Imports Controls](#) - "Dairy – CETA Cheese Tariff Rate Quota (TRQ) (Items 141 to 157 on the Import Control List),„.

8.2. Produkty rybne

Obie strony w pełni wyeliminują wszystkie taryfy na produkty rybołówstwa. Dzięki przepisom WTO 76,4% kanadyjskiego importu korzysta z zerowej stawki celnej. Kanada zniesie pozostałe cła w dniu wejścia umowy w życie. (UE zgodziła się na wyeliminowanie 95,5% taryf na produkty



rybołówstwa po wejściu w życie CETA i 4,5% taryf w ciągu 3, 5 lub 7 lat). Ponadto Kanada zgodziła się przyznać Unii w dziedzinie rybołówstwa koncesje wykraczające poza liberalizację celną, m.in. traktować unijne statki rybackie na zasadzie niedyskryminacji, a więc nie gorzej niż statki innych państw. Kanada, a właściwie jej prowincje, zniosą z dniem wejścia umowy w życie ograniczenia w wywozie ryb (w formie wymogu minimalnego przerobu lokalnego); w przypadku prowincji Nowa Fundlandia i Labrador nastąpi to trzy lata później. Unia za to zgodziła się na pewne odstępstwa

Źródło: Global Affairs Canada; <https://www.international.gc.ca/global-affairs-affaires-mondiales/home-accueil.aspx?lang=eng>

w regułach pochodzenia dla 8 pozycji taryfowych określonych 6-cyfrowymi kodami nomenklatury CN: ex 0304.29, ex 0306.12, 1604.11, 1604.12, ex 1604.13, ex 1605.190, 1605.20, 1605.30), w ramach określonego kontyngentu.

Ustawa i przepisy o artykułach spożywczych i lekach (Food and Drugs Act and Regulations) to podstawowy akt prawny regulujący sprzedaż wszystkich artykułów spożywczych w Kanadzie, zarówno importowanych, jak i krajowych. Ustawa ta określa minimalne wymagania dotyczące bezpieczeństwa i ochrony zdrowia – skład, etykietowanie, opakowania, obróbkę, przetwarzanie, sprzedaż i reklamę produktów. Rynek niektórych produktów podlega w Kanadzie licznym restrykcjom mającym na celu ochronę przed wyrobami spoza Kanady. Ograniczeniom podlega również obrót między prowincjami w oparciu o system kontyngentów wewnętrznych. Informacje na temat kontroli eksportu i importu znajdują się na stronie Global Affairs Canada. Na w/w stronie dostępne są również informacje na temat kontyngentów taryfowych.

Utrudnieniem we wprowadzaniu artykułów rolno-spożywczych na rynek kanadyjski jest konieczność spełniania federalnych wymogów sanitarnych i przepisów dotyczących jego opakowania (etykiety i oznakowanie). Instytucją nadzorującą w tym zakresie jest federalna Kanadyjska Agencja Inspekcji Żywności (The Canadian Food Inspection Agency - CFIA). CFIA stosuje zasady dopuszczania na rynek wg. następującego podziału asortymentowego:

1. Nabiał

Produkty nabiałowe objęte są przepisami o produktach mleczarskich Dairy Products Regulations zawartymi w kanadyjskiej ustawie o produktach rolniczych (Canada Agricultural Products Act). Do każdego transportu nabiału musi zostać dołączona deklaracja importowa. Wszyscy importerzy sera muszą być w posiadaniu ważnego pozwolenia na import sera wystawionego przez kanadyjski inspektorat CFIA. W chwili

obecnej nie ma wymagań licencyjnych w stosunku do importerów innych produktów mleczarskich. Informacje na temat przepisów dotyczących produktów mlecznych znaleźć także można na stronie Głównego Inspektoratu Weterynaryjnego w Warszawie.

