

HR.IZVOZ

S HGK DO STRANIH TRŽIŠTA >>

KANADA

ANALIZA TRŽIŠTA I MOGUĆNOSTI
ULASKA HRVATSKIH MSP-OVA



HRVATSKA
GOSPODARSKA
KOMORA



EUROPSKI STRUKTURNI
I INVESTICIJSKI FONDOVI



Europska unija
Zajedno do fondova EU

Projekt je sufinancirala
Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

**U okviru projekta „HR.izvoz – s HGK do stranih tržišta“
(referentna oznaka: KK.03.2.1.09.0002)**

KANADA – ANALIZA TRŽIŠTA I MOGUĆNOSTI ULASKA HRVATSKIH MSP-OVA

Listopad, 2018.

Sadržaj publikacije isključiva je odgovornost Hrvatske gospodarske komore.

SADRŽAJ

UVOD	1
PREGLED AKTUALNOG GOSPODARSKOG STANJA	2
Osnovni makroekonomski pokazatelji	2
Najznačajniji industrijski sektori	9
Trendovi u gospodarstvu Kanade	11
PRAVNI OKVIR POSLOVANJA	14
Pokretanje poslovanja i osnivanje tvrtke	14
Vrste korporacija	19
Carinske procedure i regulative	21
Dozvoljene količine robe za unos u Kanadu po osobi	22
Uvoz komercijalnih dobara u Kanadu	22
Trgovinski sporazumi	24
POREZNI SUSTAV	28
Stope poreza na tvrtke	29
Savezne stope	29
Provincijske ili teritorijalne porezne stope	30
VIZNI REŽIM	31
Vrste viza	31
KONSOLIDIRAN SUSTAV UVOZA	32
Trgovinske barijere, carine i ostali sporazumi	32
SEKTOR PREHRAMBENE INDUSTRIJE	34
Aktualno stanje i prognoze rasta	34
Identifikacija tržišnih potreba i potrošača	40
Tržišni lideri u maloprodajnom sektoru	43
Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi iz EU-a	49
Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi iz svijeta	52
Najznačajniji sajmovi	57

SEKTOR DRVNE INDUSTRIJE – NAMJEŠTAJ	58
Aktualno stanje i prognoze rasta	58
Identifikacija tržišnih potreba i potrošača	62
Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi	63
Tržišni lideri (domaći i inozemni)	65
Najznačajniji sajmovi	66
SEKTOR ODJEĆE I OBUĆE	67
Aktualno stanje i prognoze rasta	67
Identifikacija tržišnih potreba i potrošača	70
Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi	71
Tržišni lideri (domaći i inozemni)	74
INFORMACIJSKE KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE (IKT)	75
TURIZAM	78
ZAŠTITA OKOLIŠA I OBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE	81
Zaštita okoliša	81
Obnovljivi izvori energije	84
Energija vjetra	84
Male hidroelektrane	85
Solarna energija	85
Energija morskih valova	85
Biomasa	86
PROMET	87
Zračni promet	87
Željeznički promet	88
Cestovni promet	89
Vodni promet	90

SADRŽAJ

ANALIZA MOGUĆNOSTI ULASKA HRVATSKIH TVRTKI NA TRŽIŠTE KANADE	92
OPĆENITO	93
Opći pokazatelji investicijske klime i trgovinska razmjena s Republikom Hrvatskom	94
Najznačajniji pokazatelji vanjskotrgovinske razmjene	95
Trgovinska razmjena s Republikom Hrvatskom	96
Indeks percepcije korupcije	98
Direktne poveznice vezane na aktualne međunarodne sporazume, trgovinske barijere i ostalu regulativu vezanu uz izvoz	99
PESTEL ANALIZA	100
Politički čimbenici	100
Gospodarski čimbenici	101
Društveni čimbenici	103
Tehnološki čimbenici	104
Okolišni čimbenici	106
Pravni čimbenici	108
Sudski službenici	109
Rješavanje međunarodnih sporova	110
OPĆE KARAKTERISTIKE ULASKA NA KANADSKO TRŽIŠTE	112
Čimbenici tržišne uspješnosti	113
Poslovni običaji	113
STRATEGIJE ULASKA NA KANADSKO TRŽIŠTE	114
INFORMACIJE I KONTAKTI ZA POTENCIJALNE IZVOZNIKE	116
Gospodarska diplomacija Republike Hrvatske	116
Aktivnosti hrvatske gospodarske diplomacije	116
Važne internetske poveznice s detaljnijim informacijama o izvoznim tržištima i dostupnim servisima za potencijalne izvoznike	119
Institucije za kontakt	120
IZVORI	121
PRILOZI	122

UVOD

Kanada je jedna od najrazvijenijih i najbogatijih zemalja na svijetu, s osmim najvišim prihodom po glavi stanovnika i jedanaestim mjestom prema stupnju razvoja na svijetu. U području obrazovanja, građanskih i ekonomskih sloboda, kvalitete života i transparentnosti primjenjuje najviše svjetske standarde i mjerila te se nalazi na vrhu ljestvice zemalja koje su ugodne za život¹. Kanada je članica skupina G7, G8, G10, G20, potpisnica Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima (*International Covenant on Civil and Political Rights*), NATO saveza, potpisnica sjevernoameričkog Sporazuma o slobodnoj trgovini, potpisnica Sveobuhvatnog gospodarskog i trgovinskog sporazuma² (*Canada-European Union Comprehensive Economic and Trade Agreement – CETA*), članica u više međunarodnih organizacija, kao što su Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), Svjetska trgovinska organizacija (WTO), Commonwealth, Organizacija Američkih država, Suradnja zemalja Azije i Pacifika te Ujedinjeni narodi.

Kanada je primjer stabilnosti održivog razvoja, prosperiteta i ekonomske uključenosti te je iznimno angažirana na unaprjeđenju ovih ideala kroz dugogodišnje partnerstvo sa Svjetskom bankom. Taj program potječe iz 1945. godine, otkada su Kanada i Svjetska banka zajedno surađivale s drugim vladama, financirale projekte, osmišljavale politike i programe za suzbijanje siromaštva, s ciljem stvaranja svijeta koji se temelji na načelima održivog razvoja.

Kanada je jedna od utemeljiteljica Svjetske banke i ima vrlo veliki utjecaj na definiranje njezinih razvojnih prioriteta. Više od 60 % doprinosa službene kanadske razvojne pomoći ide u grupu kojom upravlja Svjetska banka.

Poslovno je okruženje u Kanadi vrlo dobro. Financijski podaci potencijalnih poslovnih partnera dostupni su i pouzdani, a naplata potraživanja vrlo učinkovita. Potpora institucija za ulaganje u Kanadu na iznimno je visokom nivou, a transakcije između poslovnih subjekata teku nesmetano.

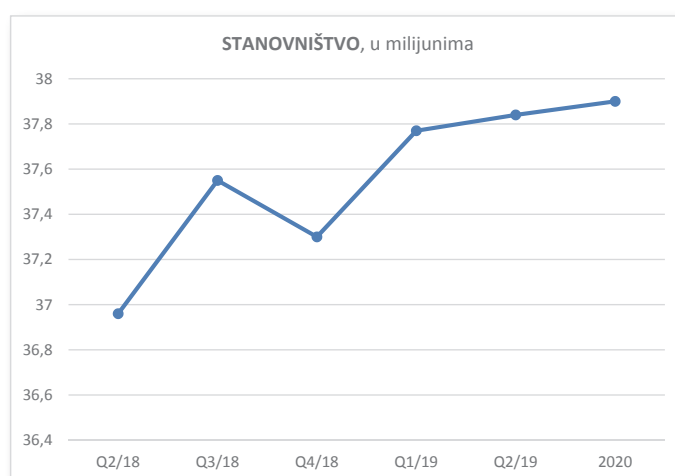
¹ <https://www.usnews.com/news/best-countries>

² https://narodne-novine.nn.hr/clanci/međunarodni/2017_09_9_55.html

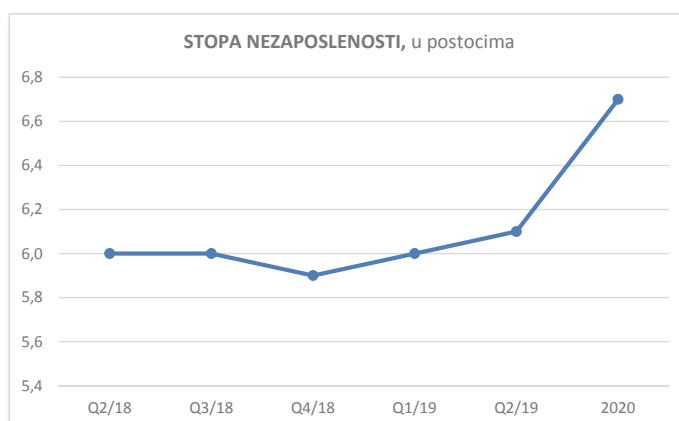
PREGLED AKTUALNOG GOSPODARSKOG STANJA

Osnovni makroekonomski pokazatelji

Prema podacima Državne agencije za statistiku (*Statistics Canada*)³ i Svjetske banke (*The World Bank* – WB)⁴, Kanada je u drugom kvartalu 2018. godine imala oko 37 milijuna stanovnika, a prema projekcijama, 2020. godine imat će ih oko 38 milijuna.



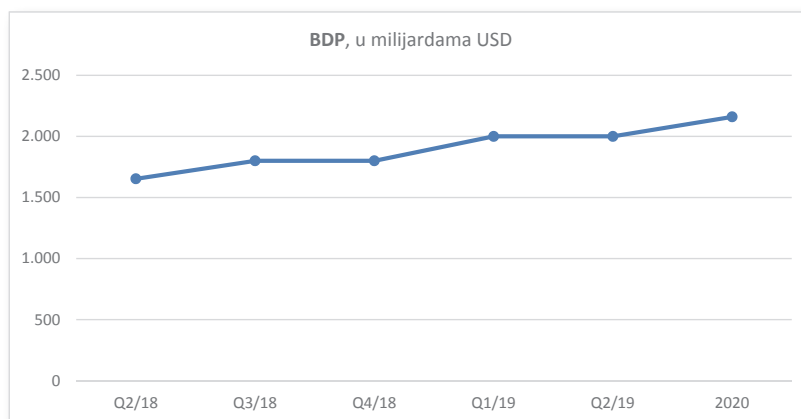
U drugom kvartalu 2018. godine stopa nezaposlenosti u Kanadi iznosila je 6 %, a prema projekcijama, do 2020. godine očekuje se povećanje na 6,7 %.



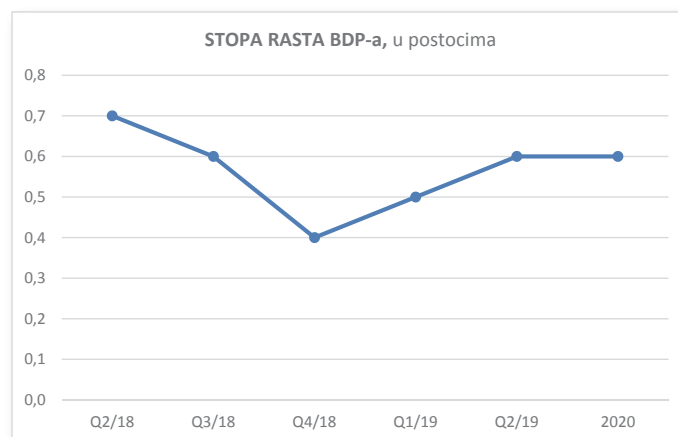
³ <https://www.statcan.gc.ca/eng/start>

⁴ <https://data.worldbank.org/>

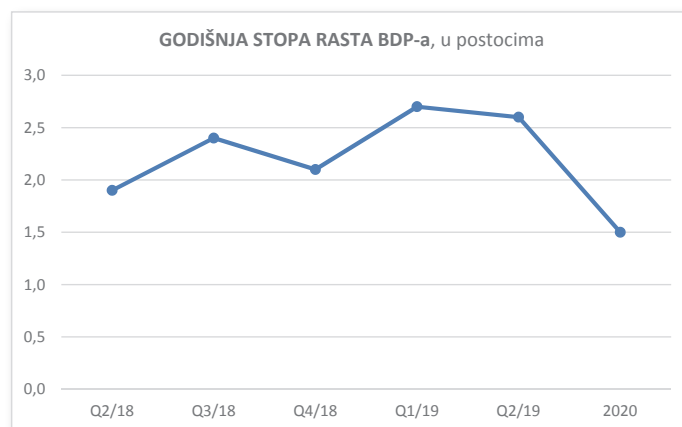
Bruto domaći proizvod (BDP) Kanade u drugom kvartalu 2018. godine iznosio je 1.653 milijarde USD. Uz prosječnu stopu rasta od 1,9 % očekuje se da će BDP Kanade do 2020. godine doseći 2.160 milijardi USD.



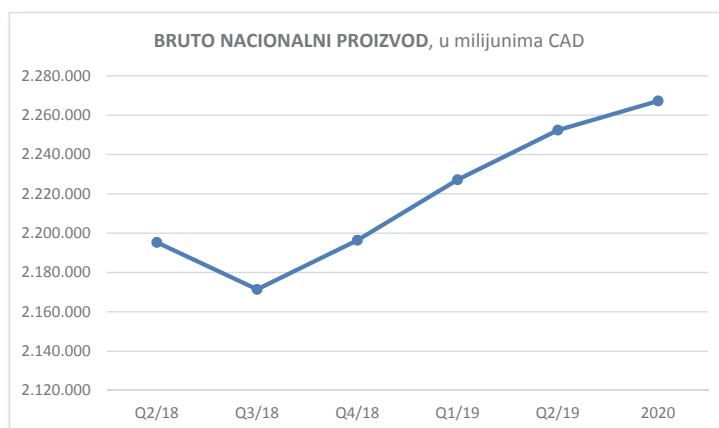
Stopa rasta BDP-a u Kanadi u drugom kvartalu 2018. godine iznosila je 0,7 %, a do 2020. godine očekuje se da će se smanjiti na 0,6 %.



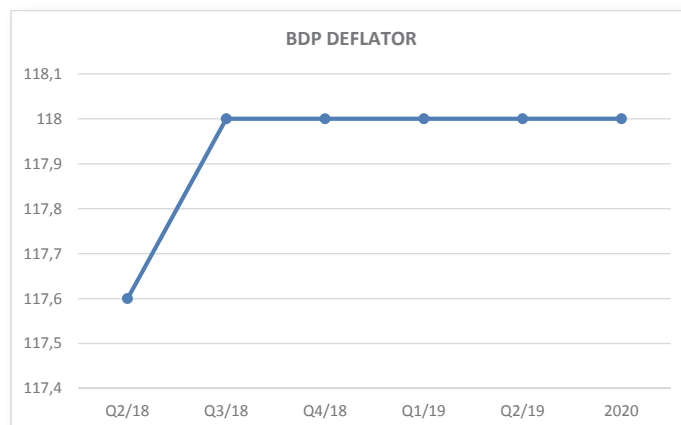
Godišnja stopa rasta BDP-a Kanade u drugom je kvartalu 2018. godine iznosila 1,9 %, a do 2020. godine očekuje se da će smanjiti na 1,5 %.



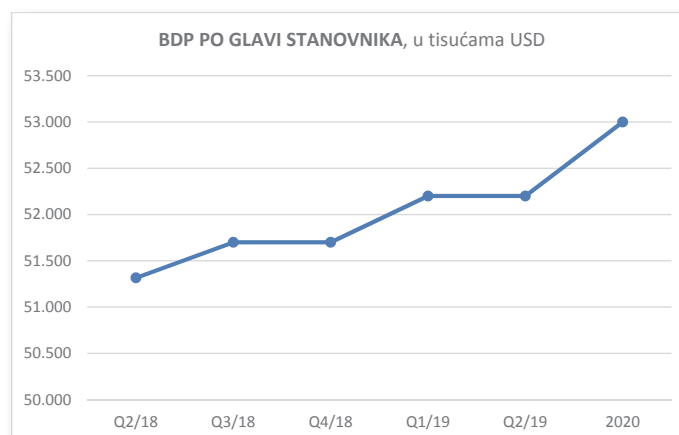
Bruto nacionalni proizvod u Kanadi u drugom kvartalu 2018. godine iznosio je oko 2.195.332 milijuna CAD, a do 2020. godine očekuje se da će doseći oko 2.267.240 CAD.



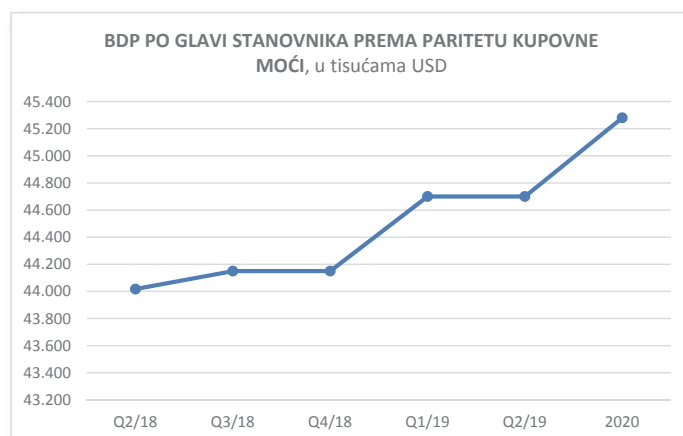
BDP deflator u Kanadi u drugom kvartalu 2018. godine iznosio je 117,6 indeksnih bodova, a do 2020. godine očekuje se da će doseći 118 indeksnih bodova.



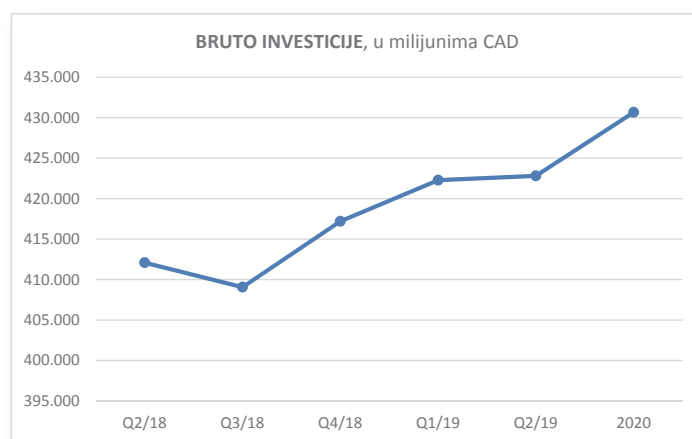
BDP po glavi stanovnika u drugom kvartalu 2018. godine iznosio je 51.316 USD. Uz prosječnu stopu rasta od 1,9 % očekuje se da će BDP po glavi stanovnika Kanade u 2020. godini iznositi 53.000 USD.



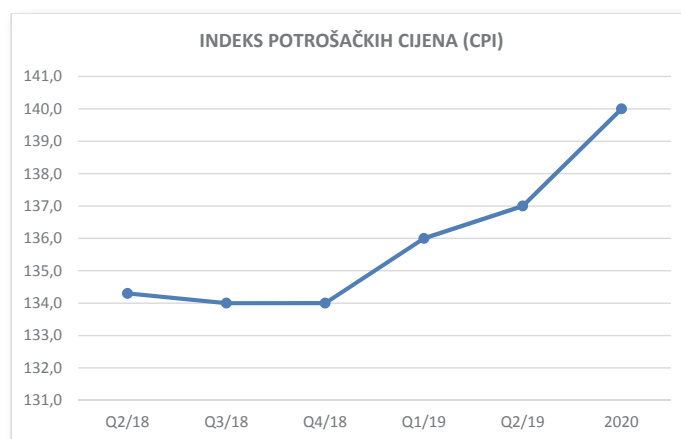
BDP po glavi stanovnika korigiran paritetom kupovne moći Kanade u drugom kvartalu 2018. godine iznosio je 44.018 USD. Uz prosječnu stopu rasta od 1,9 % očekuje se da će se u 2020. godine povećati na 45.280 USD.



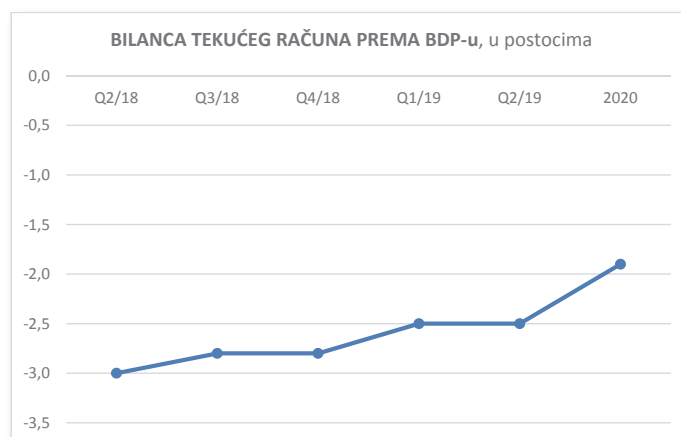
Bruto investicije u Kanadi u drugom kvartalu 2018. godine iznosile su 413.000 milijuna CAD, a prema predviđanjima Državne agencije za statistiku povećat će se na 430.658 CAD u 2020. godini.



