



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΤΟΡΟΝΤΟ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
1075 Bay Street, Suite 600, Toronto, Ontario M5S 2B1 CANADA
Tel: (416) 515 01 33 Fax: (416) 515 02 09 E-mail: ecocom-toronto@mfa.gr

Η ΚΑΝΑΔΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ



Β' Έκδοση: Αύγουστος 2019

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

A. Τοπική Παραγωγή, Διάρθρωση της Αγοράς & Εισαγωγές	3
1. Τοπική Παραγωγή	3
2. Διάρθρωση της Αγοράς	4
3. Καναδικές εισαγωγές ελαιολάδου	5
B. Κατανάλωση ελαιόλαδου – Προφίλ Καναδού καταναλωτή	7
Γ. Ανταγωνισμός	7
Δ. Εισαγωγικές Διαδικασίες & Διατυπώσεις - Ετικέτα	9
Ε. Συμπεράσματα	11
Πηγές.....	12

A. Τοπική Παραγωγή, Διάρθρωση της Αγοράς & Εισαγωγές

1. Τοπική Παραγωγή

Ο Καναδάς δεν παράγει ελαιόλαδο παρά μόνο ένα είδος «υποκατάστατου» ελαίου, το λεγόμενο κραμβέλαιο / canola oil, το οποίο κατέχει την ηγετική θέση στις καταναλωτικές συνήθειες των Καναδών και στις πωλήσεις ελαίων.

Το κραμβέλαιο προέρχεται από το φυτό ελαιοκράμβη, το οποίο εμπεριέχει ερουκικό οξύ, υψηλής τοξικότητας και ακατάλληλο για τον ανθρώπινο οργανισμό.

Καναδοί καλλιεργητές, όμως, το 1970 ανέπτυξαν με τη βοήθεια τη γενετικής μηχανικής, ένα υβρίδιο ελαιοκράμβης με χαμηλότερα ποσοστά ερουκικού οξέος.

Το 1978 το έλαιο της υβριδικής ελαιοκράμβης βαφτίστηκε, για την καλύτερη προώθησή του, CANOLA (από τα αρχικά Canadian Oil, Low Acid).

Είναι, λοιπόν, το έλαιο canola «καναδική εφεύρεση», καθώς μόνο από το υβριδικό στέλεχος της ελαιοκράμβης παράγεται το έλαιο αυτό, δεδομένου ότι εμπεριέχει λιγότερο από 2% ερουκικό οξύ, ποσοστό που θεωρείται ασφαλές για κατανάλωση.

Για την παραγωγή του απαιτείται θέρμανση με τη χρήση εξανίου, ενός παράγωγου του πετρελαίου.

Παρότι το έλαιο canola θεωρείται ασφαλές για κατανάλωση και έχει προβληθεί ως εξαιρετικό λάδι για μαγείρεμα, λόγω της ήπιας γεύσης του και της σταθερότητας του σε υψηλές θερμοκρασίες, καθώς και ότι είναι πολύ υγιεινό και πλούσιο σε ωφέλιμα ακόρεστα λίπη, υπάρχουν πολλές αιτιάσεις εναντίον του από την επιστημονική κοινότητα ως ύποπτο για την εμφάνιση σοβαρών ασθενειών, όπως καρκίνο, ενώ έχει συνδεθεί και με την ανάπτυξη της νόσου Αλτσχάιμερ.

Σε κάθε περίπτωση, η καναδική βιομηχανία ελαίου canola έχει καταφέρει, με τους μηχανισμούς του μάρκετινγκ, να πείσει τους καταναλωτές ότι είναι το πλέον ιδανικό έλαιο, και σε συνδυασμό με τη χαμηλότερη σε σχέση με το ελαιόλαδο τιμή του (κατά μέσο όρο απαντάται στα 3,5 δολάρια το μπουκάλι των 500 ml), έχει ενταχθεί στις καθημερινές διατροφικές συνήθειες της πλειοψηφίας του πληθυσμού.

Το 90% της παραγωγής της υβριδικής ελαιοκράμβης του Καναδά εξάγεται ως σπόροι, έλαιο, βιοκαύσιμα και ζωοτροφές σε 50 αγορές. Η αξία των καναδικών εξαγωγών ελαίου canola ήταν το 2017 3,429,148 εκ. καναδικά δολάρια ενώ οι μεγαλύτεροι εισαγωγείς του οι Η.Π.Α., Κίνα, Νότιος Κορέα, Χιλή και Μεξικό.