2. Wyroby z mięsa i drobiu

Import wyrobów z mięsa i drobiu do Kanady objęty jest ustawą i przepisami o kontroli mięsa (Meat Inspection Act and Regulations) i zdrowiu zwierząt (Health of Animals Act and Regulations), nad którymi kontrolę sprawuje CFIA. Przed importem produktów na teren Kanady eksportujący kraj musi zostać oceniony przez CFIA w celu sprawdzenia czy jego krajowy system kontroli mięsa, w tym program monitorowania pozostałości, są równoważne do tych systemów i programów obowiązujących w Kanadzie. Przed wydaniem zezwolenia na eksport produktów do Kanady zagraniczne zakłady muszą również zostać zatwierdzone przez CFIA.

Do eksportu z Polski do Kanady dopuszczone jest jedynie mięso wieprzowe takie jak: mięso sterylizowane, gotowane produkty mięsne pakowane w hermetycznie zamykanych pojemnikach oraz odkostnione peklowane produkty mięsne pasteryzowane w puszkach oraz mrożone mięso wieprzowe. Wieprzowina wędzona, gotowana lub gotowana na parze nie jest zaliczana do tej grupy produktów i dlatego nie może być eksportowana na rynek kanadyjski.



Źródło: <https://www.international.gc.ca/global-affairs-affaires-mondiales/home-accueil.aspx?lang=eng>

Kanadyjskie warunki przywozu produktów mięsnych ze Unii Europejskiej, podręcznik procedur z zakresu higieny mięsa oraz lista polskich zakładów mięsnych uprawnionych do eksportu do Kanady znajdują się na stronie Głównego Inspektoratu Weterynaryjnego w Warszawie. Więcej informacji na naszej stronie w opracowaniu: „Eksport mięsa i produktów mięsnych do Kanady” oraz „Nowe informacje na temat warunków eksportu mięsa wieprzowego do Kanady”.

3. Ryby i owoce morza

Kanada posiada jeden z najlepszych na świecie systemów kontroli ryb. CFIA określa zasady, wymagania i standardy kontroli produktów rybnych, federalnie zarejestrowanych zakładów przetwórstwa ryb i owoców morza oraz importerów, statków rybackich, a także sprzętu używanego do transportu i przechowywania ryb. Ryby i produkty rybne są przedmiotem ustawy Fish Inspection Act, w której zawarte są wymagania dotyczące wartości zdrowotnej, znakowania, pakowania, sortowania oraz zdrowia i bezpieczeństwa. Kanadyjscy importerzy muszą posiadać pozwolenie na import wystawione przez CFIA i są zobowiązani zawiadamiać na piśmie o każdej dostawie najbliższy oddział kontroli CFIA. Wymogi dla produktów rybołówstwa eksportowanych do Kanady znajdują się na stronie Głównego Inspektoratu Weterynaryjnego w Warszawie.

4. Miód

Warunki importu i eksportu miodu znajdują się na stronie Canadian Food Inspection oraz na stronie Głównego Inspektoratu Weterynaryjnego w Warszawie.

5. Świeże owoce i warzywa oraz żywność przetworzona - owoce, warzywa i wyroby z klonu

Warunki importu, eksportu w/w produktów znajdują się na stronie Canadian Food Inspection w zakładce: Fresh fruits and Vegetables oraz Processed Products - fruits, vegetables and maple products

*Ze świeżych owoców i warzyw do eksportu do Kanady z Polski dopuszczane są jedynie świeże jabłka (kanadyjski rynek na polskie jabłka został otwarty w październiku 2014 r.)

Źródło: <https://www.international.gc.ca/global-affairs-affaires-mondiales/home-accueil.aspx?lang=eng>

Barwniki spożywcze

Lista dopuszczonych barwników spożywczych w Kanadzie oraz odpowiadające im numery europejskie i / lub nazwy amerykańskie znajdują się na stronie Canadian Food Inspection Agency.