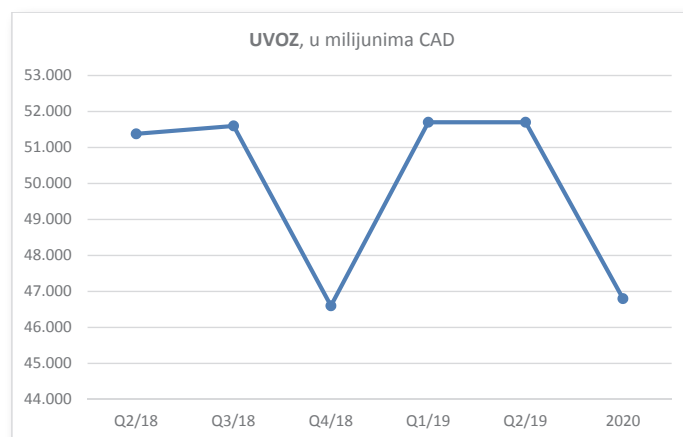
Indeks potrošačkih cijena u Kanadi u drugom kvartalu 2018. godine iznosio je 134,3 indeksna boda. Uz prosječnu stopu rasta od 1,9 % očekuje se da će se taj indeks do 2020. godine povećati na 140 indeksnih bodova.



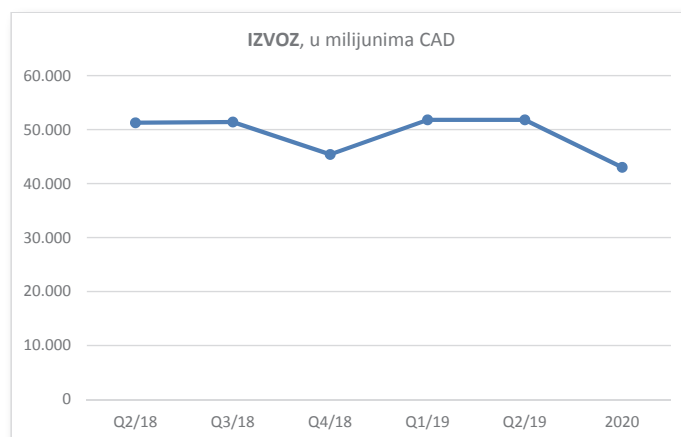
Prema podacima Državne agencije za statistiku i Svjetske banke, bilanca tekućeg računa (% BDP-a) Kanade u drugom kvartalu 2018. godine iznosila -3 %. Prema projekcijama do 2020. godine povećat će se na -2 %.



Uvoz roba i usluga u Kanadi u drugom kvartalu 2018. godine bio je na razini od 51.330 milijuna CAD, dok je prema projekcijama izgledno da će se do 2020. godine smanjiti na razinu od 46.800 milijuna CAD.



Izvoz roba i usluga u Kanadi u drugom kvartalu 2018. godine bio je na razini od 51.265 milijuna CAD, dok je prema projekcijama predviđeno da će se do 2020. godine smanjiti na razinu od 43.000 milijuna CAD.



Ostale makroekonomske vrijednosti nalaze se u Prilogu 1.

Najznačajniji industrijski sektori

Kanada ima vrlo diversificiranu industriju koja je teritorijalno raspoređena prema referencama i prirodnim resursima pojedinih kanadskih regija. Britanska Kolumbija na zapadnoj obali ima bogate prirodne resurse i jako razvijenu rudarsku i drvenu industriju. U svojim razvojnim strategijama gospodarstva, Kanada je stavila veći naglasak na povećanje proizvodnih kapaciteta. Provincija Alberta iznimno je bogata različitim prirodnim resursima, uključujući naftu i prirodni plin te cink, srebro, nikal i uran. Prerijske provincije Manitoba, Saskatchewan i istočni dijelovi Alberte proizvode više od 20 % svjetske pšenice, a također su razvijene i druge grane poljoprivrede koje značajno doprinose jačanju gospodarstva Kanade. Provincije Ontario i Quebec čine industrijsko središte Kanade. U donjem dijelu Ontarija nalaze se vrlo bogata poljoprivredna zemljišta, s naglaskom na proizvodnju voća. Provincija Niagara najpoznatija je po proizvodnji vina. Pomorske pokrajine New Brunswick, Nova Scotia, Otočje Princa Edwarda i Newfoundland imaju jako razvijenu ribarsku i drvenu industriju, a Otočje Princa Edwarda poznato je po proizvodnji kvalitetnog krumpira.

Slijedom navedenog, pet najznačajnijih industrijskih grana u Kanadi su:

Poljoprivredni sektor – Količinom proizvodnje pšenice i drugih žitarica Kanada u potpunosti pokriva svoje potrebe. Zahvaljujući svom geostrateškom položaju jedan su od najvećih proizvođača poljoprivrednih proizvoda na svijetu, a najveći dio izvoze na tržište Sjedinjenih Američkih Država. Kao članica Svjetske trgovinske organizacije (WTO), Kanada prakticira transparentno trgovanje i ne utječe na cijenu usjeva u drugim zemljama. Kanadski poljoprivredni sektor ima konstantan rast svake godine, a njegov udio u BDP-u iznosi 8 %.

Energetski sektor – Zbog bogatih rezervi nafte i prirodnog plina, Kanada je jedan od svjetskih lidera u raspoloživosti energetske resursa. Osim što je po veličini rezervi nafte u svijetu na trećem mjestu, Kanada je svjetski lider u proizvodnji hidroelektrične energije jer u provincijama Quebec, Ontario i Saskatchewanima ima značajna postrojenja hidroelektrana velike snage. Kanada izvozi energetske resurse, osobito naftu i električnu energiju, ali i druge vrste energije, što ukupno čini 2,9 % BDP-a. Kanada je usvojila strategiju razvoja i proizvodnje energije vjetra i sunčeve energije kao iskorak u razvoju energetskog sektora s ciljem ostvarivanja kontinuiranog napretka i podizanja razine očuvanja okoliša.

Tehnološki sektor – Kanadska tehnološka industrija jedna je od najjačih na svijetu, dijelom zahvaljujući *Startup Visa* programu za poduzetnike⁵, koji je vlada osmislila s ciljem privlačenja novih tehnoloških tvrtki iz cijelog svijeta za ulaganja u ovaj sektor, a dijelom zahvaljujući svojoj ulozi u promjeni svjetskog tehnološkog krajolika. *Startup Visa* program za poduzetnike nesumnjivo će donijeti rezultate i privući nove ideje i inovatore u Kanadu, koja im kroz taj program omogućava mjesto na kojem će moći usavršavati postojeće i pronalaziti nove tehnologije. Program već daje rezultate jer kanadska tehnološka industrija trenutačno ostvaruje vrlo dobre rezultate u područjima digitalnih medija, bežične infrastrukture, e-trgovina te općih internetskih usluga.

Uslužne djelatnosti – sektor doprinosi BDP-u Kanade u iznosu od preko 80 % i zapošljava gotovo tri četvrtine radnog stanovništva cijele zemlje. Unutar sektora, najviše zaposlenih je u maloprodaji, poduzetništvu, obrazovanju i zdravstvu. Iako snaga kanadskog dolara ne pogoduje turističkom sektoru, posjeti stranih turista u stalnom su porastu. To je vidljivo posebno u sektoru maloprodaje, koji se izravno odnosi na turizam i čini udio od 12 % BDP-a te je u stalnom porastu.

Proizvodni sektor – Iako je Kanada značajno osjetila globalnu financijsku krizu od 2008. do 2010. godine, proizvodni sektor Kanade dobro se opravio i sada čini udio od 14 % BDP-a. Kanadska automobilska industrija u punom je zamahu jer su tvrtke iz SAD-a i Japana prepoznale da Kanada ima visokoobrazovanu radnu snagu i niske troškove rada u ovom sektoru. Proizvodnja automobilskih dijelova jedan je od najbrže rastućih proizvodnih sektora u zemlji.

⁵ <https://www.canadavisa.com/the-entrepreneur-start-up-visa-program.html#gs.K4cBqJk>

Trendovi u gospodarstvu Kanade

U razvojnim strategijama gospodarstva Kanade, robne razmjene i razmjene usluga zauzimaju vrlo bitno mjesto i doprinose BDP-u s čak 80 %. Razvoj ovog robnog i uslužnog sektora prioritet je kanadske vlade koja, uz njegovo jačanje, sve veći naglasak stavlja na povećanje proizvodnih kapaciteta.

Kanadsko gospodarstvo ima problem s visokom razinom oporezivanja u navedenim sektorima, ali i u cijelom gospodarstvu. Pozitivne strane visokog oporezivanja pružaju osnovu za vrlo velikodušne društvene beneficije u određenim sektorima i jačanje socijalne države kroz veća ulaganja u zdravstvenu zaštitu i obrazovanje. Negativne su strane visokog oporezivanja povećanje troškova života prosječnih Kanađana i povećanje troškova poslovanja tvrtki. Kao rezultat visokog oporezivanja dolazi do iseljavanja visokoobrazovanog i visoko obučenog stanovništva, prvenstveno mladih Kanađana, koji sele u SAD gdje zarađuju puno više, a plaćaju manje poreza. Analiza Državnog ureda za statistiku o strukturi stanovništva na tržištu rada pokazuje da je kanadsko porezno opterećenje krivac za rast stope nezaposlenosti.

Još jedan potencijalni problem za budućnost gospodarstva Kanade predstavlja pitanje neovisnosti Quebeca. Značajan postotak kanadskog gospodarstva odnosi se na Quebec, a proglašenje neovisnosti Quebec-a izazvalo bi niz problema. Prije svega bi zahtijevalo podjelu imovine savezne vlade, a Quebec bi trebao pružiti dio saveznog duga. Godine 1998. Vrhovni sud Kanade zaključio je da bi unilateralna deklaracija neovisnosti Quebeca bila ilegalna, ali ako većina stanovnika Quebeca glasuje za razdvajanje, savezna će vlada morati pregovarati s vlastima u provinciji Quebec o eventualnoj neovisnosti.

Kanadska inicijativa za jačanje slobodne i otvorene trgovine donijela im je članstvo u brojnim međunarodnim organizacijama. Na taj je način Kanada omogućila da međunarodna trgovina daje značajan doprinos kanadskom gospodarstvu. Velik dio budućeg rasta zemlje ovisi o trgovini. Zbog ove ovisnosti, Kanada je osobito osjetljiva na padove u gospodarstvima svojih glavnih trgovinskih partnera⁶, posebice Sjedinjenih Američkih Država.

⁶ SAD (76 % ukupnog kanadskog izvoza ili 319,6 milijardi USD), Kina (4,3 % ili 18,2 milijarde USD) i Velika Britanija (3,2 % ili 13,6 milijardi USD)

Jedna je od mjera rješavanja nastale situacije jačanje trgovinskih odnosa Kanade s EU-om te potpisivanje CETA sporazuma. Sveobuhvatni gospodarski i trgovinski sporazum između Kanade i Europske unije (CETA) najambiciozniji je i najprogresivniji sporazum o slobodnoj trgovini koji je ikada do sada potpisan s obje strane. Potpisan je 30. listopada 2016. godine (pregovori su trajali od 2009. do 2014. godine).

CETA je privremeno stupila na snagu 21. rujna 2017. godine, što znači da se od tog dana primjenjuju svi trgovinski značajni elementi sporazuma, uključujući ukidanje 98 % carina na trgovinu između Kanade i EU-a, pristup tržištu i regulatornu suradnju. U potpunosti će i konačno stupiti na snagu nakon što sve države članice EU-a ratificiraju sporazum (Hrvatski Sabor ratificirao je CETA-u 30. lipnja 2017., kao treća država članica EU-a.)

CETA europskim poduzećima omogućuje dosad najbolji pristup ponuđen poduzećima izvan Kanade za sudjelovanje u kanadskoj javnoj nabavi, i to ne samo na saveznoj razini nego i na razini provincija i općina.

Prednosti sporazuma posebno će osjetiti manja poduzeća koja si ne mogu priuštiti trošak birokracije povezan s izvozom u Kanadu. Mala poduzeća uštedjet će vrijeme i novac zahvaljujući, primjerice, ukidanju dvostrukih zahtjeva za testiranje proizvoda, dugotrajnih carinskih postupaka i skupih pravnih troškova. Tijela država članica koja se bave promicanjem izvoza spremna su pomoći poduzećima da započnu izvoziti u prekomorske zemlje, povećaju postojeću trgovinu i privuku ulaganja.

Zahvaljujući CETA-i stvorit će se nove prilike za europske poljoprivrednike i proizvođače hrane, a istovremeno će se u potpunosti zaštititi osjetljivi sektori EU-a. EU je na ograničen i izbalansiran način dodatno otvorio svoje tržište određenim konkurentskim kanadskim proizvodima te istodobno poboljšao pristup kanadskom tržištu za važne europske izvozne proizvode. Među tim su proizvodima sir, vino i žestoka alkoholna pića, voće i povrće te prerađeni proizvodi. CETA-om će se u Kanadi zaštititi i 143 „oznake zemljopisnog podrijetla” EU-a, visokokvalitetni regionalni prehrambeni proizvodi i pića.

Koristi od CETA-e imat će i 500 milijuna potrošača u EU-u. Sporazum će im donijeti veći izbor uz zadržavanje europskih standarda jer će na tržište EU-a moći ući samo oni proizvodi i usluge koje u potpunosti udovoljavaju svim propisima EU-a. CETA-om se neće promijeniti način na koji EU zakonski uređuje sigurnost hrane, uključujući genetski modificirane proizvode i zabranu govedine tretirane hormonima.

Sporazumom se osigurava i veća pravna sigurnost u uslužnom gospodarstvu, veća mobilnost za zaposlenike poduzeća te okvir za međusobno priznavanje stručnih kvalifikacija u rasponu od arhitekata do rukovatelja dizalicama.

CETA pruža odlične mogućnosti izvozniciima, poduzetnicima i inovatorima, čime su se stekli uvjeti da hrvatski poduzetnici potraže nove partnere u Kanadi. Potencijal ovog ugovora trebali bi svi iskoristiti te povećati međusobnu trgovinsku razmjenu.

U okviru CETA-e dogovoreno je povećanje kvota za nove sireve iz EU-a za oko 30% pa će se godišnje iz EU-a moći uvesti 16 milijuna tona sireva. Ovo je prvi put od 70-tih godina 20. stoljeća da je Kanada pristala na povećanje uvoznih kvota za sireve. Kompanije iz EU-a i Kanade moći se ulaziti u partnerstva kako bi što bolje iskoristile prednosti koje su im omogućene pod CETA-om. Kanadski uvoznik Eurotrade uspio je dobiti kvotu od 400 kg za uvoz ABC sirnog namaza Belje za 2017. godinu. To je prvi put da je mliječna prerađevina nekog hrvatskog proizvođača uvezena u Kanadu. Za 2018. je godinu Eurotrade dobio kvotu od 1200 tona za uvoz ABC sirnog namaza (koja je već sva iskorištena, odnosno sav je uvezeni sir već prodan). Nadamo se da će za 2019. godinu Eurotrade dobiti još veću kvotu za uvoz hrvatskog sira.

BDP po glavi stanovnika korigiran paritetom kupovne moći za 2017. godinu iznosio je 44.017 USD. Uz prosječnu stopu rasta od 2 % očekuje se da će se u 2020. godini povećati na 45.280 USD.

PRAVNI OKVIR POSLOVANJA

Pokretanje poslovanja i osnivanje tvrtke⁷

Prije nego što se donese odluka o pokretanju poslovanja u Kanadi, mora se odrediti koja vrsta poslovne strukture najviše odgovara potrebama potencijalnog investitora ili pokretača poslovanja. Postoje četiri vrste poslovnih struktura u Kanadi: samostalno vlasništvo, partnerstvo, korporacija i zadruga.

Samostalno vlasništvo vrsta je poslovne strukture s jednim vlasnikom koji je potpuno odgovoran za sve dugove i sve obveze koje se stvore tijekom poslovanja tvrtke. Budući da vlasnik odgovara svom svojom imovinom, vjerovnik može podnijeti zahtjev za naplatu svojih potraživanja iz osobne i poslovne imovine. Prednosti ovakve vrste poslovanja su:

- jednostavna i jeftina registracija
- lagana zakonska i administrativna opterećenja
- izravna kontrola odlučivanja
- minimalni temeljni kapital potreban za pokretanje
- porezne olakšice u slučaju poslovanja s gubitkom (ako je dobit niska, gubitak u poslovanju isključuje se iz obračuna porezne osnovice)
- sva dobit ide izravno vlasniku.

Negativne su strane registriranja ovakve vrste poslovanja:

- neograničena odgovornost (za poslovanje se jamči cjelokupnom osobnom imovinom)
- prihod se oporezuje kao prihod pojedinca pa profitabilno poslovanje može rezultirati stavljanjem u viši porezni razred
- nedostatak kontinuiteta poslovanja ako niste dostupni.

⁷ <https://canadabusiness.ca/starting/before-starting-your-business/corporation-partnership-or-sole-proprietorship/>

Partnerstvo je vrsta poslovanja u kojem je udruženo dvoje ili više ljudi. Financijski resursi partnera zajednički se ulažu u izgradnju poslovanja, a ostvarena dobit se proporcionalno dijeli prema udjelu u vlasničkoj strukturi tvrtke. U općem partnerstvu, svi partneri jednako odgovaraju za obaveze koje se odnose zajedničko poslovanje. U ograničenom partnerstvu, osoba koja je u vlasničkoj strukturi partnerske tvrtke može doprinijeti poslovanju partnerstva a da direktno ne odlučuje o poslovnom procesu. Partnerstvo s ograničenom odgovornošću u Kanadi obično je dostupno grupama stručnjaka, kao što su odvjetnici, knjigovođe ili liječnici. Prilikom sklapanja partnerstva, potpisuje se ugovor o partnerstvu koji regulira uvjete partnerstva te jasno definira obveze partnera i način rješavanja međusobnih sporova. Unajmljivanje odvjetnika ili pravnog stručnjaka pomoći će, svakako, u izradi partnerskog ugovora te će vam uštedjeti vrijeme i zaštititi vaše interese. Prednosti ovakve vrste poslovanja su:

- jednostavno i jeftino uspostavljanje i registracija partnerstva
- podijeljeni troškovi pokretanja i registracije
- jednak udio u upravljanju, dobiti i imovini
- porezna olakšica – ako su prihodi od partnerstva niski ili se posluje s gubitkom (partneri uključuju svoje udjele u partnerstvu u svoj osobni porezni prihod).

Negativne su strane registriranja ovakve vrste poslovanja:

- nepostojanje pravne razlike između vas i vaše tvrtke
- neograničena odgovornost (u slučaju postojanja poslovnih dugova, za njihovu naplatu jamčite i svojom osobnom imovinom)
- teško pronalaženje prikladnog partnera
- mogući sukobi u poslovanju između partnera
- financijska odgovornost za poslovne odluke koje je donio vaš partner (npr. propali poslovni ugovori).

Korporacija je poslovna struktura koja se može registrirati na saveznoj ili provincijskoj/teritorijalnoj razini. Registrirana korporativna tvrtka pravna je osoba koja je odvojena od dioničara. Kao dioničar korporacije, niste osobno odgovorni za dugove, obveze ili akte korporacije. Prilikom registriranja korporacije preporuča se uzimanje usluga pravnog savjetnika.

Prednosti ovakve vrste poslovanja su:

- ograničena odgovornost
- prenosivo vlasništvo
- kontinuirano poslovanje
- odvojeno pravno lice
- lakše prikupljanje kapitala nego što je to slučaj u drugim poslovnim strukturama
- moguće porezne olakšice jer su porezi niži korporativnom poslovanju.

Negativne su strane registriranja ovakve vrste poslovanja:

- stroga regulatorna pravila poslovanja u korporaciji
- skuplja registracija u odnosu na drugi oblik poslovanja
- opsežna korporacijska dokumentacija
- mogući sukob između dioničara i direktora
- potreba prilaganja dokaza o prebivalištu ili državljanstvu direktora.