Πρόσφατα, παρουσιάστηκε στον καναδικό τύπο η ιστορία ενός κτήματος στον Καναδά που κατάφερε να παράξει 100% καναδικό ελαιόλαδο στην περιοχή Salt Spring Island, στην επαρχία της

Βρετανικής Κολομβίας, όπου, όπως υποστηρίζεται, το μικροκλίμα είναι ευνοϊκό για την ανάπτυξη της ελιάς. Τα δενδρύλια που χρησιμοποιήθηκαν ήταν ποικιλίες της Τοσκάνης, όπως Frantoio, Maurino, Leccino και Pendolino, αγορασμένα από καλιφορνέζικο φυτώριο, καθώς θεωρήθηκαν ως οι πιο κατάλληλες για τις κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής.

Η πρώτη σοδειά στα τέλη 2016 απέδωσε 450 κιλά ελιών και μετά την έκθλιψη 35 λίτρα ελαιολάδου (από 1.000 δέντρα).

Με το εμπορικό σήμα *The Olive Farm* το ελαιόλαδο πουλήθηκε σχεδόν αμέσως προς 75 καναδικά δολάρια η συσκευασία των 200 ml ενώ αγοράστηκε και από σεφ γνωστών, καλών εστιατορίων του Καναδά για να το χρησιμοποιήσουν στις συνταγές τους.

Στην περίπτωση αυτή, βέβαια, είναι το αξιοσημείωτο και η μοναδικότητα του γεγονότος που προκάλεσε το ενδιαφέρον για τη μικρή και περιορισμένη εκ των κλιματολογικών συνθηκών παραγωγή ελαιολάδου, σε μια χώρα που δεν θα μπορούσε να συνδεθεί λόγω κλίματος και διαφορετικής χλωρίδας με την καλλιέργεια της ελιάς.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το ελαιόλαδο προπληρώνεται από τους ενδιαφερόμενους καταναλωτές μέσω του ιστότοπου του κτήματος (theolivefarm.ca), αποτελώντας μια εναλλακτική μορφή μάρκετινγκ και πωλήσεων.

Άλλα φυτικά έλαια, όπως ηλιέλαιο, σπορέλαιο, φοινικέλαιο, σογιέλαιο και καλαμποκέλαιο, αποτελούν, επίσης, συνήθεις επιλογές των καταναλωτών για τη χρήση τους ως μαγειρικά έλαια

Το ελαιόλαδο δεν θεωρείται, γενικά στον Καναδά, κατάλληλο έλαιο για μαγειρική, λόγω της γνώμης ότι η θέρμανσή του καταστρέφει τα ωμέγα λιπαρά και τις πολυφαινόλες, και προτιμάται, κυρίως, για τις σαλάτες και τις σάλτσες.

Τα τελευταία χρόνια, ώθηση δίνεται και στις πωλήσεις εξειδικευμένων οργανικών ελαίων από καρπούς, όπως το έλαιο αβοκάντο, καρύδας, καρυδιού κ.α., σε συνδυασμό με την αυξανόμενη τάση των καταναλωτών να στρέφονται σε πιο υγιεινά, εναλλακτικά και προβεβλημένα από τα περιοδικά life style προϊόντα.

2. Διάρθρωση της Αγοράς

Το ελαιόλαδο διατίθεται τόσο στα ράφια των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ, σε τιμές που δεν ξεπερνούν τα 15 καναδικά δολάρια για φιάλες των 700 ml, όσο και σε καταστήματα τροφίμων ντελικατέσεν, όπου απαντώνται καλύτερης ποιότητας και πιο ιδιαίτερα ελαιόλαδα, όπως αρωματικά, με βότανα, μπαχαρικά ή ακόμη και φρούτα, και, βέβαια, σε υψηλότερες τιμές.

Το τελευταίο διάστημα, καταβάλλεται προσπάθεια από συνεργατικά σχήματα παραγωγών αγουρέλαιου να προωθηθεί η μοναδική αυτή κατηγορία ελαιόλαδου και στην καναδική αγορά, που θα μπορούσε να έχει απήχηση μέσω εξειδικευμένων δικτύων διανομής λόγω των ισχυρών αντιοξειδωτικών του ιδιοτήτων.

Στην αγορά του Τορόντο κυκλοφορούν πολλές μάρκες ελληνικού ελαιολάδου, τόσο συμβατικού όσο και οργανικού, σε αλυσίδες σούπερ μάρκετ, στα καταστήματα με ελληνικά προϊόντα της ελληνικής ομογένειας (που συγκεντρώνονται, ως επί το πλείστον, στην περιοχή του Danforth) και στα καταστήματα τροφίμων ντελικατέσεν.