Dodatki do żywności

Dodatki do żywności regulowane są przepisami o żywności i lekach „Food and Drug Regulations” oraz pozwoleniami na dopuszczenie do obrotu (Marketing Authorizations - MAs). Wszystkie dozwolone dodatki do żywności i warunki ich stosowania wymienione są w wykazie „Lists of Permitted Food Additives”.

Foreign Verification Office (FVO)

FVO przeprowadza audyty/weryfikacje bezpieczeństwa żywności w zakładach znajdujących się poza terenem Kanady, ale produkujących żywność przeznaczoną do sprzedaży na rynku kanadyjskim. FVO przygotowuje coroczne raporty, które podsumowują wizytacje zagranicznych zakładów spożywczych.

Automated Import Reference System (AIRS)

W systemie „on-line” pod nazwą Automated Import Reference System (AIRS) Kanadyjskiej Agencji Inspekcji Żywności (CFIA) po wyszukaniu produktu, podaniu jego pochodzenia, przeznaczenia, opakowania itp. można zweryfikować zakres wymogów i dokumentów wymaganych przy eksporcie produktów rolno-spożywczych do Kanady (należy każdorazowo zaakceptować wybraną kategorię przyciskiem GO – „Use the 'Go' button to continue”).

Rozdział 9: Uwarunkowania formalno – prawne wejścia na rynek

Wejście na rynek kanadyjski zwykle odbywa się poprzez nawiązanie współpracy z kanadyjskim importerem lub dystrybutorem, który jest zaznajomiony z warunkami rynkowymi i posiada własne kanały sprzedaży. Trudnym jest wprowadzenie wyrobu bezpośrednio do dużych działających w Kanadzie sieci handlowych (Loblaws, Sobeys, Metro, Walmart i Costco) sieci te niechętnie kupują produkty bezpośrednio od zagranicznych dostawców, ze względu na własne specyficzne i trudne do spełnienia wymagania np. co do objętości i wymiarów opakowania oraz niezawodności i ciągłości dostaw. Należy także pamiętać, że w/w sieci pobierają wysokie opłaty półkowe za umieszczenie danego produktu na półkach sklepu. Dobrym rozwiązaniem jest skorzystanie z usług pośredników w handlu żywnością (na zasadzie prowizji) tj. z usług „Food brokers”.

W przypadku eksportu produktów spożywczych do Kanady polski eksporter musi zwrócić szczególną uwagę na: obowiązek etykietowania zgodnie z wymogami CFIA (wszystkie produkty żywnościowe importowane do Kanady muszą posiadać etykiety opracowane zgodnie z wymogami Kanadyjskiej Agencji Inspekcji Żywności (Canadian Food Inspection Agency - dalej: „CFIA”) i Ministerstwa Zdrowia Kanady (Health Canada). Informacje na ten temat można znaleźć na stronie CFIA w zakładce „Food Labelling for Industry” W praktyce oznacza to konieczność odpowiedniego dostosowania opakowania przez producenta (np. opakowanie z informacjami w języku angielskim i języku francuskim (prowincja QC), tabela wartości odżywczych tzw. „Nutrition Facts” itp.). Ponadto warunki dostępu do rynku kanadyjskiego dla polskich towarów i usług są identyczne, jak dla innych dostawców z krajów UE. Najważniejsze bariery, z jakimi spotkać się może polski przedsiębiorca w Kanadzie to:

- Funkcjonowanie monopolii państwowych – dotyczy to zwłaszcza obrotu wyrobami alkoholowymi (monopolistyczne prawo spółek prowincjonalnych do importu i dystrybucji hurtowej tych wyrobów na terenie danej prowincji);
- Kontyngenty importowe TRQ "tariff rate quotas" na niektóre towary rolno-spożywcze – dotyczy to zwłaszcza serów twardych i innych wyrobów mleczarskich; Umowa CETA stworzyła bezcłowy kontyngent taryfowy na import serów z UE. Kontyngent ten będzie stopniowo powiększany (w 2017 r. 2 667 ton; po 2021 r. – 16 000 ton). Warto też wspomnieć, że CETA zakłada rozszerzanie grona dostawców sera do Kanady (system licencjonowania zadeklarowany przez Kanadę w umowie CETA przewiduje coroczne przyznawanie licencji nowym dostawcom z UE);
- Zakaz importu z Polski określonych wyrobów pochodzenia zwierzęcego (mięsa drobiowego i jego pochodnych, mięsa wołowego i jego pochodnych, jaj i produktów jajecznych).