Pokretanje posla	HRVATSKA	KANADA
Pravna forma	Društvo s ograničenom odgovornošću	Privatna korporacija
Broj procedura	8	2
Broj dana	22,5	1,5
Trošak (% dohotka po stanovniku)	7,2	0,4
Plaćeni min. kapital (% dohotka po stanovniku)	12,5	0

Izvor: Doing Business 2018

Procedure za izgradnju skladišta	HRVATSKA	KANADA
Broj procedura	18	12
Broj dana	126	249
Trošak (% vrijednosti skladišta)	9,4	1,9

Izvor: Doing Business 2018

Priključenje na mrežu električne energije	HRVATSKA	KANADA
Broj procedura	5	7
Broj dana	65	137
Trošak (% vrijednosti skladišta)	298,5	125,3

Izvor: Doing Business 2018

Registracija vlasništva	HRVATSKA	KANADA
Broj procedura	5	5
Broj dana	62	4
Trošak (% vrijednosti skladišta)	4	2,9

Izvor: Doing Business 2018

Vrste poreza	
Porez na prihod (% od dobiti)	3,8
Porezi i doprinosi (% od dobiti)	12,9
Ostali porezi (% od dobiti)	4,2

Izvor: Doing Business 2018

Porezi i obvezni doprinosi	Plaćanje (broj)	Bilješke o plaćanjima	Vrijeme (sati / godini)	Zakonska stopa poreza	Porezna osnovica	Ukupna stopa poreza i doprinosa (% dobiti)
Doprinosi za mirovinsko osiguranje	1	online	36	4,95%	bruto plaća	4,72
Porez na imovinu	1	online		2,83%	procjenjena vrijednost imovine	4,1
Sigurnost na radu i doprinosi osiguranja	1	online		4,54%	bruto plaća	3,67
Doprinos osiguranju za zapošljavanje	0	zajednički		2,63%	bruto plaća	2,59
Savezni porez na prihod	1	online	45	10,5% na 1. CAD 500k, 15% na preostali prihod	oporeziva dobit	2,44
Doprinos za zdravstveno osiguranje	1	online		1,95%	primanja veća od 450.000 CAD	1,92
Pokrajinski dohodak	0	zajednički		4,5% na 1. CAD 500k, 11,5% na preostali prihod	oporeziva dobit	1,38
Ontario porez na maloprodaju (ORST)	1	online		8%	premija osiguranja	0,08
Ontario zdravstveno osiguranje Premium	0	zajednički		0,81%	bruto plaća	0
Doprinosi osiguranja za zapošljavanje zaposlenika	0	zajednički		1,88%	bruto plaća	0
Doprinosi mirovinskog osiguranja zaposlenika	0	zajednički		4,95%	bruto plaća	0
Porez na gorivo	1				Potrošnja goriva	0
Usklađen porez na promet (VAT)	1	online	50	13%	dodana vrijednost	0
Ukupno	8		131			20,9

Izvor: Ministarstvo financija Kanade

Vrste korporacija

Postoje različite vrste korporacija te se, ovisno o strukturi vlasništva, određuje porezna stopa koja se primjenjuje pri obračunu poreza na dobit na kraju godine. Vrste korporacije su:

Privatna korporacija kontrolirana od kanadskog državljana (*Canadian-controlled private corporation – CCPC*) – da bi se korporacija smatrala CCPC-jem, mora zadovoljavati sve sljedeće zahtjeve na kraju porezne godine⁸:

- da je u privatnom vlasništvu
- da ima sjedište u Kanadi i da bila je registrirana u Kanadi nakon 18. lipnja 1971. godine
- da nije pod izravnom ili neizravnom kontrolom jedne ili više osoba koje nemaju prijavljen boravak u Kanadi
- da nije pod izravnom ili neizravnom kontrolom jednog ili više javnih poduzeća
- da nije pod kontrolom kanadske korporacije koja svoje dionice plasira na burzovnom tržištu izvan Kanade
- da nije pod izravnom ili neizravnom kontrolom bilo koje kombinacije osoba ili korporacija opisanih u tri prethodna uvjeta
- ako su dionice korporacije u vlasništvu nerezidenta ili javne korporacije (osim propisanog trgovačkog društva rizičnog kapitala) ili korporacije čije su dionice plasirane na burzu u vlasništvu jedne osobe, da ta osoba nije vlasnik većinskog paketa dionica kojim bi imala mogućnosti kontrole nad korporacijom
- da dionice koje predstavljaju temeljni kapital korporacije nisu plasirane ni na jednoj burzi.

Ostale privatne korporacije (*Other private corporation*) – da bi se korporacija svrstala u ovu kategoriju, mora zadovoljavati sve sljedeće zahtjeve na kraju porezne godine:

- da je registrirana i ima sjedište u Kanadi
- da nije javna korporacija
- da nije pod kontrolom jednog ili više javnih poduzeća (osim trgovačkog

⁸ T4012: T2 Corporation Tax Guide

društva rizičnog kapitala, kako je definirano u Uredbi 6700 Pravila o porezu na dohodak⁹)

- da nije pod kontrolom jedne ili više saveznih korporacija
- da nije pod kontrolom niti jedne od kombinacija opisanih u dva prethodna uvjeta.

Javna korporacija – da bi se korporacija smatrala javnom korporacijom sa sjedištem u Kanadi, mora ispunjavati bilo koji od sljedećih uvjeta na kraju porezne godine:

- da ima plasirane dionice na kanadskoj burzi
- da je Odlukom Ministarstva financija Kanade klasificirana kao javna korporacija koja je ispunila propisane uvjete prema Uredbi 4800 (1) Pravila o porezu na dohodak¹⁰ o broju dioničara, omjeru vlasništva nad dionicama, javnom trgovanju dionicama i veličini korporacije
- ako javna korporacija udovoljava određenim propisanim uvjetima prema Uredbi 4800 (2) Pravila o porezu na dohodak, može sama izabrati, ili ministar financija može odrediti, da ne bude klasificirana kao javno poduzeće.

Korporacija pod kontrolom javne korporacije (*Corporation controlled by public corporation*) – ova je vrsta korporacije pod kontrolom javne korporacije i nije kvalificirana kao javno poduzeće u uvjetima za podnošenje porezne prijave na kraju fiskalne godine.

Ostale korporacije – ne pripadaju nijednoj od navedenih kategorija. Primjeri ostalih korporacija uključuju opće osiguravatelje i savezne korporacije.

Zadruga je u vlasništvu i pod kontrolom udruge članova. Može se registrirati kao profitna ili kao neprofitna organizacija. Zadruga je najmanje zastupljen oblik poslovanja u Kanadi, ali može biti prikladan u situacijama kada skupina pojedinaca ili poduzeća odluči grupirati svoje resurse i osigurati pristup zajedničkim potrebama ili interesima.

⁹ <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.%2C%20c.%20945/>

¹⁰ <http://laws.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,%20c.%20945/page-60.html#h-258>

Prednosti ovakve vrste poslovanja su:

- vlasništvo i kontrola u rukama njezinih članova
- demokratska prava odlučivanja (jedan član, jedan glas)
- ograničena odgovornost
- distribucija dobiti.

Negativne su strane registriranja ovakve vrste poslovanja:

- dulji proces donošenja odluka
- nužno sudjelovanje svih članova za uspjeh
- mogući sukob među članovima
- opsežna evidencija
- manje poticaja za ulaganje dodatnog kapitala.

Carinske procedure i regulative

Prema uputama Kanadske granične službe (*Canada Border Services Agency* – CBSA), prilikom ulaska u Kanadu trebali biste biti spremni točno opisati robu koju namjeravate uvesti, što uključuje: zemlju podrijetla robe i proizvođača, sastav robe, namjenu artikla i informacije o cijeni. Na web stranici [CBSA¹¹](https://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html) ponuđen je *online* kalkulator za izračun svih carinskih pristojbi za robu koju bi eventualno uvozili ili unosili u Kanadu.

U slučaju da se prelaze dopuštene količine robe definirane po osobi, plaća se puni iznos carinskih pristojbi na ukupnu vrijednost robe, a ne samo na višak. Kanadski carinski agenti imaju upućeni su da izađu ususret posjetiteljima koji ulaze u Kanadu na način da im grupiraju robu veće vrijednosti kako bi se obračunala u okviru količina dozvoljenih za uvoz, a jeftinija robu onda ocarinila po punoj cijeni. U slučaju da u Kanadu ulazite osobnim vozilom dopuštene se količine obračunavaju po osobi, a ne po vozilu.

Carinske pristojbe obračunavaju se i plaćaju isključivo u kanadskim dolarima.

¹¹ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html>

Dozvoljene količine robe za unos u Kanadu po osobi

Osobe koje prelaze granicu i ulaze u Kanadu mogu unijeti sljedeće količine artikala:

- 1,5 l vina ili 1,14 l žestokog pića ili 24 limenke ili boce piva.
- 1 karton cigareta (200 cigareta), do 50 cigara i 200 g rasutog duhana
- do 60 CAD vrijednosti darova po primatelju (isključujući alkohol i duhan)
- "razumna količina" parfema
- neograničen unos kamera
- "razumna količina" filma
- donacije do 60 CAD.

Ove se količine artikala za unos ne mogu se kombinirati s drugom osobom i prenositi na drugu osobu.

Roba koja je predviđena za komercijalnu uporabu ili za drugu osobu ne spada pod gore navedene uvjete i podložna je punoj carinskoj kontroli.

Uvoz komercijalnih dobara u Kanadu¹²

Prije uvoza komercijalnih dobara u Kanadu, kao tvrtka ili pojedinac, morat ćete ishoditi poslovni broj (*Business number*) koji izdaje Kanadska porezna uprava (*Canada Revenue Agency* – CRA) i otvoriti transakcijski račun za uvoz. Otvaranje računa je besplatno i obično se dobije za nekoliko minuta prilikom online registracije¹³.

Za uvoz je potrebno imati pripremljene osnovne informacije o robi za uvoz, pripremljenu opisnu literaturu, informacije o sastavu proizvoda te, ako vrsta proizvoda to omogućava, uzorke proizvoda. Pripremljena popratna dokumentacija o robi ima važnu ulogu u određivanju tarifne klasifikacije koja se plaća prilikom uvoza.

Također, popratnu dokumentaciju i sve zahtjeve možete pripremiti sami te komunikaciju s CBSA-om obavljati izravno ili možete angažirati ili ovlastiti ovlaštenog carinskog

¹² <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/guide-eng.html>

¹³ <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/registering-your-business/business-registration-online-overview.html>

posrednika (*Licensed Customs Broker*) da u vaše ime obavi sve poslove oko pripreme uvoza robe. Odgovornost za svu računovodstvenu dokumentaciju, plaćanje davanja i poreza te sve naknadne korekcije, kao što je ponovno određivanje klasifikacije robe, podrijetla i vrednovanja, je na uvozniku.

Usluge ovlaštenih carinskih posrednika obično uključuju:

- dobivanje dopuštenja za uvoz robe
- plaćanje svih propisanih obveza
- ishođenje, pripremu, prezentiranje ili prosljeđivanje potrebnih dokumenata ili podataka
- vođenje evidencije i
- korespondenciju s CBSA-om oko plaćanja carinskih tarifa.

Popis CBSA licenciranih carinskih posrednika¹⁴ nalazi se na njezinoj web stranici.

Važno je priložiti potvrdu o podrijetlu robe u kojoj moraju biti uključene potvrde iz svih zemalja u kojima su proizvodi ili njegovi dijelovi proizvedeni. Zahtjevi za dokaz o podrijetlu mogu se pronaći u Memorandumu D11-4-2, Dokaz o podrijetlu¹⁵.

U Kanadu nije dopušten uvoz nekih proizvoda i komercijalnih dobara. Riječ je o dječjoj pornografiji i literaturi koja sadrži govor mržnje, zatim korištenim madracima i nekim vrstama rabljenih automobila. Više informacija o zabranjenim proizvodima potražite u Memorandumu serije D9, Zabranjeni uvoz¹⁶.

Mnoge vrste robe spadaju u nadležnost drugih državnih službi i agencija te mogu zahtijevati dozvole, potvrde i obavljanje određenih inspekcija. CBSA administrira provođenje zakonskih obaveza za uvoz u ime drugih vladinih odjela. Referentni popis za uvoznike nekih od najčešće uvezenih roba za koje se mogu zahtijevati dozvole ili potvrde potvrde drugih vladinih tijela ili agencija mogu se pronaći u Memorandumima serije D19, Donošenje akata i pravila drugih vladinih tijela¹⁷. Osim toga, za uvoz alkohola ili duhanskih proizvoda, preporučeno je uvjete uvoza provjeriti i s nadležnim tijelima na provincijskoj razini.

¹⁴ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/services/cb-cd/cb-cd-eng.html>

¹⁵ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d11-4-2-eng.html>

¹⁶ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d9-eng.html>

¹⁷ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/reflist-listeref-eng.html>

CBSA zahtijeva da na određena roba bude jasno označena zemlja podrijetla. Više informacija o zahtjevima za obilježavanje nalazi se u Memorandumu D11-3-1, Obilježavanje uvezene robe¹⁸.

Određena komercijalna dobra podliježu mjerama iz Zakona o posebnim mjerama o uvozu (*Special Import Measures Act* – SIMA). Posebne mjere koje propisuje SIMA uključuju antidampinške pristojbe, kompenzacijske obveze i zapljenu robe. Mjesečni indeks proizvoda koji podliježu SIMA-i¹⁹ odnosi se na Memorandume serije D14 i D15²⁰.

Prije uvoza određene robe u Kanadu, potrebno je provjeriti je ona li podložna domaćim kontrolama. Prema Zakonu o zaštiti domaće proizvodnji (*Defence Production Act* – DPA) i Pravilniku o kontroliranim proizvodima (*Controlled Goods Regulations*), svaka osoba koja ispituje, posjeduje ili prenosi kontroliranu robu u zemlji, zakonski je obvezna registrirati se u programu javnih radova i vladinih službi (*Public Works and Government Service's* – PWGSC) i programu kontroliranih dobara (*Controlled Goods Program* – CGP).

Trgovinski sporazumi

Kanada u sastavu svog veleposlanstva u Zagrebu ima povjerenika za trgovinu kojeg je delegirala Kanadska služba za trgovinu (*The Canadian Trade Commissioner Service* – TCS) čija je zadaća promicanje kanadskih trgovinskih i gospodarskih interesa u Hrvatskoj i na Kosovu, te olakšavanje pristupa kanadskim tvrtkama koje su odabrale Hrvatsku kao ciljno tržište za svoje proizvode, usluge ili tehnologije. Također, stoje na usluzi i hrvatskim tvrtkama za informiranje o investicijskim mogućnostima u Kanadi te pomažu u povezivanju s kanadskim tvrtkama koje svoje proizvode žele plasirati na hrvatsko tržište.

Kanada je s Europskom unijom potpisala Sveobuhvatni gospodarski i trgovinski sporazum (*Canada-European Union Comprehensive Economic and Trade Agreement* – CETA). Hrvatska je dio tržišta Europske unije, drugog po veličini tržišta na svijetu, stoga je u interesu Kanade pomoći tvrtkama u objema zemljama da uspostave kontakt.

¹⁸ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d11/d11-3-1-eng.html>

¹⁹ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/sima-lmsi/mif-mev-eng.html>

²⁰ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d14-eng.html>

CETA je od svog stupanja na snagu u rujnu 2017. godine europskim poduzećima na godišnjoj razini uštedjela blizu 600 milijuna EUR carina koje su prije plaćane na robu koju su iz EU-a izvozili u Kanadu. Ukinute su carine na 98 % proizvoda kojima EU trguje s Kanadom. Povrh toga, CETA omogućava jednostavan i transparentan pristup i sudjelovanje europskih poduzeća u kanadskoj javnoj nabavi na svim razinama savezne države i lokalne uprave.

Po procjenama Europske komisije, malo i srednje poduzetništvo je ovim sporazumom dobilo znatne olakšice kroz smanjenja troška birokracije povezanog s izvozom u Kanadu. Pri tom će uštedjeti vrijeme i novac jer više nema dvostrukih testiranja proizvoda, dugotrajnih carinskih postupaka i pravnih troškova. I države članice Europske unije uključile su aktivno tijela koja se bave promicanjem izvoza da započnu kampanje pomoći poduzećima koja su voljna izvoziti u prekooceanske zemlje i povećati postojeću trgovinsku razmjenu te privući ulaganja.

Osim CETA-e, koja je uz Sjevernoamerički sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i SAD-a, najvažniji trgovinski sporazum, Kanada ima potpisane sporazume s drugim zemljama ili je fazi pregovora o potpisivanju.

Sporazumi o slobodnoj trgovini (*Free Trade Agreements – FTA*) sklapaju se u svrhu otvaranja stranih tržišta domaćim tvrtkama uz smanjenje trgovinskih zapreka, poput tarifa, kvota ili netarifnih barijera. Poduzećima koja su orijentirana na izvoz, ugovori omogućuju lakše poslovanje u inozemstvu uz predvidljive i transparentnih uvjete. Kanadski sporazumi o slobodnoj trgovini pokrivaju sva bitna područja trgovinske razmjene između stranaka sporazuma. Većina kanadskih sporazuma o slobodnoj trgovini nadilaze "tradicionalne" trgovinske probleme koji se pojavljuju u područjima poput usluga, intelektualnog vlasništva i ulaganja. Neke zemlje često koriste termin gospodarsko partnerstvo (*Economic Partnership*) umjesto FTA.

**Pregled svih sporazuma o slobodnoj trgovini koje je Kanada
sklopila s partnerskim zemljama te njihovi statusi**

Zemlja, grupa zemalja ili teritorij	Naziv sporazuma	Tip sporazuma	Na snazi
Čile	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i Čilea (<i>Canada-Chile Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 5.7.1997. godine
Kolumbija	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i Kolumbije (<i>Canada-Colombia Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 15.8.2011. godine
Kostarika	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i Kostarike (<i>Canada-Costa Rica Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.11.2002. godine
Europsko udruženje slobodne trgovine (<i>European Free Trade Association – EFTA</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i zemalja EFTA-e (<i>Canada-European Free Trade Association Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.7.2009. godine
Island, Lihtenštajn, Norveška, Švicarska			
Europska unija (EU)			
Austrija, Belgija, Bugarska, Hrvatska, Cipar, Češka, Republika, Danska, Estonija, Finska, Francuska, Njemačka, Grčka, Mađarska, Irska, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Malta, Nizozemska, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka Republika, Slovenija, Španjolska, Švedska, Velika Britanija	Sveobuhvatni gospodarski i trgovinski sporazum (<i>Canada-European Union: Comprehensive Economic and Trade Agreement – CETA</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 21.9.2017. godine
Honduras	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i Hondurasa (<i>Canada-Honduras Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.10.2014. godine
Izrael	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i Izraela (<i>Canada-Israel Free Trade Agreement – CIFTA</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.1.1997. godine

Zemlja, grupa zemalja ili teritorij	Naziv sporazuma	Tip sporazuma	Na snazi
Jordan	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i Jordana (<i>Canada-Jordan Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.10.2012. godine
Južna Koreja	Sporazum o slobodnoj trgovini Kanade i Južne Koreje (<i>Canada-Korea Free Trade Agreement – CKFTA</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.1.2015. godine
Sjeverna Amerika Meksiko, Sjedinjene Američke Države	Sjevernoamerički trgovinski sporazum (<i>North American Free Trade Agreement – NAFTA</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.1.1994. godine
Panama	Sporazum o slobodnoj trgovini Kanade i Paname (<i>Canada-Panama Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.4.2013. godine
Peru	Sporazum o slobodnoj trgovini Kanade i Perua (<i>Canada-Peru Free Trade Agreement</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.8.2009. godine
Ukrajina	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i Ukrajine (<i>Canada-Ukraine Free Trade Agreement – CUFTA</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.8.2017. godine
Sjedinjene Američke Države	Sporazum o slobodnoj trgovini između Kanade i SAD-a (<i>Canada-US Free Trade Agreement – CUSFTA</i>)	Sporazum o slobodnoj trgovini	od 1.1.1989. godine Zamijenjen NAFTA-om od 1.1.1994. godine

Izvor: Government of Canada, Trade and investment agreements, 2018.

POREZNI SUSTAV

Godišnju poreznu prijavu kanadski državljani i strani državljani koji imaju reguliran boravak u Kanadi mogu podnijeti *online*, telefonom i klasičnom prijavom u papirnatom obliku.

U 2017. godini 90 % kanadskih poreznih obveznika odlučilo je podnijeti poreznu prijavu u elektroničkom obliku. Podnošenje prijave *online* jednostavno je i sigurno. Uz popis odgovarajućih certificiranih programa²¹ i opcija *web* usluga, uključujući i one koji su besplatni, porezni obveznici moraju imati registrirani korisnički račun za prijavu poreza.

U Kanadi razlikujemo dvije vrste poreza:

- porez na dohodak pojedinaca i
- porez na dohodak od poslovanja.

Plaćanje poreza	HRVATSKA	KANADA
Broj plaćanja u godini	35	8
Broj sati koji se troši na popunjavanje poreznih obrazaca	206	131
Trošak (% vrijednosti profita)	20,6	20,9

Izvor: *Doing Business 2018*

²¹ <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/e-services/e-services-individuals/netfile-overview/certified-software-netfile-program.html>

Stope poreza na prihod pojedinaca

Prema uputama savezne vlade za 2018. godinu propisane su sljedeće porezne stope za pojedince prema visini godišnjeg prihoda:

- 15 % na prihod do 46.605 CAD
- 20,5 % na prihod preko 46.605 CAD (odnosi se na dio oporezivog dohotka do 93.208 CAD)
- 26 % na prihod preko 93.208 CAD (odnosi se na dio oporezivog dohotka do 144.489 CAD)
- 29 % na prihod preko 144.489 CAD (odnosi se na dio oporezivog dohotka do 205.842 CAD)
- 33 % na prihod iznad 205.842 CAD.

Stope poreza na tvrtke

Savezne stope

Osnovna stopa poreza prvog dijela je 38 % oporezivog dohotka, a nakon obračuna i smanjenja porezne obveze iznosi 28 %. Nakon općeg smanjenja porezne obaveze, neto porezna stopa iznosi 15 %.