Παρατηρείται, επίσης, ελαιόλαδο να είναι παραγωγής Ελληνοκαναδικής εισαγωγικής εταιρείας, είτε από ιδιόκτητο ελαιώνα είτε από συνεργασία με Έλληνα παραγωγό, συσκευαζόμενο στον Καναδά και με την ετικέτα της εταιρείας.

Σημειώνεται ότι, στον Καναδά λόγω της μεγάλης ελληνικής ομογένειας, διενεργούνται και εισαγωγές ελαιολάδου σε ανώνυμες μεγάλες συσκευασίες. Επίσης, γίνονται εισαγωγές σε τενεκέ με την δυνατότητα της δωρεάν παράδοσης κατ οίκον (με προκαταβολή του ποσού αγοράς).

Οι μεγαλύτεροι σε μέγεθος και αξία διακινητές ελαιολάδου στον Καναδά είναι Phoenicia Group Inc., Saporito Foods, A. Bosa & Co Ltd., Aurora Importing & Distributing Limited, Deoleo S.A., Molisana Imports ενώ από τις εταιρείες ελληνικών συμφερόντων οι Krinos Foods, Groupe Alimentaire Miron, Mantab, Pilaros International Trading Inc. και Melia Fresh Line.

Ο μέσος όρος τιμής λιανικής πώλησης του ελληνικού ελαιολάδου είναι 15,75 δολάρια (φιάλη των 700 ml), αρκετά χαμηλότερα από τα αντίστοιχα ιταλικά που πωλούνται 22,15 δολάρια (επίσης, φιάλη των 700 ml).

3.Καναδικές εισαγωγές ελαιολάδου

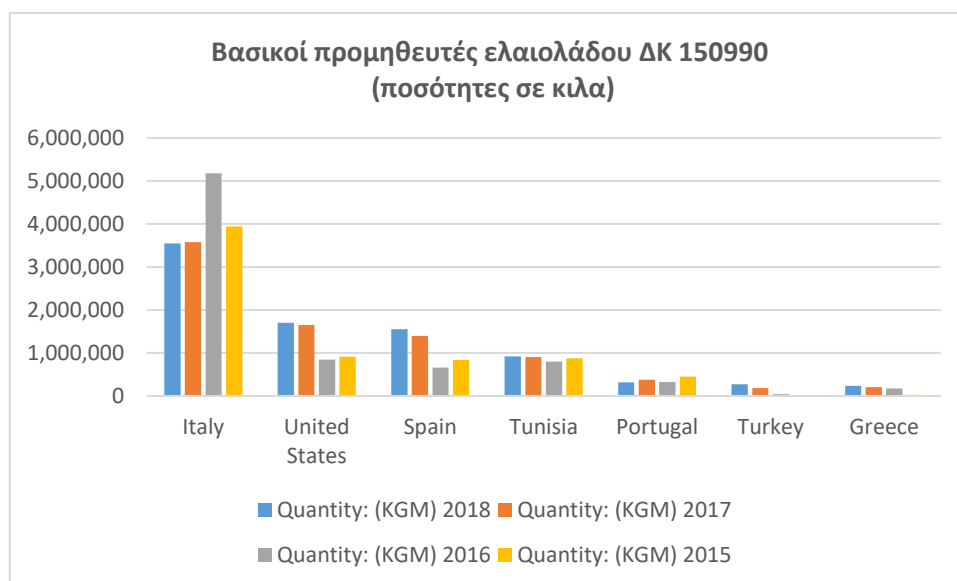
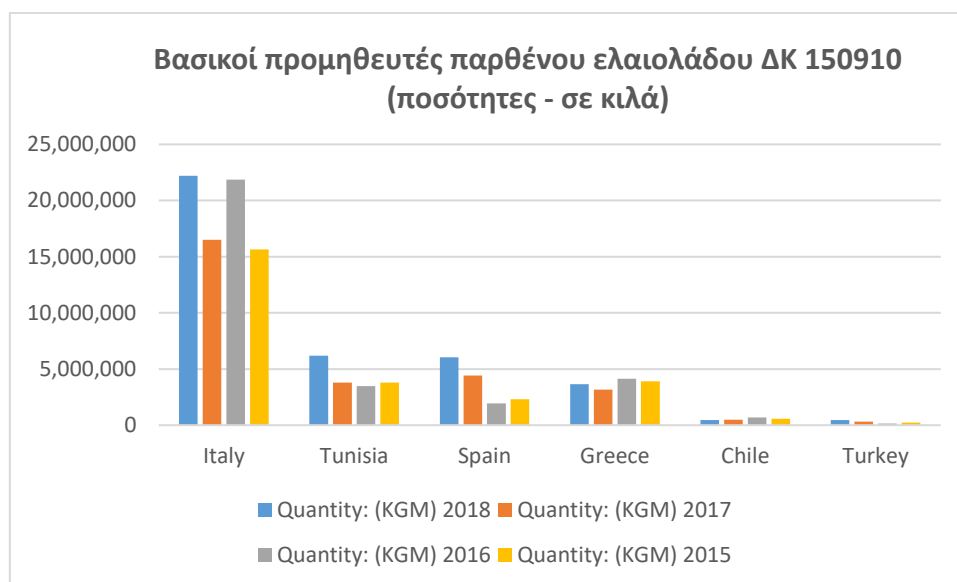
Οι μεγαλύτεροι προμηθευτές παρθένου ελαιολάδου ΔΚ 150910 στον Καναδά 2014-2018 (σε αξία - δολ. CAD)						
Χώρα	2018	2017	2016	2015	2014	
Σύνολο	245,611,986	199,451,478	211,605,208	167,468,556	157,417,322	
1	Ιταλία	134,279,244	109,028,272	132,554,345	98,335,835	109,423,526
2	Τυνησία	38,034,830	24,966,983	22,124,920	19,686,128	9,773,766
3	Ισπανία	36,863,891	31,151,965	11,594,129	13,742,560	10,495,837
4	Ελλάδα	19,306,697	18,488,733	22,271,730	18,723,873	15,319,930
5	Χιλή	3,072,764	3,219,758	4,654,042	3,491,986	1,622,869
6	Τουρκία	2,543,585	1,939,768	858,712	1,122,917	1,498,046
7	Λίβανος	2,405,531	1,597,471	1,169,774	1,079,085	1,026,063
8	ΗΠΑ	2,188,492	2,638,930	10,755,479	6,931,964	4,321,355
9	Αργεντινή	1,688,730	1,512,244	994,666	704,525	730,997
10	Μαρόκο	1,653,757	1,187,204	735,290	590,982	315,167