Pewnym utrudnieniem dla polskich producentów wieprzowiny i wyrobów wieprzowych jest utrzymywanie możliwości eksportu z Polski do Kanady jedynie określonych rodzajów produktów z mięsa wieprzowego takich jak: mięso sterylizowane, gotowane produkty mięsne pakowane w hermetycznie zamykanych pojemnikach oraz odkostnione peklowane produkty mięsne pasteryzowane w puszkach, a także mrożone kawałki mięsa wieprzowego bez kości. Wieprzowina wędzona, gotowana lub gotowana na parze nie jest zaliczana do tej grupy produktów i dlatego nie może być eksportowana na rynek kanadyjski.

Pomimo faktu, że w Kanadzie za formalności związane z odbiorem produktów w pełni odpowiedzialny jest miejscowy importer - oczekiwaniem kanadyjskich importerów wobec eksporterów jest, aby nie stosować strategii „ship and dump” – producent ma być odpowiedzialny za produkt również po jego dostawie do Kanady. Oznacza to np. zwrot lub wymianę towaru na koszt producenta w przypadku wystąpienia wad, oczekiwanie udziału w kosztach marketingu (np. promocja w cotygodniowych gazetkach i okresowe obniżki cen), pokrycie kosztów ściągnięcia produktu z rynku (tzw. recall), np. w przypadku zatrucia itd. Jeżeli chce się zaistnieć na większą skalę (np. poza rynek produktów etnicznych), należy brać pod uwagę ww. koszty. Zalecane również byłoby podejmowanie działań w celu eksportu do Kanady po wcześniejszym rozpoznaniu rynku i opracowaniu strategii wejścia na rynek.

Źródło: <https://www.international.gc.ca/global-affairs-affaires-mondiales/home-accueil.aspx?lang=eng>

Rozdział 10: Aktualne formy pomocy publicznej

Kanada znalazła się na liście rynków priorytetowych promocji polskiej żywności na lata 2017 – 2027 realizowanej przez Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi (MRiRW), Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (KOWR) oraz ZBH Toronto. Działania promocyjne w/w instytucji obejmują m.in.:

- **Organizację stoisk narodowych lub informacyjnych**, ujętych w planach promocyjnych, na targach i wystawach w wybranych krajach trzecich, w tym udział w największych światowych imprezach wystawienniczych, dotychczas realizowanych, takich jak na rynku kanadyjskim udział w targach SIAL Canada (kolejna edycja targów odbędzie się w Toronto w dniach 21-23.09.2021r. kwietnia;
- **Organizacja misji gospodarczych** dla polskich przedsiębiorców branży rolno-spożywczej, powiązanych z udziałem w w/w targach;
- **Organizacja spotkań biznesowych (typu B2B)** z przedstawicielami zagranicznych przedsiębiorstw, potencjalnych kontrahentów oraz organizacji branżowych dla polskich przedsiębiorców branży rolno – spożywczej
- **Organizacja spotkań informacyjno - szkoleniowych** dla polskich przedsiębiorców w celu przedstawienia warunków prowadzenia biznesu i zwyczajów handlowych funkcjonujących na wybranych rynkach, wymaganiach dla produktów sprzedawanych na rynkach docelowych, a także barierach na nich występujących.