Za Privatnu korporaciju kontroliranu od kanadskog državljanina – CCPC, neto porezna stopa iznosi 10 %.

Provincijske ili teritorijalne porezne stope

Općenito, provincije i teritoriji imaju dvije stope poreza na dohodak, nižu i višu. Niža se stopa odnosi na dohodak koji ostvaruju tvrtke s posebnim poreznim olakšicama jer svoje poslovanje ograničavaju na provinciju u kojoj su registrirani. Neke provincije i teritoriji odlučuju koje će se porezne olakšice koristiti, a neke tu odluku prepuštaju samoj tvrtki. Viša stopa vrijedi za sve ostale prihode.

Provincijske i teritorijalne stope poreza (osim Quebeca i Alberta)

Tablica prikazuje stope poreza na dohodak za provincije i teritorije (osim Quebeca i Alberta, koji nemaju sporazume o naplati poreza na dobit s CRA-om). Tarife su na snazi od 1. siječnja 2018., a mogu se mijenjati tijekom godine.

Provincija ili teritorij	Niža stopa	Viša stopa
Newfoundland i Labrador	3%	15%
Nova Škotija	3%	16%
New Brunswick	3%	14%
Otočje Princa Edwarda	4,50%	16%
Ontario	3,50%	11,50%
Manitoba	0	12%
Saskatchewan	2%	12%
Britanska Kolumbija	2%	12%
Nunavut	4%	12%
Sjeverozapadni teritorij	4%	11,50%
Jukon	2%	12%

Izvor: Government of Canada, Provincial and territorial corporation tax, 2018.

VIZNI REŽIM

Hrvatski državljani, nositelji obične ili diplomatske/sluzbene putovnice, koji putuju u Kanadu ili su u tranzitu preko njezinog državnog područja ne moraju ishoditi vizu, ali su obvezni ispuniti prijavu putem eTA sustava (*Electronic Travel Authorization*) na internetskoj stranici <http://www.cic.gc.ca/english/visit/eta.asp>.

Prije putovanja, navedenu prijavu moraju pregledati i odobriti nadležna kanadska tijela. Hrvatski državljani, kao i svi drugi strani državljani, pri ulasku u Kanadu podliježu imigracijskoj kontroli.

Vrste viza

Ovisno o svrsi boravka u Kanadi, razlikujemo četiri kategorije dokumenata koji se izdaju za boravak u Kanadi:

- privremena boravišna viza
- studentska dozvola
- radna dozvola
- putni dokument za nosioce statusa stalnog boravka.

Od srpnja 2018. godine, u Centru za podnošenje zahtjeva za vize, osobe koje žele posjetiti Kanadu ili ishoditi bilo koji od gore navedenih dokumenata moraju biti spremne na zahtjev da ostave svoje biometrijske podatke.

Podnositelji zahtjeva za privremenu boravišnu vizu, studentsku ili radnu dozvolu morat će svoje biometrijske podatke obnavljati svakih 10 godina.

Odluku o izdavanju ili odbijanju vize donose isključivo službenici za migracije u Odsjeku za imigracije, izbjeglice i državljanstvo Kanade u skladu s pravilima i smjernicama kanadskog imigracijskog viznog režima.

KONSOLIDIRAN SUSTAV UVOZA

CID – Canadian Importers Database

Kanada ima u potpunosti digitaliziran, transparentan i konsolidiran nacionalni sustav uvoza robe pod nazivom CID (*Canadian Importers Database*). Uvoznici navedeni u sustavu drže preko 80 % cjelokupnog uvoza proizvoda u Kanadu.

Odabir uvoznika ovisi isključivo o kategoriji proizvoda za koji svaki od njih ima uvozu dozvolu te lokaciji uvoznika, odnosno njegovoj mogućnosti osiguravanja skladištenja robe i njezine distribucije. Time izvoznicima omogućuje brži i efikasniji plasman na tržište.

CID je dostupan na sljedećoj poveznici:

<https://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/home>

Trgovinske barijere, carine i ostali sporazumi

Kanada za uvoz većine prehrambenih proizvoda ima zakonom definirane trgovinske barijere, tarife i uvozne kvote (TRQs – *Tariff Rate Quotas*). S Europskom unijom Kanada ima potpisan sveobuhvatni gospodarsko-trgovinski sporazum, CETA-u, kojim su ukinute određene carine te su povećane uvozne kvote određenih prehrambenih proizvoda iz EU-a.

Neovisno o sporazumu CETA, i dalje postoje zabrane i ograničenja uvoza određenih proizvoda na kanadsko tržište. Popis svih relevantnih poveznica nalazi se u poglavlju o prehrambenom sektoru, te dijelu dokumenta Analiza mogućnosti izlaska hrvatskih MSP-ova na kanadsko tržište.

Popis važnih internetskih adresa za informacije o aktualnim trgovinskim barijerama, carinskim tarifama, porezima i pravilima o podrijetlu, te o sanitarnim i fitosanitarnim pitanjima između Europske unije i Kanade dostupan je na sljedećim poveznicama:

Popis trgovinskih barijera Kanade i Europske unije	http://madb.europa.eu/madb/barriers_result.htm?isSps=false&countries=CA
Carinske tarife, porezi i protokol o podrijetlu	http://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewFormATpubli.htm?datacat_id=AT&from=publi
Popis sanitarnih i fitosanitarnih pitanja (SPS)	http://madb.europa.eu/madb/sps_barriers_result.htm?isSps=true&countries=CA
Sveobuhvatni gospodarsko-trgovinski sporazum CETA	https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2017_09_9_55.html

Osnovni uvjet ostvarivanja prava na olakšice osigurane sporazumom CETA je potvrda o europskom podrijetlu proizvoda.

Ovlast za izdavanje Potvrda o podrijetlu za prehrambene proizvode imaju Hrvatska Gospodarska Komora i Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske.

Važno je napomenuti da se potvrda izdaje na hrvatskom jeziku te da izvoznik ima obvezu njenog prijevoda od strane sudskog tumača. Po prijevodu od strane sudskog tumača, stoji obveza ovjere prijevoda sudskog tumača kod javnog bilježnika. Po ovjeri javnog bilježnika stoji obveza nadovjere od strane Ministarstva pravosuđa. Posljednja potrebna nadovjera je Ministarstvo vanjskih i europskih poslova te tada Potvrda o podrijetlu postaje pravovaljana.

SEKTOR PREHRAMBENE INDUSTRIJE

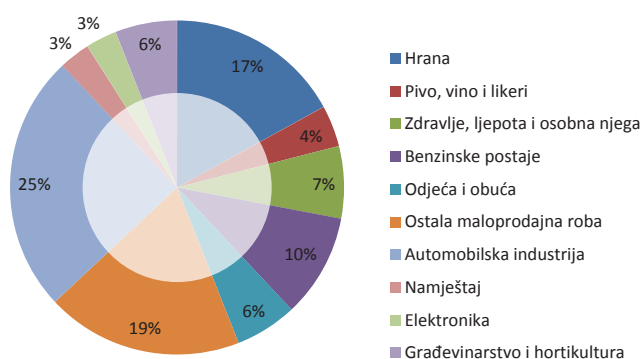
Aktualno stanje i prognoze rasta

Sektor prerade hrane i pića u Kanadi u 2017. godini iznosio je oko 85 milijardi USD (oko 112 milijardi CAD) te činio oko 2 % kanadskog BDP-a. S obzirom na to da je riječ o jednoj od najvećih proizvodnih industrija, država je posvećena njezinom kontinuiranom rastu i razvoju. Glavna je karakteristika sektora njegova izrazita sofisticiranost i orijentiranost na izvoz.

Osobito je to vidljivo u pokrajinama koje od prehrambene prerađivačke industrije ostvaruju velik dio svojih prihoda. Pri tome prednjači Quebec, sa 65 % prihoda od te industrije, a slijede ga Britanska Kolumbija i Alberta s 21 % te ostale pokrajine s 14 % prihoda.

Kanadski maloprodajni sektor najviše prihoda ostvaruje prodajom automobila i proizvoda automobilske industrije, maloprodajne potrošne robe te prodajom prehrambenih proizvoda.

KANADSKI MALOPRODAJNI SEKTOR, PO KATEGORIJI PROIZVODA



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade, *Retail store sales by selected commodity, 2017.*

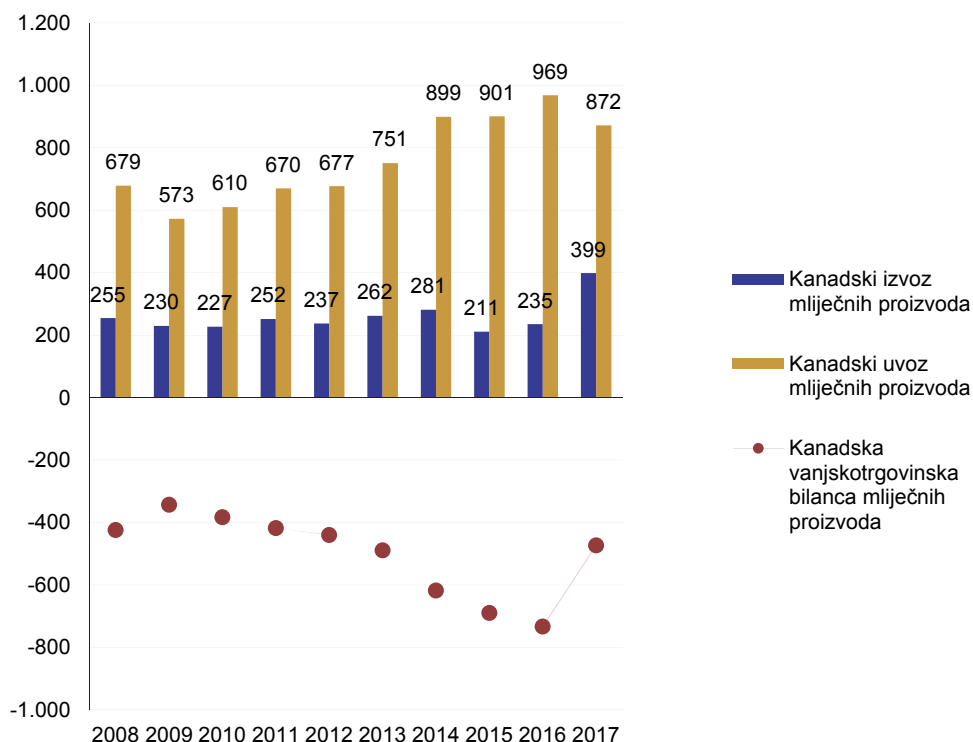
U 2016. i 2017. godini zamjetan je trend pada cijena poljoprivrednih sirovina, koji je pogodovao rastu profita prerađivačke prehrambene industrije jer su maloprodajne cijene prehrambenih proizvoda ostale na istoj razini. Mljevenje zrna i uljarica identificirano je kao ključni pokretač rasta u sektoru.

Zbog orijentiranosti vlade stalnom razvoju vlastitog poljoprivrednog sektora, prehrambena je prerađivačka industrija u Kanadi najveći kupac domaćih poljoprivrednih sirovina te kanadski proizvodi čine 75 % udjela svih dostupnih prehrambenih proizvoda na njezinom tržištu. S oko 250 000 radnika, ta industrija predstavlja najvećeg proizvodnog poslodavca.

Kanadska vlada od 2018. godine aktivno radi i na uvođenju pravne regulative vezane uz zabranu korištenja djelomično hidrogeniziranih ulja u prehrani. Dosad su uvedena posebna označavanja prednjih etiketa na ambalaži hrane koja je bogata natrijem, šećerima i zasićenim mastima te je u tijeku i ažuriranje Nacionalnog vodiča za hranu.

Proizvodi kanadske prehrambene industrije izvoze se u preko 190 zemalja s fokusom na šest glavnih tržišta koja čine oko 90 % ukupnog kanadskog izvoza. To su Sjedinjene Američke Države, s preko 70 % udjela u kanadskom izvozu, te Kina, Japan, Meksiko, Rusija i Južna Koreja.

Najveći udio u proizvodnji hrane i pića čini proizvodnja mesnih proizvoda, a slijede je proizvodnja mliječnih proizvoda te mljevenje žitarica i uljarica.



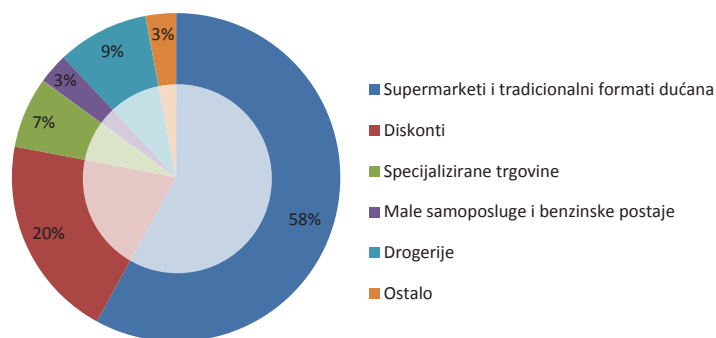
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade, AAFC-AID, Market Information Section (2018)

Prerada mesa i mesnih proizvoda čini najveći udio u ukupnoj proizvodnji prehrambene industrije u provincijama Quebec, Ontario, Alberta i Britanska Kolumbija. Mljevenje žitarica i uljarica najzastupljenije je u provincijama Manitobi i Saskatchewanu, dok prerada morskih plodova čini najznačajniji udio u ukupnoj proizvodnji prehrambene industrije u New Brusnwicku, Novoj Škotskoj, Prince Edward Islandu i Newfoundlandu.

Ostali, manje zastupljeni dijelovi prehrambene industrije podrazumijevaju sljedeće djelatnosti: proizvodnju pića, pekarnice i proizvodnju tortilja, proizvodnju hrane za životinje, konzerviranje voća i povrća te specijalne hrane, pripremu i pakiranje morskih plodova, proizvodnju šećera i konditorskih proizvoda te ostalu preradu hrane.

Od maloprodajnih kanala prehrambenih proizvoda, najzastupljeniji su supermarketi, hipermarketi i diskonti te potom drogerije. Uočen je rast potražnje u specijaliziranim trgovinama delikatesnih prehrambenih proizvoda.

TRŽIŠNI UDIO MALOPRODAJNIH KANALA PREHRAMBENIH
PROIZVODA U KANADI PO KATEGORIJI



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade, USDA FAS Canada, 2017.

Kanadska vlada ulaže znatna sredstva u razvoj i promociju programa zdravog življenja i edukaciju svojeg stanovništva. Zbog takva načina informiranja javnosti o važnosti zdravlja, potrošnja voća i povrća po stanovniku među najvišima je na svijetu. Lokalna je proizvodnja hortikulture ograničena pa se domaći veleprodajni lanci oslanjaju na uvoz kako bi zadovoljili stalno rastuću potražnju.

Kanadski maloprodajni sektor u potpunosti je konsolidiran te pogoduje veleprodajnim lancima čime povećava učinkovitost skladištenja, distribucije i same prodaje. Postoji velika potražnja za uvozom novih proizvoda koji sadrže visokovrijedne sastojke pa trgovački lanci izvozniciima kvalitetnih proizvoda, uz sam plasman unutar pojedinog maloprodajnog lanca, često nude i plasman istog proizvoda pod imenom trgovačke marke, ostavljajući mogućnost zadržavanja obaju proizvoda u ponudi.

Kanadski repozitorij uputa vezanih uz izvoz prehrambenih proizvoda na kanadsko tržište dostupan je na stranici <http://www.inspection.gc.ca/food/imports/commercial-importers/importing-food-products/eng/1376515896184/1376515983781>

Hrvatska verzija cjelokupnog sadržaja CETA sporazuma dostupna je na stranici https://narodne-novine.nn.hr/clanci/međunarodni/2017_09_9_55.html

Kratki vodič Europske komisije o CETA sporazumu dostupan je na stranici http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2017/september/tradoc_156062.pdf

Proizvodi od mlijeka

Kanada uvozi više mliječnih proizvoda nego što ih izvozi te puno pažnje posvećuje rastu svog izvoza. Postoji velik interes za uvozom mliječnih proizvoda iz Europske unije, osobito sira.

Europska unija najveći je svjetski izvoznik sira i mliječnih proizvoda te je povećanje izvoza proizvoda u tim kategorijama jedan od najvažnijih interesa u njenom poljoprivredno-prehrambenom sektoru. Trgovinskim sporazumom CETA dosadašnja kvota na uvoz sira od 13 472 tone povećana je na 18 500 tona.

Unatoč CETA-i, i dalje postoje ograničenja i zahtjevi vezani uz izvoz mlijeka i mliječnih proizvoda na kanadsko tržište. Kanadski popis zahtjeva i ograničenja dostupan je na stranici <http://www.inspection.gc.ca/food/sfcr/exports/requirements-library/milk-and-dairy-products-eu/eng/1519245918209/1519245918831>

Meso i suhomesnati proizvodi

Suhomesnati proizvodi, osobito proizvodi iz Europske unije s oznakom geografskog podrijetla, smatraju se delikatesama te za njima postoji rastući trend potražnje. Meso i suhomesnati proizvodi također su obuhvaćeni CETA sporazumom.

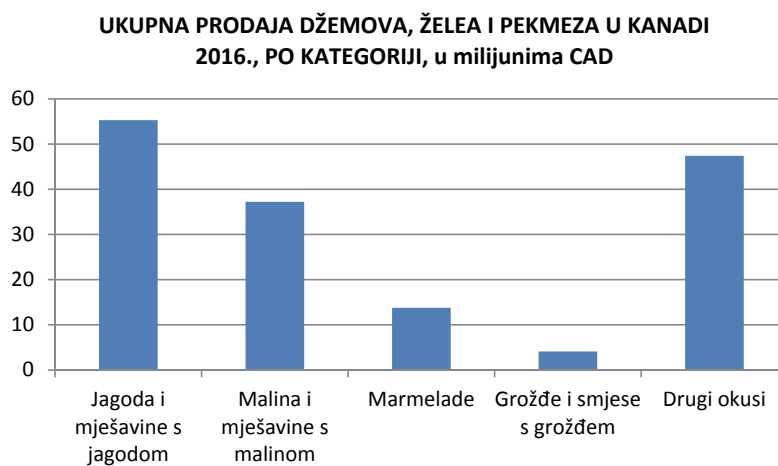
Perad i mesne preradevine od peradi (i jaja) i dalje imaju zabranu izvoza na kanadsko tržište, a ograničen je broj bescarinskih kvota za govedinu, svinjetinu i kukuruz šećerac.

Na kanadsko tržište nije dozvoljen izvoz mesa životinja koje su tijekom uzgoja tretirane hormonima.

Informacija o zabrani izvoza peradi i proizvoda prerađenih od mesa peradi iz RH na tržište Kanade nalazi se na stranici <http://inspection.gc.ca/food/meat-and-poultry-products/imports/audits-of-meat-inspection-programs/evaluating-the-food-safety-systems/eng/1530280996600/1530281090649?chap=16>

Džemovi i pekmezi

Kanadski udio izvoza džemova, želea i pekmeza u 2017. godini je bio 0,29 % od ukupnog izvoza. Od ukupne prodaje, najzastupljeniji su proizvodi koji sadrže jagodu i mješavine jagode te malinu i mješavine maline. Džemovi i pekmezi s europskim geografskim podrijetlom imaju rastuću potražnju te su obuhvaćeni CETA sporazumom.



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade

Čokolada

Čokolada, slatkiši i sladoled čine 7,4% ukupnog europskog izvoza prehrambenih proizvoda u Kanadu u 2017. godini, s porastom od 1,5% u odnosu na 2016. godinu. Trgovinskim sporazumom CETA ukinuta je carina od 10% na uvoz proizvoda od čokolade u Kanadu te se očekuje još veći izvoz na kanadsko tržište.

Kanada je šesta vrhunska izvozna destinacija za čokoladu i konditorske proizvode. Belgija, Njemačka, Velika Britanija i Poljska glavne su izvoznice čokolade na kanadsko tržište.

Pri plasmanu čokolade i konditorskih proizvoda na kanadsko tržište nulta stopa carine ovisi o podrijetlu određenog postotka šećera. Čokolada i konditorski proizvodi obuhvaćeni su sporazumom CETA te su uvjetno oslobođeni carine. Nulta stopa carine

kod tih proizvoda ovisi o postotku korištenog šećera koji nije proizveden u Europskoj uniji. Prema pravilima definiranim sporazumom, omjer šećera koji nije proizveden u Europskoj uniji smije dosegnuti maksimalno 40 % od ukupne težine korištenog šećera ili ekvivalent od 30 % ukupne vrijednosti korištenog šećera. Ukoliko se prijeđe taj omjer, proizvod podliježe carini od 10 %. Omjer korištenih sastojaka dokazuje se Potvrdom o podrijetlu.