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Καναδά

Οι μεγαλύτεροι προμηθευτές ελαιολάδου ΔΚ 150990 στον Καναδά 2014-2018
(σε αξία - δολ. CAD)

	Χώρα	2018	2017	2016	2015	2014
Σύνολο		51,378,084	51,824,879	45,861,609	39,259,454	35,675,924
1	Ιταλία	21,108,129	21,335,653	29,364,763	22,294,174	19,388,898
2	ΗΠΑ	9,942,004	9,897,098	4,690,198	4,714,310	4,266,680
3	Ισπανία	9,839,790	9,704,042	3,557,885	4,255,494	3,464,213
4	Τυνησία	5,160,436	5,362,964	4,244,948	4,315,008	3,615,749
5	Πορτογαλία	1,685,401	2,372,968	1,715,312	2,246,738	2,029,375
6	Τουρκία	1,357,752	1,032,469	207,166	76,004	95,578
7	Ελλάδα	1,270,631	1,285,846	911,876	79,650	131,122
8	Λίβανος	279,011	116,002	70,939	113,619	206,377
9	Ισραήλ	238,956	239,146	259,724	174,557	199,458
10	Αγγλία	196,259	267,138	312,523	354,241	297,413

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Καναδά



Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Καναδά

Β. Κατανάλωση ελαιόλαδου – Προφίλ Καναδού καταναλωτή

Ο μέσος καταναλωτής στον Καναδά εκτιμάται ότι καταναλώνει έως 2 λίτρα ελαιόλαδου το έτος, που είναι πολύ χαμηλό ποσοστό.

Η μεγαλύτερη κατανάλωση ελαιόλαδου γίνεται, όπως είναι αναμενόμενο, από τα μέλη των μεσογειακών κοινοτήτων, όπως ελληνικής, ιταλικής, πορτογαλικής, λιβανέζικης και αραβικών χωρών του Magreb και Mashreq.

Το ελαιόλαδο, παρότι δεν έχει την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών, που λόγω της πολυεθνικής σύνθεσης του πληθυσμού, προέρχονται από όλες τις περιοχές του πλανήτη με πολύ διαφορετικές διατροφικές και καταναλωτικές συνήθειες μεταξύ τους, αρχίζει να κερδίζει έδαφος χάρη στη συστηματική προβολή από τα ΜΜΕ των πλεονεκτημάτων του για την υγεία και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη μεσογειακή διατροφή.