Zainteresowani inwestorzy i firmy, chcące rozwinąć swój eksport do Kanady, mogą ubiegać się o pomoc w ramach polskich i kanadyjskich programów wsparcia. Instytucje państwowe w Polsce, które oferują instrumenty finansowe dla polskich firm to: Bank Gospodarstwa Krajowego, Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych i Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. W celu uzyskania szczegółowych informacji, rekomendujemy kontakt z Zagranicznym Biurem Handlowym w Toronto lub bezpośredni kontakt z ww. instytucjami w Polsce.

Rozdział 11: Targi spożywcze w Kanadzie

Ostrzeżenie - większość targów została odwołana i/lub zmodyfikowana do platformy wirtualnej z powodu Covid. Prosimy o kontakt z naszym biurem, aby uzyskać najnowsze informacje i aktualizacje

Targi dla sektora sprzedaży detalicznej organizowane są w Kanadzie przez trzy organizacje: Kanadyjskie Stowarzyszenie Zdrowej Żywności (Canadian Health Food Association, CHFA) Federacja Niezależnych Sprzedawców Kanadyjskich (Canadian Federation of Independent Grocers, CFGI), SIAL Canada. Organizacja restauratorów Restaurants Canada jest odpowiedzialna za organizację targów dla sektora gastronomicznego.

The Canadian Health Food Association (CHFA)

Kanadyjskie Stowarzyszenie Zdrowej Żywności (CHFA) to największa organizacja poświęcona produktom zdrowym i ekologicznym. Do ich członków zaliczają się producenci, przedsiębiorstwa handlowe, hurtownicy, dystrybutorzy i importerzy produktów naturalnych i ekologicznych. Targi organizowane przez to stowarzyszenie nie ograniczają się jedynie do produktów spożywczych, ale otwarte są jedynie dla członków tej organizacji.



Canadian Federation of Independent Grocers (CFGI)

Federacja Niezależnych Sprzedawców Kanadyjskich (CFGI) to założone w 1962 r. stowarzyszenie handlowe typu non-profit, które współpracujące i wspiera sprzedawców detalicznych. Organizacja jednoczy ponad 4 tys. niezależnych kanadyjskich firm. Organizowane przez CFGI targi to:



Źródło: <https://www.international.gc.ca/global-affairs-affaires-mondiales/home-accueil.aspx?lang=eng>

Grocery & Specialty Food West (26-27.04.2021 r., Vancouver, BC)



Grocery Innovation Canada (10.2021, Toronto, ON)



SIAL Canada (21-23.-09.2021, Toronto, ON)

Targi SIAL Canada to najważniejsze wydarzenie z branży spożywczej w Ameryce Północnej, w których uczestniczy ponad 1000 wystawców z 50 krajów świata. Co roku targi odwiedza ponad 18,5 tysięcy profesjonalistów z niemal 60 krajów takich jak: przedstawiciele sklepów sieciowych, hurtowni, sklepów detalicznych i specjalistycznych. Targom towarzyszą liczne wydarzenia branżowe - konferencje, panele dyskusyjne np.: SIAL Food Hub, w których biorą udział eksperci, przedstawiciele firm oraz instytucji rządowych. Na targach odbywają się międzynarodowe konkursy produktów spożywczych m.in. SIAL Innovation Contest - konkurs produktów innowacyjnych oraz Olive d'Or Contest - konkurs oliwy z oliwek a także spotkania networkingowe z międzynarodowymi ekspertami.



RC Show (28.02-03.03.2021)

Restaurants Canada to kanadyjska organizacja typu non-profit reprezentująca branżę gastronomiczną w Kanadzie. Do członków organizacji należy ponad 30 tys. przedsiębiorstw z sektora produktów i usług dla branży „foodservice and hospitality” (HoReCa -hotele, restauracje i placówki zbiorowego żywienia, firmy cateringowe). Targi w 2021 r. odbędą się w terminie 28.02 – 03.03.2021 luty w Toronto.



ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

Serwis PAIH24: +48 22 334 99 55

Kontakt PAIH24: paih24@paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