Identifikacija tržišnih potreba i potrošača

Kupovne navike kanadskih potrošača posljednjih godina bilježe velike promjene u izboru proizvoda zbog promjena u demografiji, životnom stilu i stavovima prema zdravoj prehrani uslijed vladinih aktivnosti. Promjene u demografiji uzrokovane su negativnim prirodnim prirastom, zbog čega Kanada u 2018. godini ima više stanovnika u dobi preko 65 godina, nego stanovnika u dobi ispod 15 godina. Umirovljenici su tako postali najbrže rastuća dobna skupina što uzrokuje promjene u potražnji za određenim asortimanom proizvoda, koje su vezane uz orijentiranje na zdravu prehranu i domicilne proizvode.

Početak 2019. godine stupa na snagu regulativa *Safe Food for Canadians*, koja uključuje češće i strože kontrole prehrambenih proizvoda te brže ukidanje licenci proizvodima za koje se ispostavi da pri bilo kojoj od kontrola nisu zadovoljili postavljene sigurnosne uvjete.

Čak 40% kanadskog stanovništva starije je od 45 godina i očekuje se da će taj demografski segment dosegnuti 48 % do 2026. godine.

Prema istraživanjima iz 2016. godine, prosječan broj članova obitelji u kanadskom kućanstvu je tri, a u tijeku je i ekspanzivan porast kućanstava s jednom osobom. Te okolnosti otvaraju veće mogućnosti za plasman procesuiranih gotovih obroka namijenjenih zaposlenim osobama koje žive same. Zaposlene majke s djecom mlađom od 16 godina orijentirane su ka kupnji mesnih obroka visokih nutritivnih vrijednosti.

Svaki je peti Kanađanin rođen u inozemstvu. Multikulturalnost uslijed visoke stope imigracija utječe na cijelo maloprodajno tržište, s Kinezima, Filipincima i južnim Azijcima kao najvećim etničkim grupama. Državna agencija za statistiku Kanade napravila je projekciju da će do 2031. godine postotak potrošača s etničkim utjecajem na izbor proizvoda dosegnuti preko 30 % ukupnog broja potrošača u Kanadi.

Istraživanje provedeno koje je proveo FAS Canada na uzorku od 1 500 Kanađana pokazalo je pet glavnih karakteristika kod izbora prehrambenih proizvoda prema redu prioriteta: okus, cijena, nutritivna vrijednost, izgled proizvoda i sigurnost.

Zabilježen je veliki rast prodaje hrane i hranjivih sastojaka, posebice funkcionalne i organske hrane, zbog državne kampanje o prevenciji bolesti, uslijed činjenica da je trenutno preko četvrtine kanadske djece u dobi od 2 – 17 godina pretilo.

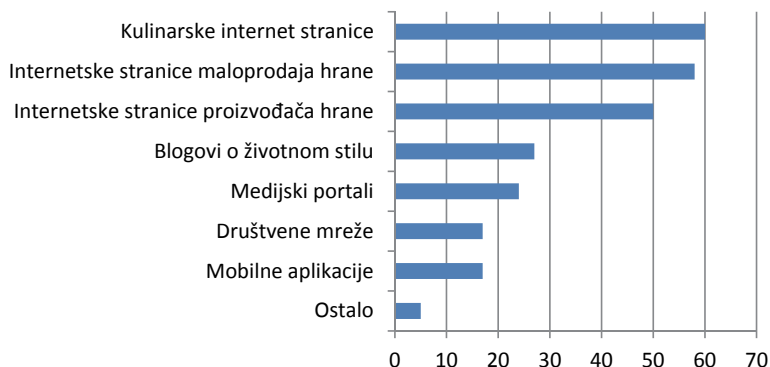
Kanađani će rado izdvojiti novac za gurmanske proizvode. Svježina je kod njih gotovo sinonim za kvalitetu, a preko 40 % Kanađana konzumira voće i povrće pet i više puta na dan.

Dizajn proizvoda i kvaliteta ambalaže imaju velik utjecaj u odabiru proizvoda pri prvoj kupnji. Izgled koji odaje dojam svježine proizvoda kanadski potrošači će odabrati u preko 30 % slučajeva učestalije u odnosu na proizvode s pastelnim bojama i nezamjetnim tekstom. Od velike je važnosti fleksibilnost i praktičnost ambalaže zbog sve češće konzumacije obroka u automobilu i na uredskim stolovima.

Cijena je također značajan faktor u izboru proizvoda. Sve veći broj Kanađana aktivan je u traženju kupona i kupnji prilikom promotivnih akcija na određene proizvode. No, iako su kao potrošači izrazito cjenovno osviješteni, pri odabiru proizvoda neće žrtvovati kvalitetu zbog cijene.

Uočen je trend informiranja o proizvodu putem internetskih medija prije kupnje prehrambenih proizvoda, osobito delicija, u kojem prednjači informiranje na kulinarskim internetskim stranicama, te lokalnim internetskim stranicama prodavaonica i proizvođača hrane.

**NAJČEŠĆI IZVORI INFORMIRANJA KANAĐANA
PRIJE DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI HRANE**



Izvor: FAS Consumer Survey on Canadian Shopping Attitudes, 2016.

Rast cijena hrane uzrokovao je kod potrošača promjenu načina izbora hrane i senzibilizirao potrošače na razmišljanje o kvaliteti jeftinijih marki te kupnju u jeftinijim maloprodajnim dućanima.

Trgovačke marke nemaju percepcijsku stigmju niskokvalitetnog proizvoda te je istraživanje koje je proveo Nielsen pokazalo da čak 73 % kanadskih potrošača vidi dodanu vrijednost u nacionalnim trgovačkim markama.

Maloprodaja smrznutih gotovih obroka u porastu je za više od 2 % godišnje, a vakumirani smrznuti obroci pogodni za zagrijavanje u mikrovalnim pećnicama među najpopularnijim su prehrambenim proizvodima.

Bezglutenska hrana bilježi rast od preko 40 % u odnosu na 2010. godinu. Kanađani češće biraju hranu kojoj na ambalaži vidljivo piše da sadrži manji udio soli, šećera, kalorija ili zasićenih masti.

Prema istraživanju FAS Canada, 4 od 10 Kanađana pretražuje internet prije donošenja odluke o kupnji hrane. Većina posjeta internetskih stranica je putem pametnih telefona i tableta te je iznimno važno internetsku stranicu prilagoditi pregledu i lakoj navigaciji proizvoda na toj vrsti uređaja.

Tržišni lideri u maloprodajnom sektoru

Vrste maloprodajnih kanala u Kanadi

Benzinske postaje

Maloprodajna mjesta koje posluju pod nazivom benzinske postaje.

Drogerije

Prodavaonice s maloprodajnim ljekarnama specijaliziranim u OTC (over-the-counter), odnosno bezreceptnoj kategoriji i kategoriji proizvoda za zdravlje i ljepotu. Nude ograničeni raspon praktičnih namirnica.

Dućan

Svaka maloprodajna trgovina koja u asortimanu nudi linije suhih namirnica, konzerviranih proizvoda ili neprehrambenih artikala i kvarljivih proizvoda.

Hipermarketi

Maloprodajne trgovine mekanim i čvrstim proizvodima, pri čemu prodaja prehrambenih proizvoda nije primarna aktivnost. Veličine su 200 000 kvadratnih metara i više.

Samoposlužne trgovine

Kompaktna trgovina koja nudi ograničene linije visokokvalitetnih artikala. Mnoge prodaju i brzu hranu. Obično su manje od 2 400 kvadratnih metara i imaju dugo radno vrijeme.

Veletrgovina

Trgovina s više od 1 500 predmeta, prvenstveno suhih i kvarljivih namirnica. Veličine su od 100 000 kvadratnih metara te u ponudi imaju većinu proizvoda u velikim pakiranjima i rinfuzi.

Specijalizirane trgovine

Male trgovine specijalizirane na određenom sektoru tržišta hrane, kao što su meso ili zdrava hrana. Često su manje od 3 000 kvadratnih metara.

Supermarketi

Samoposlužni dućani sa svim linijama proizvoda i godišnjom prodajom od minimalno dva milijuna CAD.

Supermarketi

Legenda:

Tip prodajnog mjesta:

SS = Superstore, SM = Supermarket, SC = Supercentre,

C = Mala samoposlužna trgovina

Cjenovna kategorija:

D = diskontni, L = niski cjenovni rang, M = srednji cjenovni rang,

W = veleprodajne cijene, U = viši cjenovni rang

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Loblaws	Ukupni broj lokacija - 1194			
Istočna Kanada	Atlantic Superstore	SS	D	50
	Dominion	SM	M	11
	Save Easy Foods	SM	D	43
Nacionalna i Središnja Kanada	Cash & Carry	SM	W	15
	Extra Foods	SM	D	66
	Fortinos	SM / SS	M	21
	L'Intermarche	SM	M	64
	Loblaws	SM / SS	M	65
	Maxi	SM	D	96
	Maxi & Cie	SM	D	21
	NoFrills	SM	D	213
	Presto	SM	M	11
	Provigo	SM / SS	M	78
	Real Canadian Superstore	SS	D	112
	Real Canadian Wholesale Club	SS	D	33
	Valu-Mart	SM	M	60
	Your Independent Grocer	SM	M	59
	Zehrs	SM / SS	M	44
Zapadna i Prerijska Kanada	Extra Foods	SM	D	66
	Real Canadian Wholesale Club	SS	D	33
	SuperValu	SM	D	11
	T & T	SM	M	22

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Sobeys	Ukupni broj lokacija - 1232			
Sve provincije	Sobeys	SM	M	265
	Cash & Carry	SM	W	7
	Foodland	SM	M	200
	Freshco	SM	L/M	36
	IGA	SM	M/U	189
	IGA Express	SM	M	5
	IGA Mini	SM	M	6
	IGA Extra	SM	M	115
	Marche Bonichoix	SM	M/U	92
	Les Marche Tradition	SM	M/U	37
	Price Chopper	SM	D	3
	Rachelle Bery	SM	M/U	21
	Thrifty Foods Inc	SM	M	31
Zapadna Kanada	Canada Safeway	SM	M	202
	Family Foods	SM	M	53

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Metro Inc.	Ukupni broj lokacija - 1136			
Središnja Kanada	Food Basics	SM	D	95
	Marche Richelieu	SM	M	78
	Metro / Metro Plus	SM	L/M	357
	Super-C	SM	D	86
	Adonis	SM	M	2

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Federated Co-Operatives Ltd.	Ukupni broj lokacija - 386			
Središnja, Zapadna i Prerijska Kanada	Federated Co-op	SM	M	220
	Super A Foods	SM	M	24
	The Grocery People	SM	M	13
	Cash and Carry Depots	SM	D	5
	TAGS	SM	M	14
Co-op Atlantic	Co-op Stores	SM	M	66
	Country Stores	SM	M	13
	Valu Foods	SM	M	22
	Village Stores	SM	M	7

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Overwaitea Food Group	Ukupni broj lokacija - 145			
	Cooper's Foods	SM	M	16
	Overwaitea Foods	SM	M	13
	PriceSmart Foods	SM	L/M	5
	Save-on-Foods	SM	M	106
	Urban Fare	SM	M	5

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
H.Y. Louie Company	Ukupni broj lokacija - 32			
	IGA	SM	M	32
	Cash & Carry	SM	D	3

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Kitchen Food Fair	Kitchen Food Fair	SM	M	55
Rabba Fine Foods	Rabba Foods	SM	M/U	35
Longo Brothers Fruit Market Inc	Longos	SM	M/U	26
Farmboy Inc.	Farmboy	SM	M/U	17
Quality Foods	Quality Foods	SM	M	12
Whole Foods Market	Whole Foods	SM	M/U	10

Veletrgovina

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Costco Canada Inc.	Ukupni broj lokacija - 102			
	Costco	CW	W	102

Diskonti mješovite robe

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Tip dućana	Cjenovna kategorija	Broj lokacija
Canadian Tire Corporation	Canadian Tire	MM	MM	511
Dollar Tree Canada	Dollar Giant	MM	D	207
Dollarama Stores	Dollarama	MM	D	806
Giant Tiger Stores	Giant Tiger	MM	D	200
The Northwest Company	Northern	MM	M	149
	North Marts		L/M	
	Quickstop		L/M	
Walmart Canada Corporation	Walmart	MM/SC	D	391
	Supercenters		D	
Your Dollar Store with More	Your Dollar Store with More	MM	L/M	118

Samoposlužne trgovine, minimarketi i benzinske postaje

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Broj lokacija
Alimentation CouchTard Inc.	Couche-Tard	1550
Metro	Marche Ami	72
	Marche Extra	194
Sobeys	Needs	122
Quickie Convenience Stores	Quickie	50
7-Eleven Canada inc.	7-Eleven	470
Husky Oil Marketing Company	Husky Food Stores Husky Market Mohawk Stop 'n Go	326
Suncor Energy (Petro Canada)	SuperStop	1496
Shell Canada Products Ltd	Select	n/a
Imperial Oil Ltd.	On the Run	424
Parkland Industries LP	Fas Gas Fas Gas Plus Short Stop Short Stop Express	266

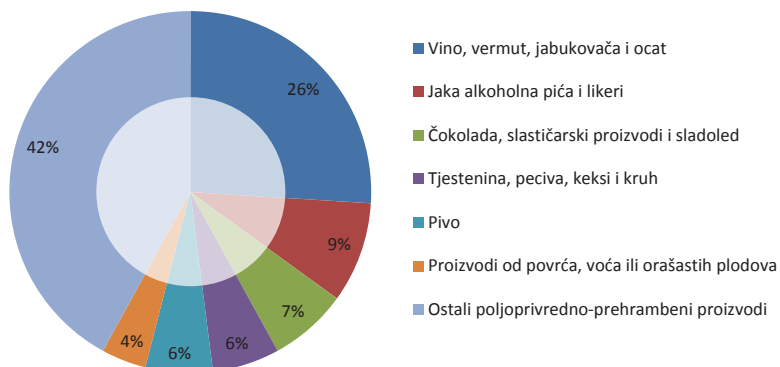
Drogerije

Maloprodajni subjekt	Naziv marke	Broj lokacija
Shoppers Drug Mart	Shoppers Drug Mart	1382
Pharma Save	PharmaSave	493
Katz Group Canada Ltd.	Rexall Rexall Pharma Plus	420

Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade, Canadian Grocer, Who's Who (2017), Directory of Retail Chains in Canada (2016)

Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi iz EU-a

Glavni izvozni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi iz EU-a u Kanadu 2017.



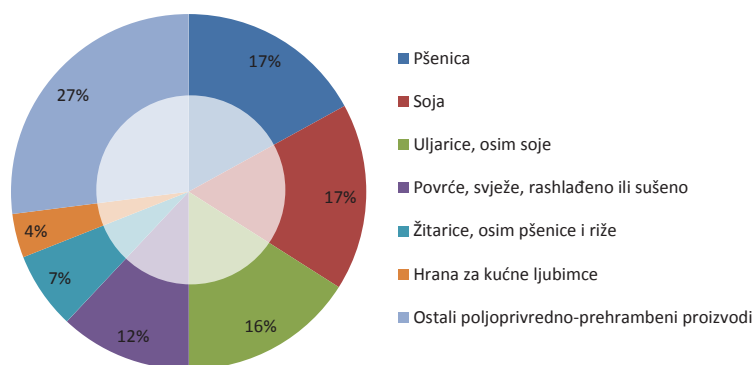
Izvor: European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, AgriiFood Trade Statistical Factsheet European Union – Canada, 2018.

TOP 10 IZVOZNIH POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA IZ EU-A U KANADU, 2017., PO VRSTI		Milijuni € 2013.	Milijuni € 2014.	Milijuni € 2015.	Milijuni € 2016.	Milijuni € 2017.	% udjela u ukupnim polj.-prehr. proizvodima 2017.	% promjene 2016. – 2017.
1	Vino, vermut, jabukovača i ocat	806	755	821	837	912	25,6	9,0
2	Jaka alkoholna pića i likeri	284	292	342	316	333	9,4	5,4
3	Čokolada, slastičarski proizvodi i sladoled	222	230	248	260	264	7,4	1,5
4	Tjestenina, peciva, keksi i kruh	192	184	182	189	214	6,0	13,2
5	Pivo	217	209	224	209	211	5,9	1,0
6	Proizvodi od povrća, voća ili orašastih plodova	106	108	114	129	136	3,8	5,4
7	Sir	121	121	120	125	132	3,7	5,6
8	Maslinovo ulje	88	103	103	132	125	3,5	-5,3
9	Sirova koža i krzno	152	239	233	168	117	3,3	-30,4
10	Vode i bezalkoholna pića	80	86	97	104	110	3,1	5,8

Izvor: European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, AgriiFood Trade Statistical Factsheet European Union – Canada, 2018.

SEKTOR PREHRAMBENE INDUSTRIJE

Glavni uvozni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi iz Kanade u EU 2017.



Izvor: European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, AgriFood Trade Statistical Factsheet European Union – Canada, 2018.

TOP 10 UVOZNIH POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA IZ KANADE U EU, 2017., PO VRSTI		Milijuni € 2013.	Milijuni € 2014.	Milijuni € 2015.	Milijuni € 2016.	Milijuni € 2017.	% udjela u ukupnim polj.-prehr. proizvodima 2017.	% promjene 2016. - 2017.
1	Pšenica	399	693	716	484	377	16,9	-22,1
2	Soja	519	315	403	436	374	16,7	-14,2
3	Uljarice, osim soje	131	149	201	301	365	16,3	21,3
4	Povrće, svježe, rashlađeno i sušeno	190	212	222	242	264	11,8	9,1
5	Žitarice, osim pšenice i riže	96	275	72	179	156	7,0	-12,8
6	Hrana za kućne ljubimce	49	55	74	76	99	4,4	30,3
7	Voće, svježe ili sušeno, osim citrusa i tropskog voća	66	60	75	68	73	3,3	7,4
8	Sirova koža i krzno	85	108	54	44	66	3,0	50,0
9	Šećer, osim repe i trske	41	45	54	60	64	2,9	6,7
10	Prehrambeni proizvodi, nije specificirano	28	32	37	36	52	2,3	44,4

Izvor: European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, AgriFood Trade Statistical Factsheet European Union – Canada, 2018.

Struktura poljoprivredno-prehrambene razmjene EU i KJanade, 2007. – 2017.

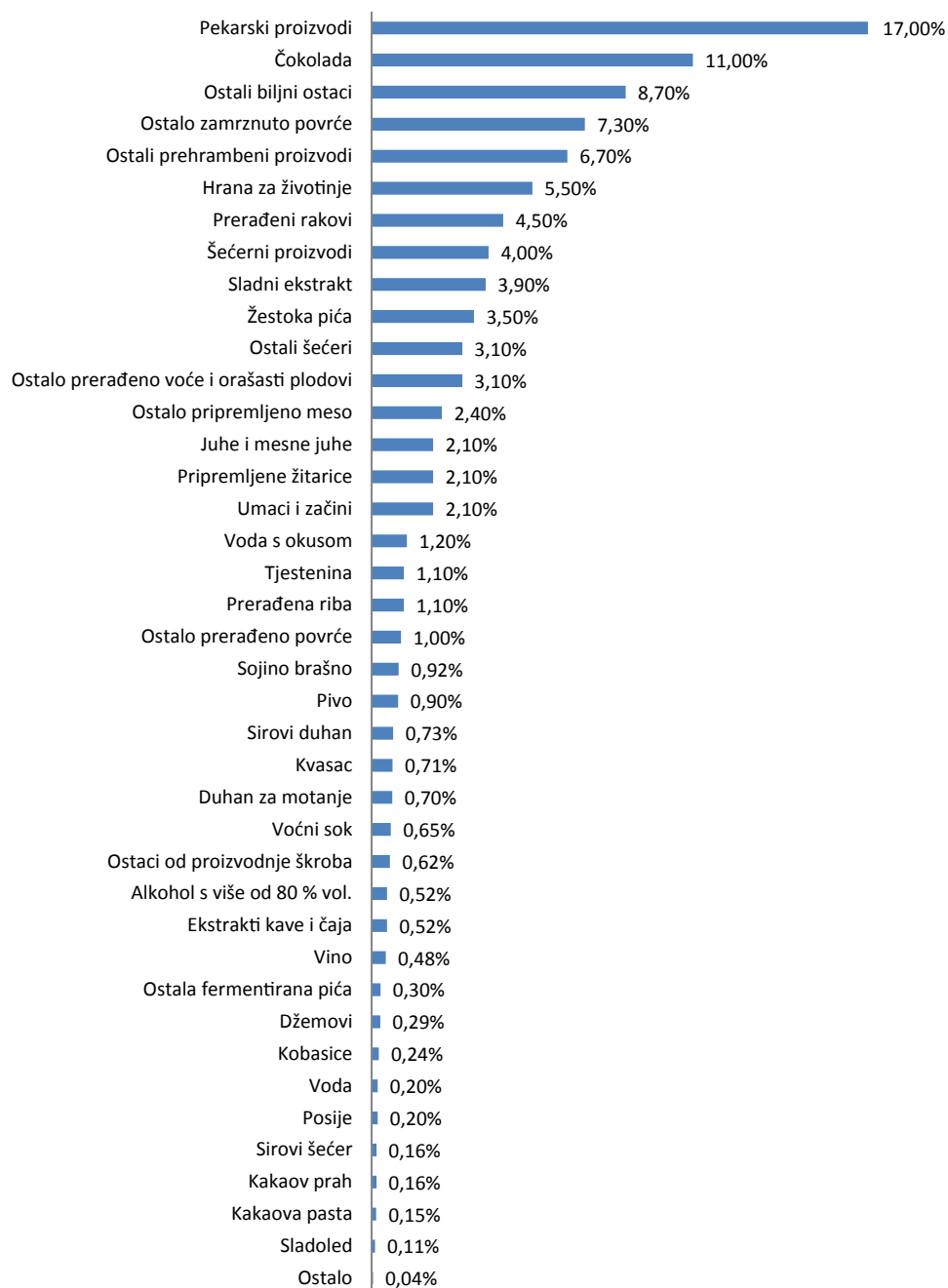


Legenda: *Commodities = Potrošni proizvodi; Other Primary = Ostali primarni proizvodi; Processed (incl. wine) = Prerađeni (uklj. vino); Food preparations = Prehrambeni proizvodi; Beverages = Pića; Non-edible = Nejestivi proizvodi; Balance = Bilanca*

Izvor: European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, AgriFood Trade Statistical Factsheet European Union – Canada, 2018.