Στην προώθηση της μεσογειακής διατροφής συμβάλλει και η ενθάρρυνση της κατανάλωσης ακόρεστων λιπαρών (φυτικά λίπη) αντί των κορεσμένων (ζωικά λίπη), όπου ο Καναδάς κατέχει μια από τις μεγαλύτερες θέσεις παγκοσμίως. Στο πλαίσιο αυτό, όλο και περισσότεροι ιατροί και διατροφολόγοι συμβουλεύουν τους ασθενείς τους να ακολουθούν μια ισορροπημένη διατροφή με περισσότερα ακόρεστα λιπαρά και λιγότερα κορεσμένα, προωθώντας με αυτόν τον τρόπο τη μεγαλύτερη κατανάλωση φυτικών ελαίων.

Σε γενικές γραμμές, οι Καναδοί καταναλωτές, στις διατροφικές τους επιλογές, λαμβάνουν υπόψη, σε μεγάλο βαθμό, την ισορροπημένη διατροφή και υγεία και θέλουν να ενημερώνονται για θέματα που αφορούν στη διατροφή τους.

Γ. Ανταγωνισμός

Την πρώτη θέση στην ανερχόμενη канаδική αγορά ελαιόλαδου κατέχει η Ιταλία με εξαγωγές που καλύπτουν το 66% των συνολικών εισαγωγών, αξιοποιώντας συγκριτικά πλεονεκτήματα όπως οι μεγάλες σε μέγεθος ελαιουργίες και τυποποιητικές μονάδες, η ελαστική νομοθεσία που επιτρέπει την ανάμιξη του ιταλικού με άλλα ελαιόλαδα προκειμένου να ενισχυθεί η γεύση και το άρωμα του, ιδίως από το ελληνικό, οι έντονες και συστηματικές προωθητικές εκστρατείες τόσο κρατικών αρχών όσο και διεπαγγελματικών οργανώσεων και συνενώσεων παραγωγών και εμπόρων, όπως η προώθηση σε παγκόσμιο επίπεδο του ιταλικού συνεργατικού σχήματος/*cluster Eataly*, και, τέλος η προώθηση του ελαιόλαδου μέσω του δικτύου των πολυάριθμων ιταλικών εστιατορίων που λειτουργούν στον Καναδά ως «πρεσβευτές» της ιταλικής γαστρονομίας και των προϊόντων της.

Ιδιαίτερη προσοχή αποδίδουν οι Ιταλοί τυποποιητές στις φιάλες ελαιόλαδου, καθώς το σχήμα, σχέδιο και ετικέτα ελκύει την προσοχή του καταναλωτή.

Μεγαλύτερο χώρο στα ράφια των καταστημάτων τροφίμων ντελικάτέσεν παρατηρείται ότι κερδίζουν τα τετραγωνισμένα μπουκάλια, το έντονο χρώμα σε αδιαφανή μπουκάλια που δεν παραπέμπουν άμεσα σε ελαιόλαδο αλλά τραβούν το μάτι χάρη στην εμφάνισή τους, καθώς και το πώμα φελλού που είναι περισσότερο συσχετισμένο με το κρασί παρά με το ελαιόλαδο.

Δεύτερη χώρα σε εξαγωγές ελαιόλαδου ήταν την τετραετία 2013-2016 η Ελλάδα ενώ το 2017 έχασε δύο θέσεις από την Ισπανία και Τυνησία.

Η μεγάλη αύξηση των εξαγωγών της Ισπανίας (τριπλάσιες σε σχέση με το 2016) οφείλεται στις χαμηλές τιμές λιανικής, πολιτική την οποία χρησιμοποιούν κατά τρόπο μόνιμο και συστηματικό τα τελευταία χρόνια οι τυποποιητές της συγκεκριμένης χώρας. Αυτό προσφέρει ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που προκύπτει από τις μεγάλες ποσότητες (ο μεγαλύτερος παραγωγός ελαιολάδου παγκοσμίως) και το χαμηλό κόστος παραγωγής, ενώ στη φήμη του ισπανικού ελαιολάδου έχει συντελέσει η διάκριση του σε αρκετούς διεθνούς διαγωνισμούς ελαιολάδου. Εκτιμάται ότι, ο εφετινός ευνοϊκός καιρός για τις ελιές στην Ισπανία (υγρή άνοιξη) θα έχει ως συνέπεια ακόμη μεγαλύτερη παραγωγή ελαιολάδου για το 2018-2019. Μεγάλο βάρος έχει δώσει η Ισπανία τα τελευταία χρόνια και στην προώθηση του βιολογικού ελαιολάδου, αφουγκραζόμενη τις τάσεις των καταναλωτών που επιζητούν περισσότερο «εχέγγυα» για τα προϊόντα που καταναλώνουν, όπως την ανάλογη πιστοποίηση.