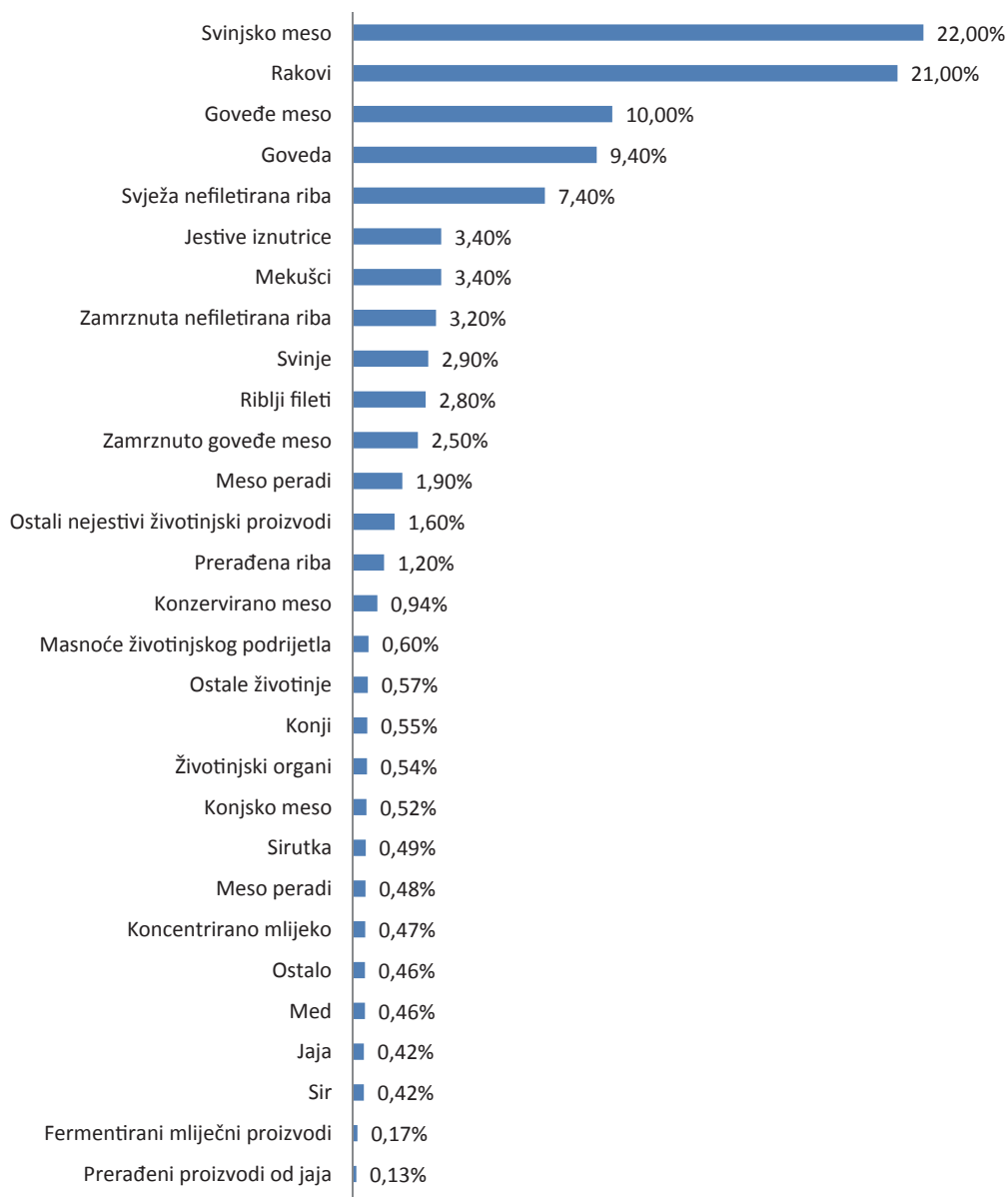
Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi iz svijeta

STRUKTURA KANADSKOG IZVOZA PREHRAMBENOG SEKTORA, po vrsti



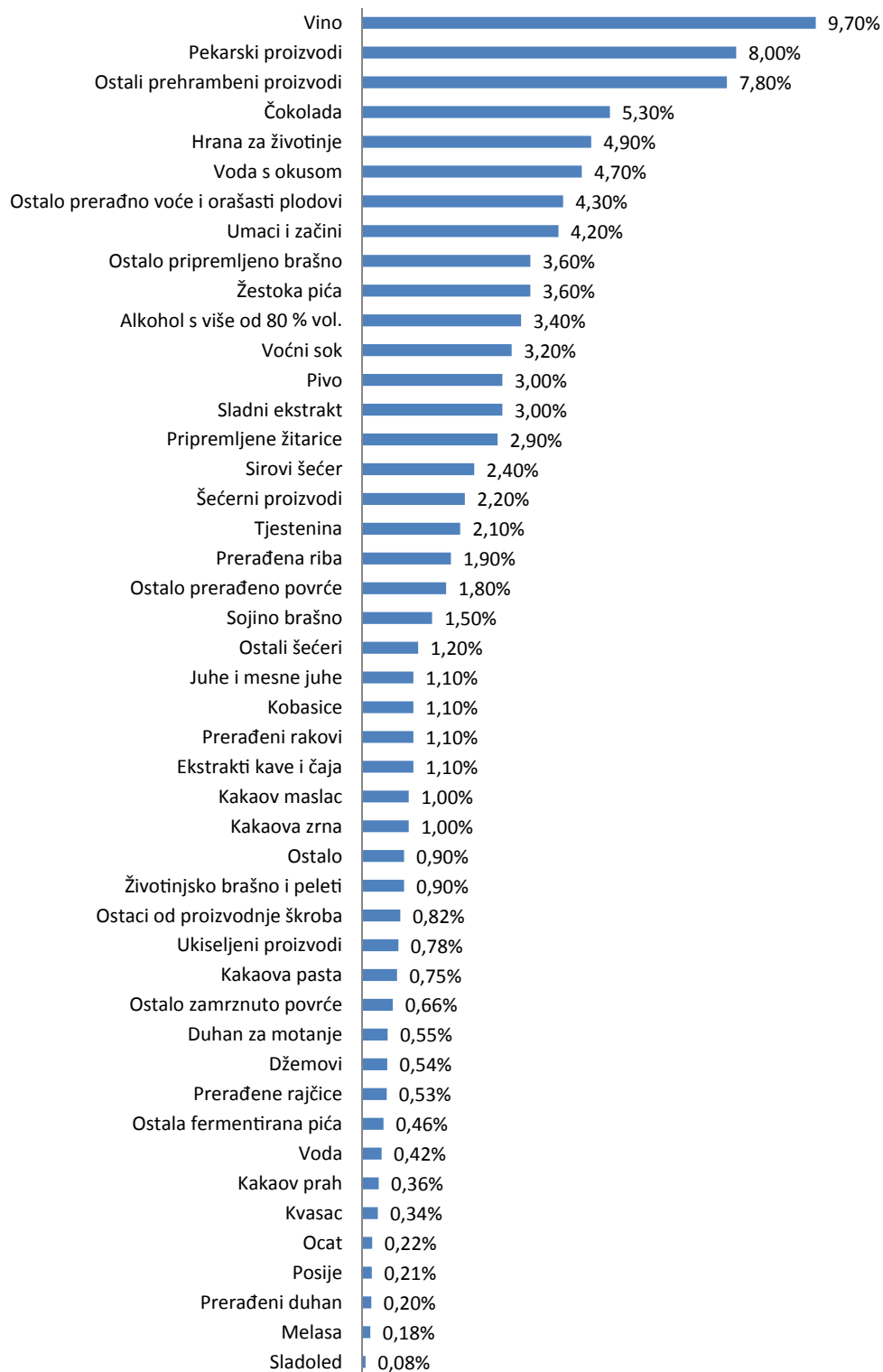
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

**STRUKTURA KANADSKOG IZVOZA PROIZVODA ŽIVOTINJSKOG PODRIJETLA,
po vrsti**



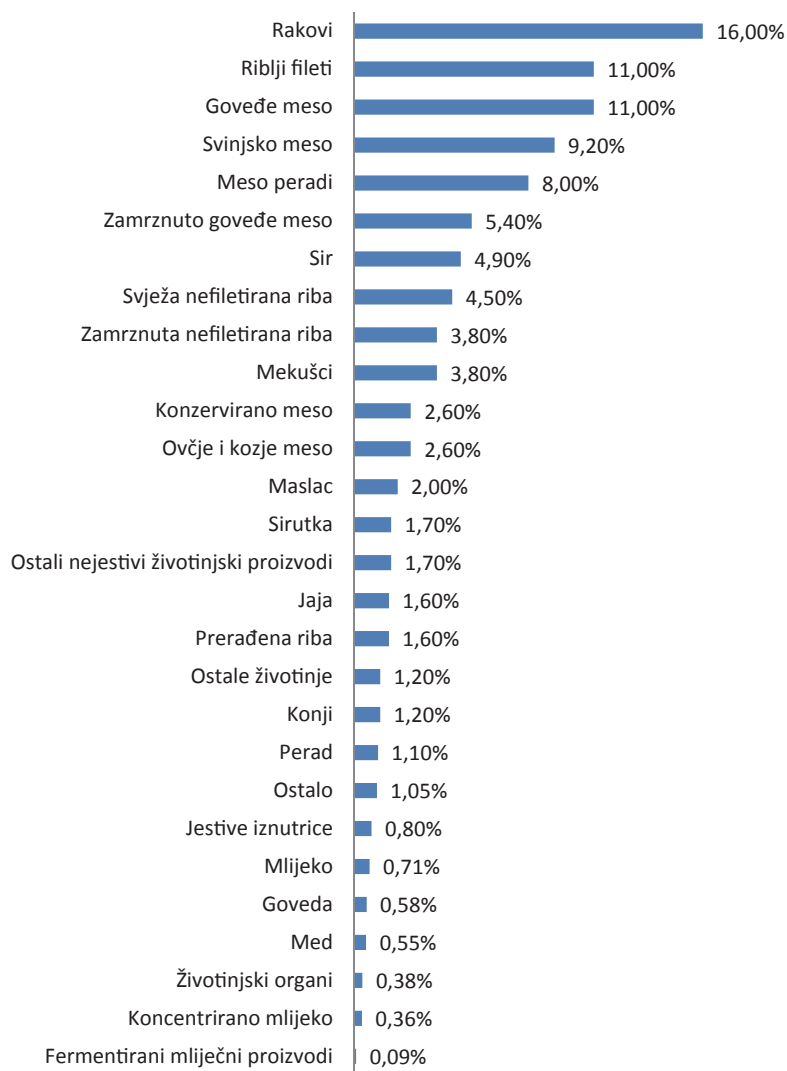
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

STRUKTURA KANADSKOG UVOZA PREHRAMBENOG SEKTORA, po vrsti



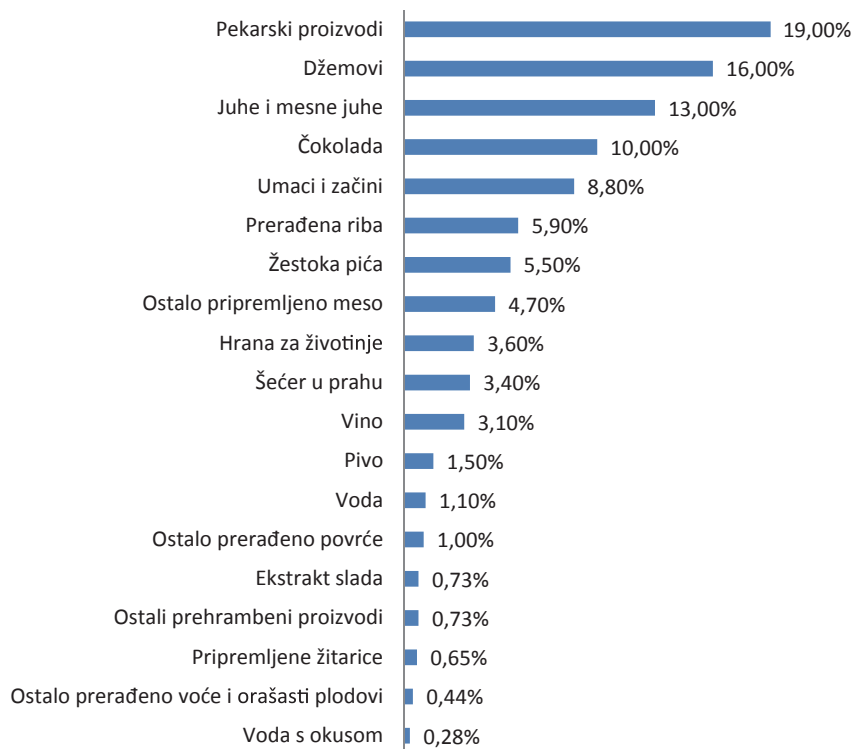
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

**STRUKTURA KANADSKOG UVOZA PROIZVODA ŽIVOTINJSKOG
PODRIJETLA, po vrsti**



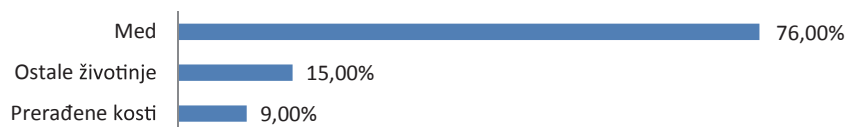
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

**STRUKTURA HRVATSKOG IZVOZA PREHRAMBENOG SEKTORA
U KANADU, po vrsti**



*Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence*

**STRUKTURA HRVATSKOG IZVOZA PROIZVODA ŽIVOTINJSKOG
PODRIJETLA U KANADU, po vrsti**



*Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence*

Najznačajniji sajmovi

24.– 26. veljače 2019.

Toronto, Kanada

The Restaurants Canada Show

<https://www.rcshow.com>

Međunarodni sajam hotelske i ugostiteljske industrije

Poslovni sektori: hrana, hiće, hoteli, restorani

30. travnja – 2. svibnja 2019.

Toronto, Kanada

SIAL Canada

<https://sialcanada.com/en/>

Glavni sjevernoamerički sajam prehrambenih proizvoda

Poslovni sektori: hrana, piće

30. travnja – 2. svibnja 2019.

Toronto, Kanada

SET Canada

<https://sialcanada.com/en/set/>

Glavni sajam inovativnih usluga i opreme vezanih uz distribuciju hrane, hotelijerstvo i ugostiteljstvo te prehrambeno-prerađivačku industriju

Poslovni sektori: prerada hrane

4.– 6. lipnja 2019.

Toronto, Kanada

PACKEX Toronto

<http://admtoronto.com/packex>

Sajam vezan uz preradu hrane i nova tehnološka dostignuća u ambalaži, preradi i logistici

Poslovni sektori: prerada hrane, ambalaža, transport, skladištenje, logistika

Veljača 2020.

Charlottetown, Kanada

International Potato Technology Expo

<http://www.potatoexpo.ca>

Sajam vezan uz poljoprivredu i proizvodnju prehrambenih proizvoda

Poslovni sektori: poljoprivreda, hrana, piće

15. travnja – 17. travnja 2020.

Montreal, Kanada

SIAL Canada

<https://sialcanada.com/en/>

Glavni sjevernoamerički sajam prehrambenih proizvoda

Poslovni sektori: hrana, piće

15.– 17. travnja 2020.

Montreal, Kanada

SET Canada

<https://sialcanada.com/en/set/>

Glavni sajam inovativnih usluga i opreme vezanih uz distribuciju hrane, hotelijerstvo i ugostiteljstvo te prehrambeno-prerađivačku industriju

Poslovni sektori: prerada hrane

SEKTOR DRVNE INDUSTRIJE – NAMJEŠTAJ

Aktualno stanje i prognoze rasta

Kanada je osmi najveći izvoznik namještaja na svijetu, s godišnjom prodajom od 11,5 milijardi USD u 2016. godini. U posljednjem desetljeću, rezultati kanadske industrije namještaja vezani su uz tri glavna čimbenika: premještanje proizvodnje namještaja u azijske zemlje, rast vrijednosti kanadskog dolara i recesiju koja je trajala od 2008. do 2009. godine.

Unatoč velikoj transformaciji industrije, zbog navedenih čimbenika, ona je i dalje drugi po veličini sektor potrošačkih proizvoda, nakon obrade hrane i pića. u smislu zapošljavanja te ima značajnu domaću prisutnost s regionalnom zastupljenošću u svakoj pokrajini. U 2016. godini bilo je registrirano preko 7 000 kanadskih proizvođača namještaja, uglavnom malih i srednjih poduzetnika.

Glavna specijalnost Kanade u drvnom sektoru je namještaj od masivnog drveta, uredski namještaj i proizvodnja kuhinjskih ormarića.

Industrija djeluje na tri razine: proizvođači – distributeri – maloprodaja.

Kanadska industrija namještaja ima reputaciju proizvođača visokokvalitetnih proizvoda koji su među najtraženijima na svijetu te su prepoznati pod *Made in Canada* oznakom geografskog podrijetla.

Kanada je aktivna u poticanju svojeg izvoza u sektoru drvne industrije te nudi različite poticaje domaćim proizvođačima za plasman njihovih proizvoda na strana tržišta.

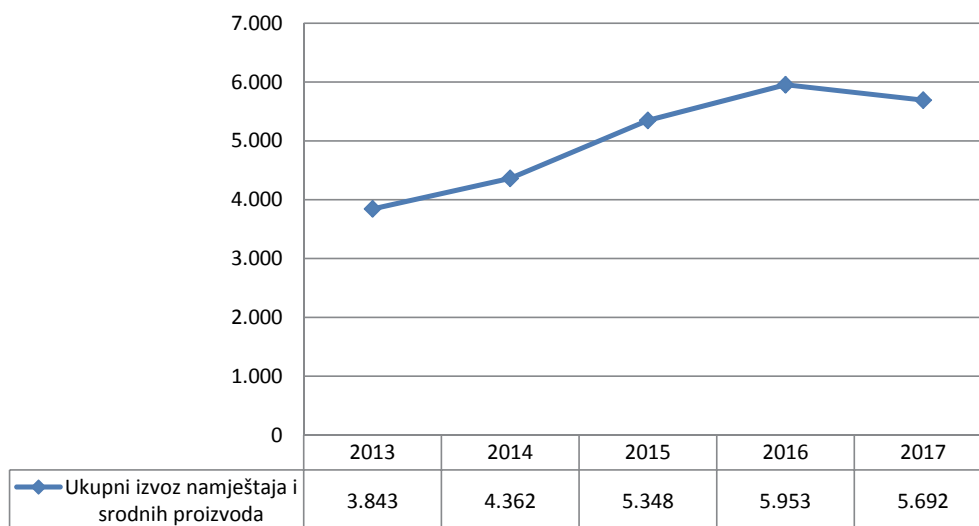
Istovremeno, trend uvoza proizvoda industrije namještaja i srodnih proizvoda kontinuirano raste te Kanada uvozi oko 30 % proizvoda više no što u toj industriji izvozi.

Visoka cijena rada i veliki troškovi transporta, zbog geografske površine same zemlje i uglavnom ruralnih krajeva iz kojih potječu domicilni proizvođači, teško se natječu sa stranim proizvođačima, uzrokujući rast uvoza namještaja iz godine u godinu.

Većina je proizvoda industrije namještaja proizvedenog u Europskoj uniji, s obzirom na oznaku geografskog podrijetla, primjenom sveobuhvatnog gospodarsko-trgovinskog sporazuma CETA oslobođena carina. Proizvođači moraju osigurati dokaznice europskog podrijetla određenog postotka sastojaka proizvoda kako bi im bilo omogućeno oslobođenje carinjenja. Upute i procedure vezane uz CETA sporazum dostupne su u direktnim poveznicama u zadnjem dijelu ovog dokumenta.

Zamjetan je i trend prodaje namještaja visokotehnološkim internetskim trgovinama te veliki maloprodajni lanci počinju njime ostvarivati sve značajnije financijske prihode.