Στην τρίτη θέση ανήλθε το έτος 2017 και στη δεύτερη το 2018 η Τυνησία, με επιθετική πολιτική μάρκετινγκ (προβολή των στοιχείων: ελαιοκομική περιοχή της Μεσογείου, χρήση του ελαιολάδου από τα αρχαία χρόνια και ουσιαστικό μέρος της εγχώριας διατροφής) και πολύ χαμηλές τιμές στο ράφι. Η Τυνησία, προσπαθώντας να στραφεί από τις πωλήσεις σε χύμα στην εμφιάλωση και τυποποίηση τυνησιακών μαρκών, και εκμεταλλευόμενη το γεγονός ότι οι λάτρεις του καλού φαγητού και της εκλεκτικότητας των τροφίμων αναζητούν ελαιόλαδα από λιγότερο γνωστές ελαιοπαραγωγικές περιοχές, έχει καταφέρει τα τελευταία χρόνια να αποκτήσει το δικό της όνομα στην αγορά, ξεπερνώντας την Ελλάδα μετά το 2017 και την Ισπανία μετά το 2018.

Σημειώνεται ότι στο συντριπτικό ποσοστό του 95% η παραγωγή ελαιολάδου στην Τυνησία είναι οργανική, καθώς, όπως υποστηρίζεται, το ζεστό και ξηρό κλίμα της Τυνησίας αποτρέπει την ανάπτυξη ζημιογόνων εντόμων που αποτελούν κίνδυνο για την ελιά και ως εκ τούτου, δεν απαιτείται η χρήση των φυτοφαρμάκων.

Ανερχόμενος παραγωγός ελαιόλαδου θεωρείται πλέον και η περιοχή της Καλιφόρνια στις Η.Π.Α., που λόγω εγγύτητας με τον Καναδά, έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε θέματα logistics.

Ένας λόγος της κάμψης των εξαγωγών του ελληνικού ελαιολάδου στον Καναδά είναι, εκτός εγγενών προβλημάτων που έχουν προκύψει από τη δημοσιονομική κρίση της τελευταίας δεκαετίας και αναγκάζουν τις ελληνικές επιχειρήσεις να αναζητούν πιο κοντινές και με μικρότερο κόστος αγορές, είναι η μη συστηματική και με στοχευμένες προωθητικές ενέργειες προβολή του.

Όπως προαναφέρθηκε, παρατηρείται ότι χώρες όπως η Τυνησία κερδίζουν έδαφος στις εξαγωγές γιατί χτίζουν προσεχτικά την εικόνα τους ως παραγωγοί ελαιολάδου, χρησιμοποιώντας τα ίδια πλεονεκτήματα που έχει και η Ελλάδα, για το προωθητικό τους πρόγραμμα και συνδυάζοντάς τα με την τουριστική προβολή: μεσογειακή χώρα με παραγωγή ελαιολάδου από τα αρχαία χρόνια, τοπία με ελαιώνες, χρήση του ελαιολάδου στην παραδοσιακή διατροφή των κατοίκων, μεσογειακή κουζίνα κλπ.

Δ. Εισαγωγικές Διαδικασίες & Διατυπώσεις - Ετικέτα

Προκειμένου για την εισαγωγή προσκομίζονται τα ακόλουθα έγγραφα:

- α) Δήλωση εισαγωγής (import declaration)
- β) Αίτηση για έγκριση ολοκλήρωσης εισαγωγής (request for release approval)
- γ) Έγγραφο δασμολογικής συναλλαγής (customs transaction document)
- δ) Τιμολόγιο (invoice)
- ε) Φορτωτική (bill of landing)
- στ) Εισαγωγική άδεια, στις περιπτώσεις όπου απαιτείται
- ζ) Δήλωση καταγωγής, βάσει του συστήματος REX/Registered Exporter System της Ε.Ε., (Σύστημα Εγγεγραμμένων Εξαγωγέων).

Η δήλωση καταγωγής έχει ισχύ ενός έτους από την ημερομηνία συμπλήρωσης από τον εξαγωγέα και απαιτείται για φορτία αξίας 6 χιλιάδων ευρώ και άνω.