TREND UKUPNOG IZVOZA INDUSTRIJE NAMJEŠTAJA I SRODNIH PROIZVODA, u milijunima CAD



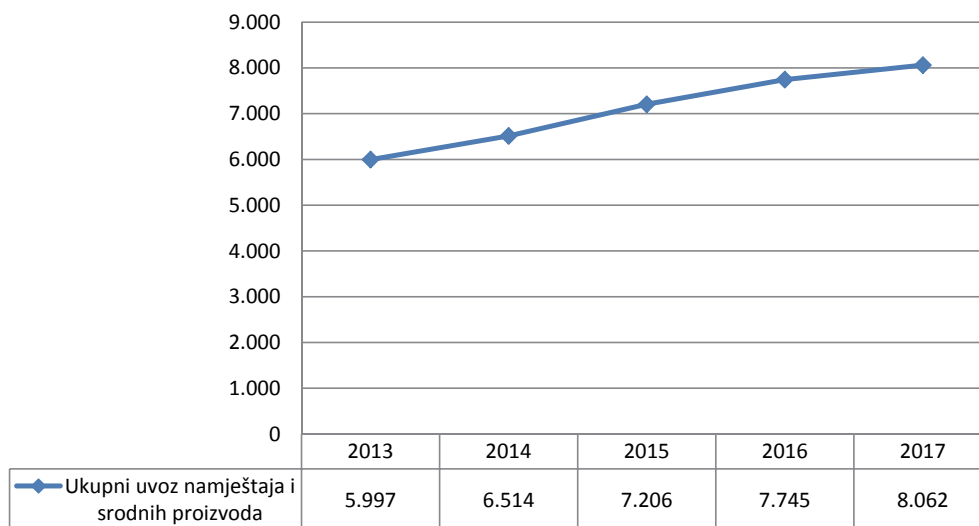
Izvor: Government of Canada, Industry statistics 2018, Parlov Digital Intelligence

**TOP 10 ZEMALJA KANADSKOG IZVOZA INDUSTRIJE
NAMJEŠTAJA I SRODNIH PROIZVODA,
u tisućama CAD**
2017

Sjedinjene Američke Države	5.484.685
Meksiko	32.062
Kina	24.580
Velika Britanija	15.282
Kuvajt	11.634
Japan	10.160
Saudijska Arabija	7.182
Kolumbija	6.084
Njemačka	5.806
Francuska (uključujući Monako i Francuske Antile)	4.923
Ostali	89.862

Izvor: Government of Canada, Industry statistics, 2018, Parlov Digital Intelligence

TREND UKUPNOG UVOZA INDUSTRIJE NAMJEŠTAJA I SRODNIH PROIZVODA, u milijunima CAD



Izvor: Government of Canada, Industry statistics, 2018, Parlov Digital Intelligence

**TOP 10 ZEMALJA KANADSKOG UVOZA INDUSTRIJE
NAMJEŠTAJA I SRODNIH PROIZVODA,
u tisućama CAD**
2017

Kina	2.767.602
Sjedinjene Američke Države	2.506.173
Meksiko	1.014.944
Vijetnam	397.262
Italija (uključujući Vatikan)	274.075
Poljska	144.546
Tajvan	128.425
Malezija	104.936
Njemačka	103.021
Indija	64.346
Ostali	556.985

Izvor: Government of Canada, Industry statistics, 2018, Parlov Digital Intelligence

Identifikacija tržišnih potreba i potrošača

Kanada je, zbog svoje velike zemljopisne površine i geografske koncentracije stanovništva, izrazito zahtjevno tržište kada je riječ o skladištenju i distribuciji. Stanovništvo je postalo cjenovno osjetljivo, a sektor proizvodnje i prodaje namještaja osjetljiv je na potražnju jer spada u tzv. *soft sector*, odnosno sektor u kojem je potražnja izrazito osjetljiva na rast cijena, pad životnog standarda ili promjenu životnog stila.

Porastom udjela tzv. milenijalaca (generacije Y), osoba rođenih od 80-ih do sredine 90-ih godina 20. stoljeća, gotovo 40 % potrošača, promijenilo je kupovne navike i preferencije vezane uz namještaj i njegov značaj unutar potrošačevog kućnog okruženja.

Potrošače iz generacije Y karakterizira fokusiranost na funkcionalnost i minimalizam, te namještaj više nije predmet statusnog simbola, već uštede prostora i povećanja ugođaja boravljenja u minimalističkom okruženju.

Demografska skupina milenijalaca čini većinski udio u ukupnom broju potrošača tog sektora te je promijenila dosadašnji opis kupovnih navika, prije svega kada je riječ o informiranju o proizvodu i njegovim svojstvima prije same kupnje te odabiru maloprodajnog kanala.

Kupnja jeftinijeg funkcionalnog namještaja rastući je trend jer milenijalci uglavnom žive sami u domaćinstvu te u iznajmljenom stanu. Najmodavci biraju funkcionalni jeftini namještaj dok najomprimci vole minimalistički namještaj koji pruža dojam većeg prostora.

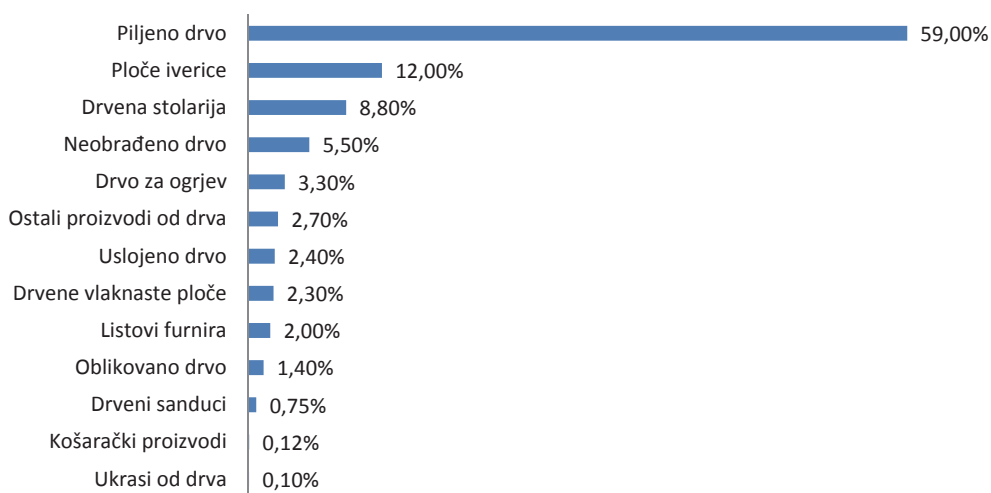
Generacija X čini oko 30 % kanadskih kupaca namještaja, *baby boomersi* i umirovljenici oko 30 %, a uočeno je kako 40 % milenijalaca svojim preferencijama izbora proizvoda utječe i na druge generacije.

Demografska promjena i tehnološka unaprjeđenja promijenila su potrošačke navike, uobičajeni posjet trgovačkom centru ili specijaliziranoj prodavaonici namještaja sve više zamjenjuje prethodno informiranje o materijalu, konkurentskim proizvodima te usporedba cijena na različitim prodajnim mjestima putem interneta. Slijedom identifikacije sve većih promjena u ponašanju potrošača, mnoge specijalizirane trgovine namještaja uvele su internetske trgovine u kojima se kupcima učestalo nude promotivne akcije.

U brzorastućoj ponudi internetskih trgovina, uspješne su samo one koje tehnološki zadovoljavaju sve potrebe potrošača, odnosno one koje su prilagođene pregledavanju sadržaja s različitih uređaja – mobitela, tableta, laptopa malih monitora, a tek potom stolnih računala i velikih monitora. Uočen je i trend povećanja prodaje aktivnom komunikacijom marki i prodajnih kanala putem društvenih mreža i korištenja lokalnih blogera, *influencera*.

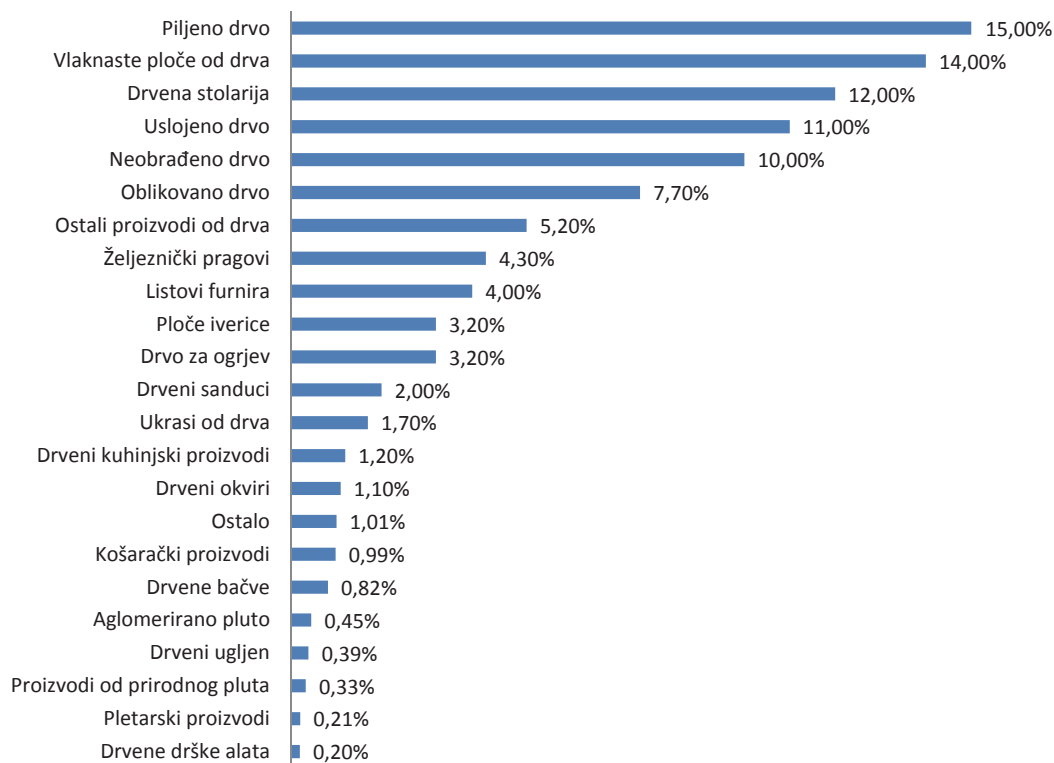
Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi

STRUKTURA KANADSKOG IZVOZA PROIZVODA DRVNOG SEKTORA, po vrsti



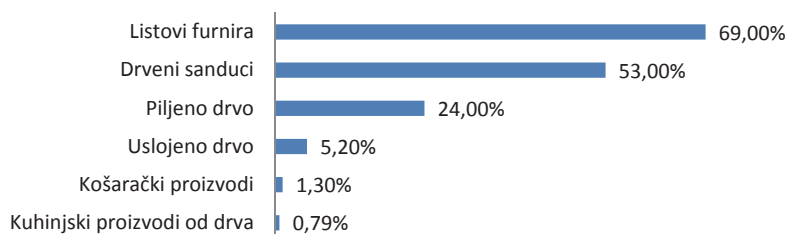
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

STRUKTURA KANADSKOG UVOZA DRVNOG SEKTORA, po vrsti



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

STRUKTURA HRVATSKOG IZVOZA PROIZVODA DRVNE INDUSTRIJE U KANADU, po vrsti



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

Tržišni lideri (domaći i inozemni)

Najznačajniji kanadski tržišni lideri u prodaji namještaja su:

- **SEARS**
- **The Brick**
- **IKEA**
- **Leon's.**

U elektroničkoj trgovini namještaja najznačajniji kanadski tržišni lideri su:

- | | |
|---|---|
| • Ikea Canada
https://www.ikea.com/ca/en | • Simons Maison
https://www.simons.ca/en |
| • Leon's
https://www.leons.ca | • Amazon.ca
https://www.amazon.ca |
| • Bouclair
https://www.bouclair.com/en | • Rove Concepts
https://www.roveconcepts.com |
| • Structube
https://www.structube.com | • Mobilia
https://mobilia.ca |
| • Chapters Indigo
https://www.chapters.indigo.ca/en-ca | • EQ3
https://eq3.com/ca/en |
| • ZARA Home
https://www.zarahome.com/ca | • ElteMkt
http://www.eltemkt.com |
| • H&M Home
http://www2.hm.com/en_ca/index.html | • Urban Barn
https://www.urbanbarn.com |
| • Wayfair.ca
https://www.wayfair.ca | • Bestbuy.ca
https://www.bestbuy.ca |

Najznačajniji sajmovi

16. – 18. siječnja 2019.

Calgary, Kanada

WRLA Buying Show and Convention

<https://www.wrla.org/events/calendar/>

Poslovni sektori: podugovaranje, stolarija

Listopad, 2019.

Abbotsford, Kanada

Canada Woodworking West

<http://www.canadawoodworkingwest.ca>

Poslovni sektori: stolarija

23. – 24. siječnja 2020.

Calgary, Kanada

WRLA Buying Show and Convention

<https://www.wrla.org/events/calendar/>

Poslovni sektori: podugovaranje, stolarija

SEKTOR ODJEĆE I OBUĆE

Aktualno stanje i prognoze rasta

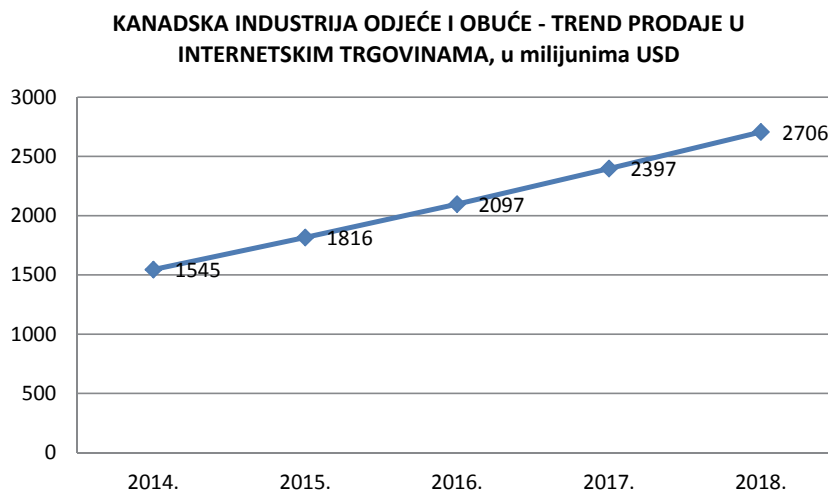
Sektor odjeće i obuće u Kanadi uspio je održati stabilni rast i u 2017. godini. Robne marke Adidas, Nike, Lululemon Athletica i Under Armour najviše su profitirale generacijski izazvanom promjenom životnog stila te sve većom popularnošću sportske odjeće i obuće kod kanadskih potrošača.

U sklopu nacionalne promidžbe koncepta zdravog života te poticanja građana na vježbu i zdravu prehranu, potrošači u Kanadi sve se više okreću fizičkim vježbama i aktivnostima na otvorenom, stvarajući time jaku i stabilnu potražnju za atletskom obućom i odjećom.

Tom se načinu života u najvećoj mjeri okreću pojedinci s visokim osobnim dohotkom koji su skloni proizvode birati prema kvaliteti i dizajnu, a tek potom cijeni.

Ženska sportska odjeća i obuća i u 2018. godini bilježe očekivano stabilan rast, a muška sportska odjeća i obuća neočekivano visok rasta zbog sve većeg okretanja ove demografske skupine potrošača modnim dodacima.

Tržište odjeće i obuće u Kanadi postaje sve kompetitivnije i fragmentiranije, s vidljivim trendom povećanja udjela lokalnih i globalnih marki. Tržišni lideri međusobno se natječu različitim cijenama putem različitih distribucijskih kanala. Posebno je to zamjetno u elektroničkoj trgovini koja bilježi intenzivni rast prodaje.



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade (2018)

Veliki proizvođači sportske opreme natječu se inovacijama u obući, nadilazeći osnovne materijale i tkanine, cjenovno dostupne manjim proizvođačima, te se vješto štite patentiranjem i ciljanim opsežnim marketinškim aktivnostima koje si manji proizvođači ne mogu priuštiti.

Industrijska proizvodnja odjeće u Kanadi obuhvaća poduzeća koja se prvenstveno bave proizvodnjom odjeće i modnih dodataka, uključujući proizvode od pletiva. Primarne linije proizvoda uključuju modnu odjeću, radnu odjeću, tehničku vanjsku odjeću, odjeću za preživljavanje, odjeću za aktivnosti, donji veš, nacionalne odjevne proizvode vezane uz turizam, odjeću za kampiranje, rukavice, kape, čarape i slično. Tehnički tekstil daje važan doprinos u poboljšavanju odjevnih proizvoda za zaštitu od vanjskih utjecaja i sigurnosti na vojnim, obrambenim i sigurnosnim tržištima.

Veliki proizvođači odjeće premjestili su svoju proizvodnju u azijske zemlje kako bi smanjili troškove i uspješnije se nosili s brзом promjenom modnih trendova i kupovnih navika potrošača, dok su istovremeno odjele dizajna, marketinga, istraživanja i razvoja te logistike i distribucije zadržali aktivnima u Kanadi.

Kanadska se industrija odjeće sve više fokusira se tržišta visoke mode i kvalitete, te tržište zaštitne odjeće. Najveći izazov, koji donosi okretanje tim tržištima, nedostatak je kvalificirane radne snage.

Kanadska proizvodnja tekstilne robe, poput proizvoda za kućanstvo, kao što su posteljina, ručnici i zastori, te tekstila za uporabu u proizvodnji odjeće, u velikoj je mjeri preseljena u zemlje s nižim troškovima rada. Međutim, i dalje postoji ekonomska opravdanost proizvodnje u slučaju specijalizirane potražnje (npr. visoke kvalitete, određenog svojstva, brzog odgovora na estetske preferencije kupaca, brze nadopune inventara te ako su proizvodi teški ili neisplativi za prijevoz, kao što je slučaj s tepisima i jastucima).

No, tekstil ima mnoge primjene, ne samo na kojima je fokus masovnog tržišta. Tkana ugljena vlakna koja se koriste u kompozitnim strukturama, neporozne premazane geosintetičke tkanine za izradu podloga za jalovišta, paraaramidne tkanine (npr. kevlar) za neprobojne prsluke, perive i antibakterijske navlake za madrace i jastuke u zdravstvenim objektima, tvrde tkanice za sigurnosne pojaseve ili priveznice te staklena vlakna za proizvodnju niza oblikovanih proizvoda, uključujući trupove brodova, kupaonske kade, termalne kupke i automobilske dijelove, samo su neke od njegovih specijaliziranih namjena čiji konačni proizvodi mogu ostvarivati značajan profit. Proizvodi kanadskih tekstilnih tvrtki imaju širok raspon tehničkih i posebnih primjena te su sastavni dio lanaca opskrbe mnogih velikih industrija u Kanadi.

U Kanadi se tehnički tekstil razvija u poslovnom okruženju s podrškom akademskog istraživanja i snažnog industrijskog znanja, što doprinosi dodatnom rastu tog sektora. Napredak u svjetskoj tekstilnoj industriji doveo je do situacije u kojoj tekstil sve više konkurira drugim materijalima, poput metala, drva i plastike, u primjenama za koje su tradicionalno korišteni upravo ti materijali. Kompozitni materijali najbolji su primjer takve zamjene, a osim toga, novi tekstili, poput „inteligentnih“ tekstila ili tekstila koji provode električnu energiju, sve se češće viđaju u primjenama na tržištu.

Kanada odjeću i obuću uvozi najviše iz Bangladeša, Indije, Kambodže i Vijetnama, dok je uvoz iz Kine vrlo malo zastupljen.

Identifikacija tržišnih potreba i potrošača

Promjena kupovnih navika i životnog stila, uzrokovana generacijskom promjenom potrošača, najviše je utjecala na sektor odjeće i obuće. Glavni potrošači okrenuli su se trendu nošenja ležernije odjeće u slobodno vrijeme te izboru odjeće svjetskih marki. Uz fluktuacije u samom trendu dogodila se i velika promjena u potražnji s obzirom na izbor distribucijskog kanala za kupnju i lakoću naručivanja u internetskim trgovinama.

Internetske trgovine predstavljaju najbrže rastući distribucijski kanal koji, u odnosu na klasične maloprodajne kanale, ima izrazito niske operativne troškove. No, lakoća kupnje i niski troškovi distribucije nisu samo prednost, već i velika prijetnja kompletnom sektoru jer se sve više Kanađana okreće naručivanju odjeće i obuće iz drugih zemalja.