Η δήλωσης της καταγωγής του προϊόντος γίνεται και επί ενός εμπορικού εγγράφου, όπως το τιμολόγιο, αρκεί ο εξαγωγέας να είναι καταχωρημένος στο σύστημα REX και να δηλώσει το νούμερο καταχώρισής του.

Στην περίπτωση που το φορτίο είναι αξίας κάτω των 6 χιλιάδων ευρώ, ακολουθείται η ίδια διαδικασία, και ας μην έχει γίνει καταχώρηση στο σύστημα REX.

ΠΡΟΤΥΠΟ ΔΗΛΩΣΗΣ

Period: from _____ to _____
(1) The exporter of the products covered by this document (customs authorization No ...(2)* declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of ...(3) preferential origin.
(4) (Place and date)
(5) (Signature and printed name of the exporter) **
* Συμπληρώνεται ο αριθμός REX ή αν δεν υπάρχει τίθεται η υπογραφή του εξαγωγέα
** Αν η Δήλωση προσκομίζεται χωριστά από το τιμολόγιο θα πρέπει να γίνεται αναφορά σε αυτή στον αριθμό τιμολογίου και τα στοιχεία του.

Τα εν λόγω έγγραφα προσκομίζονται στη Διεύθυνση Εισαγωγών της Εποπτικής Υπηρεσίας Τροφίμων Καναδά (Canadian Food Inspection Agency), προκειμένου να επιτραπεί η εισαγωγή των προϊόντων.

Σύμφωνα με τη νομοθεσία του Καναδά, για να διατεθούν, γενικότερα, τρόφιμα στον Καναδά, θα πρέπει αυτά να έχουν εισαχθεί από εισαγωγέα εγγεγραμμένο στα σχετικά μητρώα (import/export account) της Τελωνειακής Υπηρεσίας του Καναδά (Canada Border Services Agency). Ο εγγεγραμμένος εισαγωγέας αποκαλείται *Importer of Record*.

Ο εγγεγραμμένος εισαγωγέας μπορεί να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες εκτελωνιστή (Customs Broker) ή/και μεταφορικού πρακτορείου (Freight Forwarder) για τη διευκόλυνση της εισαγωγής αλλά, σε κάθε περίπτωση, έχει την ευθύνη συμμόρφωσης των εισαγόμενων προϊόντων με όλες τις σχετικές διατάξεις της νομοθεσίας του Καναδά, σε ομοσπονδιακό, επαρχιακό αλλά και δημοτικό επίπεδο, της τήρησης όλων των σχετικών διαδικασιών, καθώς και της ευθύνης ανάκλησής τους, εάν αυτό απαιτηθεί από τις αρμόδιες Αρχές.

Συγκεκριμένα, ο εγγεγραμμένος εισαγωγέας, είναι υπεύθυνος σύμφωνα με το νόμο για την καταβολή όλων των δασμών, φόρων και διοικητικών κοστών στην Τελωνειακή Υπηρεσία Καναδά (CBSA), για την υποβολή ακριβούς και αληθούς πληροφόρησης για τα εισαγόμενα εμπορεύματα και υπόκειται σε καταλογισμό σοβαρών προστίμων σε περίπτωση που υποβάλλει αναληθείς ή μη ακριβείς δηλώσεις.

Ο χρόνος θαλάσσιας μεταφοράς των εμπορευμάτων από Ελλάδα-Καναδά ανέρχεται σε 28 ημέρες. Σε πολλές περιπτώσεις γίνεται συμφόρτωση και αποστολή ομαδικών φορτίων (γκρουπάζ).

ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

HARVEST DATE:	
Best Before:	
Nutrition Facts	
Valeur Nutritive	
Per 1 Tbs (15 ml)	
Per 1 c.a. soupe (15 ml)	
Amount	%Daily Value
Teneur	% Valeur Quotidienne
Calories/Calories	
Fat/Lipides	
Saturated/Saturés	
+Trans/trans	
Not a significant source of cholesterol, sodium, fiber, sugars, vitamin A, vitamin C, calcium or iron	

Στον Καναδά, συνήθως, δεν γίνεται αναφορά στην οξύτητα του ελαιολάδου. Επισημαίνεται ότι οι υποχρεωτικές ενδείξεις πρέπει να αναγράφονται και στις δύο επίσημες γλώσσες της χώρας αγγλικά και γαλλικά, ενώ η αναγραφή της καταληκτικής ημερομηνίας κατανάλωσης (best before date) για τα προϊόντα διατροφής διάρκειας ζωής άνω των 90 ημερών είναι προαιρετική. Η ετικέτα μπορεί να επικολληθεί στο μπουκάλι.

ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΥΓΕΙΑΣ

Η αναγραφή ισχυρισμών υγείας σε ένα προϊόν είναι προαιρετική και, σύμφωνα με τον Κανονισμό Τροφίμων και Φαρμάκων, ο ισχυρισμός υγείας πρέπει να είναι σε θέση να αποδειχθεί με επιστημονικά τεκμήρια τόσο από τον παραγωγό όσο και από τον εισαγωγέα πριν τη χρήση του προϊόντος.

Επίσης, ένα προϊόν που απευθύνεται σε γενικό και όχι εξειδικευμένο καταναλωτικό κοινό δεν μπορεί να φέρει ισχυρισμούς καταπολέμησης ασθενειών και άλλων παθολογικών καταστάσεων υγείας (π.χ. καρκίνος, διαβήτης).

Ε. Συμπεράσματα

Προκειμένου το ελληνικό ελαιόλαδο να μπορέσει να εκμεταλλευτεί πλήρως τις ευνοϊκές συγκυρίες που δημιουργούνται στην καναδική αγορά από την αύξηση του ενδιαφέροντος των καταναλωτών για την υγιεινή και μεσογειακή διατροφή, απαιτούνται συστηματικές και σταθερές προωθητικές ενέργειες, όπως in store promotion και γευστικές δοκιμές σε σημεία πώλησης, αρθρογραφία σε συνδυασμό με επιτόπιες επισκέψεις Καναδών δημοσιογράφων στην Ελλάδα,

γαστρονομικές εκδηλώσεις για την ελληνική κουζίνα, εκπομπές μαγειρικής, μάρκετινγκ μέσω των social media, δημιουργίες blogs, forums / communities κ.α.

Επίσης, η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις και γαστρονομικά φεστιβάλ, όπως η Sial Canada (σε ετήσια βάση το Μάιο, εναλλασόμενη μεταξύ Μόντρεαλ και Τορόντο) ή το Gourmet Food and Wine (κάθε Νοέμβριο στο Τορόντο), βοηθάει στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας και την προβολή του branding.

Ειδικά, το ελληνικό ελαιόλαδο θα πρέπει να προβάλλει με συστηματικό τρόπο τα πλεονεκτήματα υγείας για την ανθρώπινη κατανάλωση και τις πολλές και ευεργετικές του ιδιότητες, καθώς οι καταναλωτές είναι στην πλειοψηφία τους ανεκπαιδευτοι και χωρίς τις γνώσεις που απαιτούνται για να ξεχωρίσουν το νοθευμένο ελαιόλαδο (όπως από το χρώμα, το άρωμα, τη γεύση, τα ιζήματα στο μπουκάλι κλπ.). Παρατηρείται, δε, το φαινόμενο ότι αρκετές φορές γίνονται καταγγελίες για νοθευμένα ελαιόλαδα ή ελαιόλαδα που παραπλανούν το κοινό, όπως π.χ. αναγράφοντας «εξαιρετικά παρθένο» χωρίς να ανήκουν στην κατηγορία αυτή. Τηλεοπτικές εκπομπές έχουν κατά καιρούς αναδείξει το θέμα αυτό, υποστηρίζοντας ότι το ένα τρίτο των ελαιολάδων που πωλούνται στην εγχώρια αγορά δεν πληρούν τα πρότυπα ποιότητας που θέτει το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου. Πρόσφατα, μάλιστα, υπεβλήθη καταγγελία από καταναλωτές για γνωστό ιταλικό ελαιόλαδο ότι ενώ ανέγραφε ιταλικό, στην πραγματικότητα δεν ήταν καθώς εμπεριείχε έλαια από άλλες χώρες, καθώς και ότι δεν πληρούνται τα κριτήρια της κατηγορίας του «εξαιρετικά παρθένο».

Το ελληνικό ελαιόλαδο θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί αυτή τη συγκυρία, προβάλλοντας τα πλεονεκτήματα της αυθεντικότητας, παραδοσιακότητας, μοναδικότητας της γεύσης, οξύτητας, αρώματος κ.λ.π., ώστε να συνδεθεί με τις έννοιες «υγεία», «ποιότητα», «αγνότητα» «στη συνείδηση του καταναλωτή, ιδίως αυτού που ανήκει στα ανώτερα επίπεδα της αγοράς.

Πηγές

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

<https://www.canolacouncil.org/https://nationalpost.com/>

<http://www.livingit.euronews.com>

<http://www.foodswinesfromspain.com>

www.oliveoiltimes.com