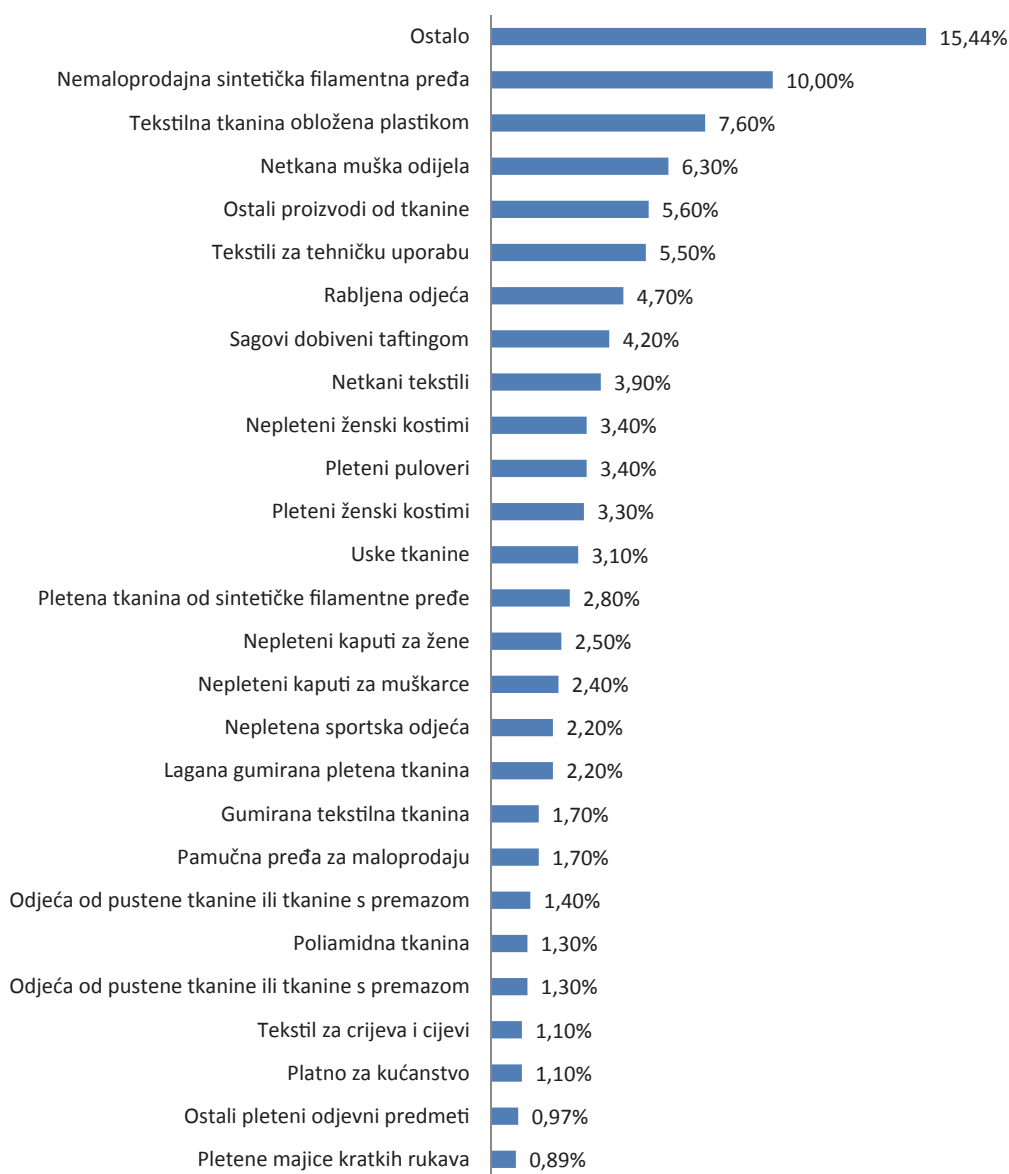
Unatoč niskom operativnom trošku, kanadske internetske trgovine imaju dugačko trajanje i visoku cijenu isporuke. Mnogi američki proizvođači i distributeri odjeće i obuće razvili su svoju internetsku ponudu na kanadskim internetskim domenama, nudeći kratke rokove isporuke i velike pogodnosti pri kupnji. Time ugrožavaju kanadske proizvođače i maloprodajne lance, prodajući robu stranog podrijetla koja administrativno nije uvezena u Kanadu i zbog pojedinačnih i malih potrošačkih narudžbi, šalje se iz zemlje ponuđača potrošaču osobno.

Kanadski potrošač kupuje u internetskim trgovinama, koje su tehnološki napredne i prilagođene uređajima s kojih se pregledavaju, te pri kupovini voli skupljati bodove za sljedeće kupnje putem programa nagrađivanja odnosno *loyalty* programa. Velik je problem kanadskih proizvođača i malih maloprodajnih mjesta nedostatak financijskih sredstava za držanje koraka s tehnološkim napretkom te za prilagodbu poslovanja digitalnom dobu i sve učestalijim narudžbama te vrste.

Najveći rast i dalje se očekuje u segmentu sportske odjeće i obuće poznatih robnih marki te modnih marki, dok prodaja proizvoda srednje klase bilježi pad. Kupci odjeće i obuće prepoznatljivih robnih marki uglavnom pripadaju starijoj generaciji.

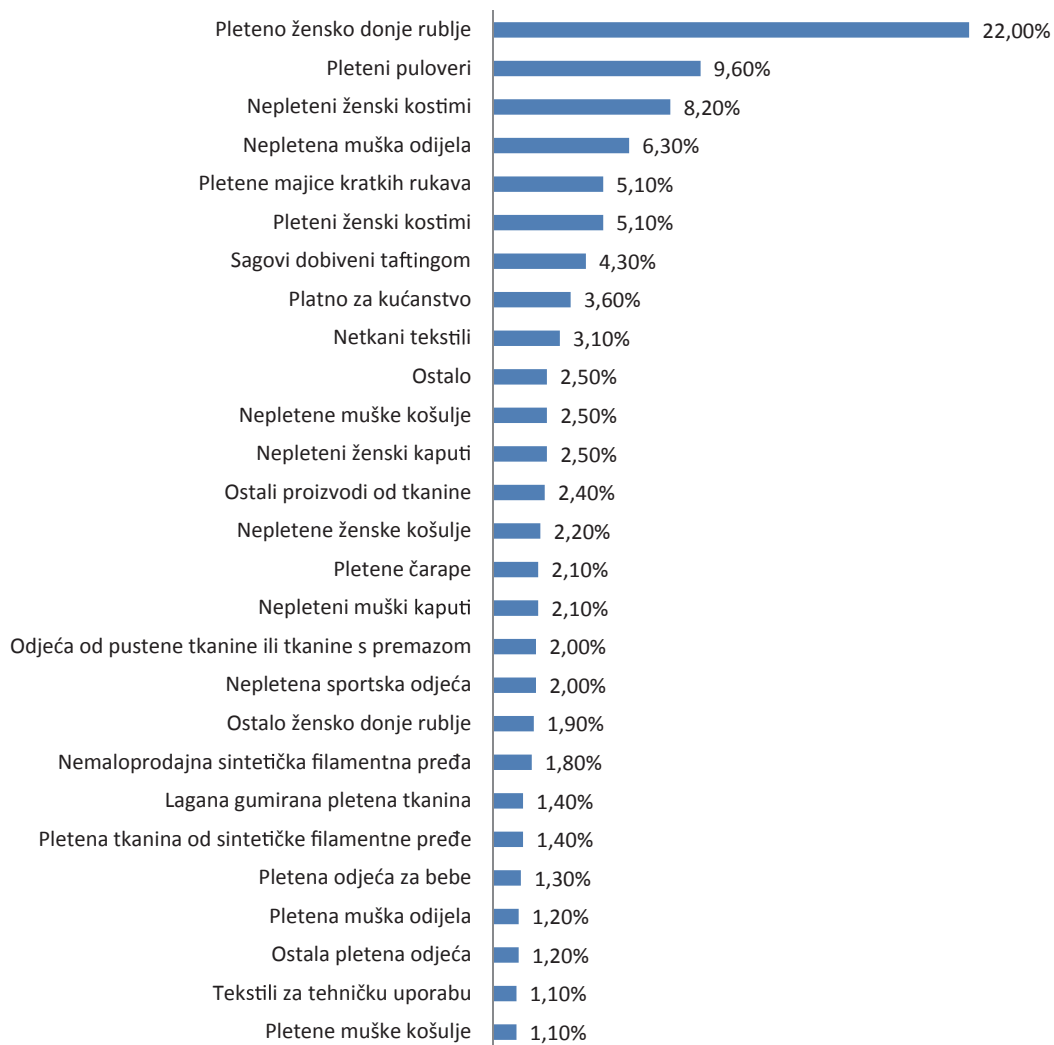
Najznačajniji uvozni i izvozni proizvodi

STRUKTURA KANADSKOG IZVOZA TEKSTILNOG SEKTORA, po vrsti



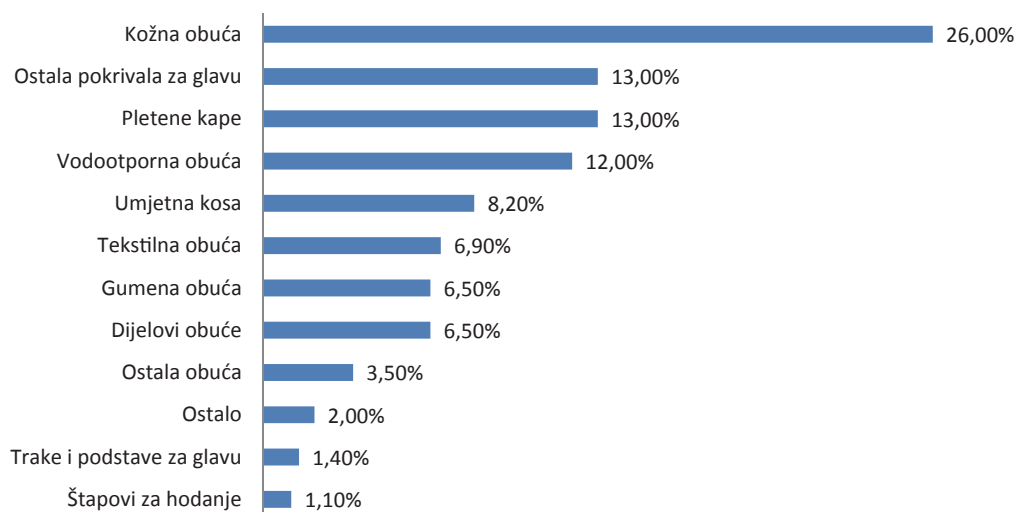
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

STRUKTURA KANADSKOG UVOZA SEKTORA TEKSTILA, po vrsti



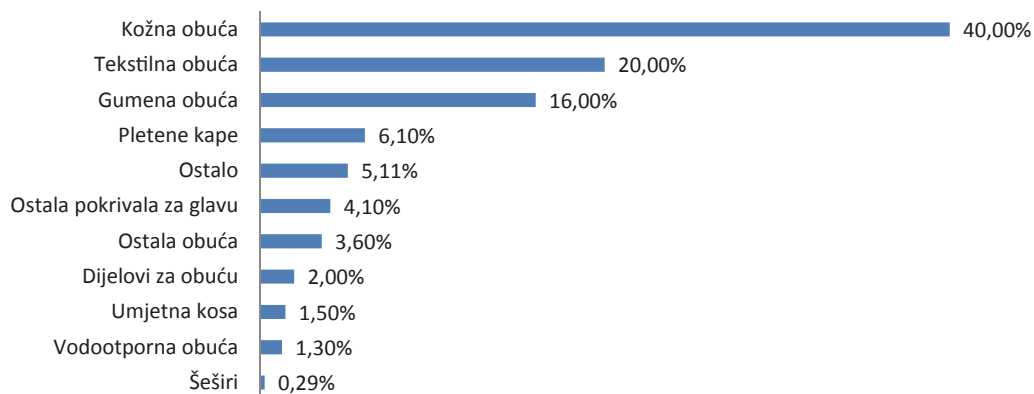
Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
 The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

**STRUKTURA KANADSKOG IZVOZA SEKTORA OBUĆE I POKRIVALA ZA GLAVU,
po vrsti**



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

**STRUKTURA KANADSKOG UVOZA SEKTORA OBUĆE I POKRIVALA ZA GLAVU,
po vrsti**



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade;
The Observatory of Economic Complexity (2016); UN Comtrade (2016); Parlov Digital Intelligence

Tržišni lideri (domaći i inozemni)

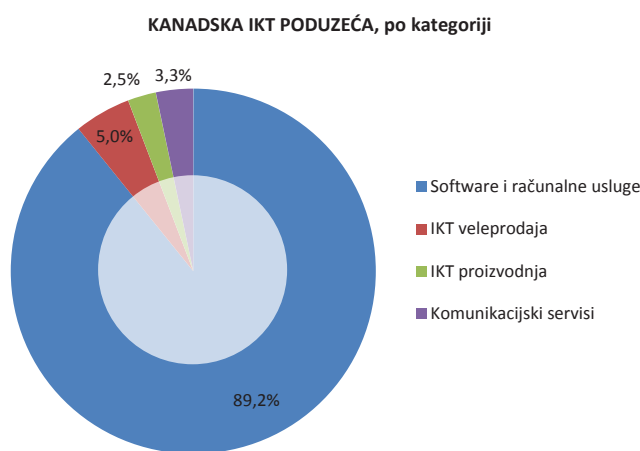
- **Marks**
<https://www.marks.com>
- **Gap Stores Inc.**
<https://www.gapcanada.ca>
- **Gildan**
<https://www.mygildan.com/store/ca>
- **TJX Canada**
<http://www.tjxcanda.ca>
- **Walmart Canada**
<https://www.walmart.ca/en>
- **Hudson Bay Canada**
<https://www.thebay.com>
- **Reitman's Canada**
<https://www.reitmans.com>
- **Carter's Canada**
<https://www.cartersoshkosh.ca>
- **Sears Canada**
<https://www.sears.ca>
- **Simons/Harry Rosen**
<https://www.harryrosen.com/en>
- **Aritzia**
<https://www.aritzia.com/en/home>
- **H&M Canada**
https://www2.hm.com/en_ca/index.html

INFORMACIJSKE KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE (IKT)

U kanadskom sektoru informacijskih komunikacijskih tehnologija djeluje preko 39 000 privatnih poduzeća. Njih preko 34 000 djeluje unutar industrije softverskih i računalnih usluga.

IKT sektor značajno doprinosi BDP-u Kanade. Godine 2016. sektorski BDP iznosio je 73 milijarde CAD te je činio 4,4 % nacionalnog BDP-a.

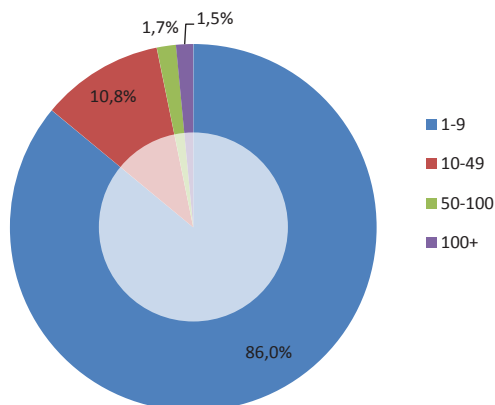
U 2016. godini IKT sektor je rastao je po stopi od 2,3 %, odnosno gotovo dvostruko brže od ukupnog kanadskog gospodarstva. Kategorija softvera i računalnih usluga rasla po stopi od 6,4 %, što je čini najbrže rastućom u sektoru.



Izvor: Canadian ICT Sector Profile – 2016, Her Majesty the Queen in Right of Canada, as represented by the Minister of Industry, 2017

Kanadski IKT sektor sastoji se većinom od malih poduzeća, čak 33 500 poduzeća ima manje od 10 zaposlenih. Poduzeća s više od 500 zaposlenih vrlo je malo, ukupno, s podružnicama stranih multinacionalnih korporacija, oko 110.

KANADSKA IKT PODUZEĆA, prema broju zaposlenih

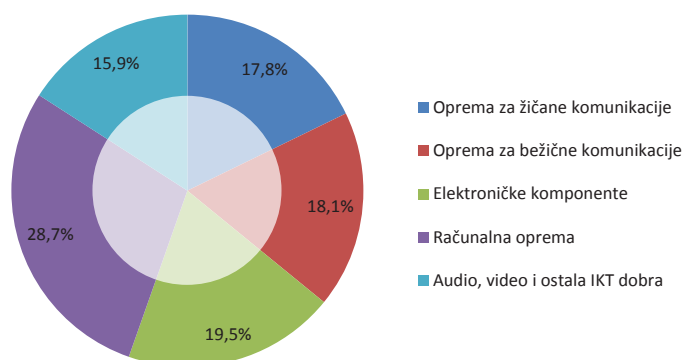


Izvor: Canadian ICT Sector Profile – 2016, Her Majesty the Queen in Right of Canada, as represented by the Minister of Industry, 2017

Podsektori proizvodnje kanadskog IKT-a oslanjaju se na izvozna tržišta te je samo u 2016. godini izvezeno preko 80 % proizvoda. Kanadski izvoz IKT proizvoda smanjio se u 2016. godini na 11,3 milijardi USD, odnosno za 2,1 %, a izvoz računala i periferne opreme te opreme za žičanu komunikaciju, povećao se za 51 milijun USD.

Između 2011. i 2016. godine izvoz IKT proizvoda porastao je za 1,7 %. Od 2011. godine najveći je pad zabilježen u izvozu elektroničkih komponenti odnosno -15,2 %, dok su izvozi audio i video opreme te računala i periferne opreme najviše porasli, i jedan i drugi po stopi 14 %.

KANADSKI IZVOZ IKT PROIZVODA, po grupama



Izvor: Canadian ICT Sector Profile – 2016, Her Majesty the Queen in Right of Canada, as represented by the Minister of Industry, 2017

Kanadska industrija najviše ulaže upravo u istraživanje i razvoj IKT sektora. U 2016. godini ulaganja su iznosila 30,8 % udjela u svim izdacima u istraživanja i razvoj kanadske industrije, odnosno preko 5,5 milijardi USD. Najveći pad ulaganja u istraživanje i razvoj dogodio se u području softvera i računalnih usluga, prvenstveno kao rezultat pada od 9,3 % u izdavanju novih softverskih proizvoda.

U IKT sektoru zaposleno je 3,3 % od ukupnog broja zaposlenih u Kanadi. Zaposlenost se u 2016. godini povećala za 1,7 % u odnosu na godinu prije te se bilježi trend stalnog rasta zapošljavanja u toj industriji. Najveća je potražnja za radnom snagom u kategoriji proizvodnje softvera i računalnih usluga. Te usluge bilježe najveći udio zapošljavanja osoba s visokom stručnom spremom.

Prosječna plaća zaposlenika u IKT sektoru je 75 000 USD godišnje te je prosjek plaća u tom sektoru za 52,7 % viši od nacionalnog prosjeka. Od 2011. do 2016. godine prosječna plaća u IKT sektoru narasla je za 13 %, dok su plaće u ostalim industrijama rasle 8,7 %.

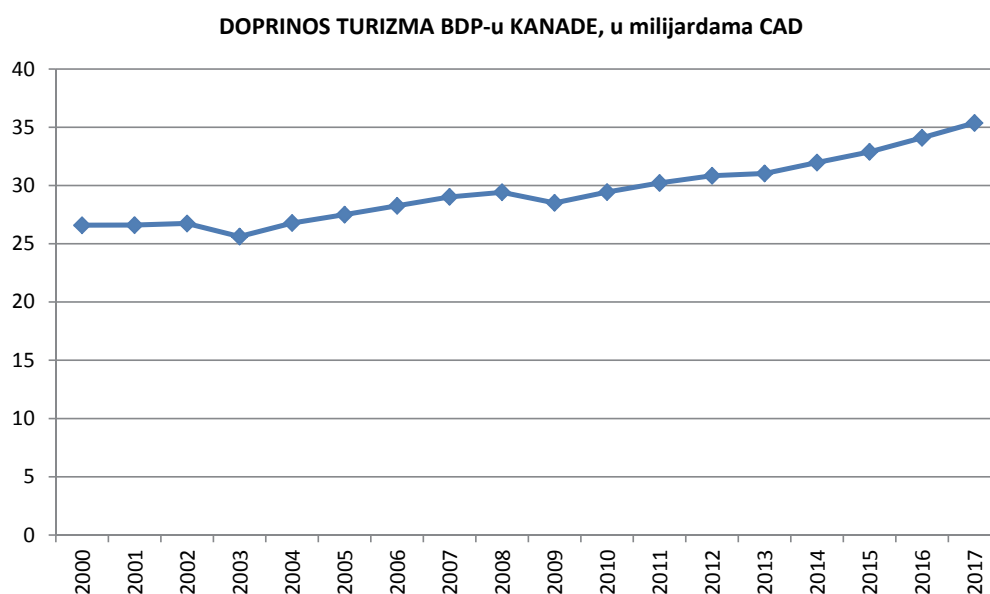
TURIZAM

Kanada je, prema veličini teritorija i geografskoj rasprostranjenosti, druga najveća zemlja na svijetu. Turizam je najrazvijeniji u regijama Toronto, Montreal, Vancouver/Whistler, Slapovi Niagare, otok Vancouver, Calgary / kanadski Stjenjak, Okanagan Valley u Britanskoj Kolumbiji i Ottawa.

Kanadski turizam bilježi kontinuiran trend rasta. Kombinirani domaći i međunarodni turizam u Kanadi ima oko 1,7 % udjela u BDP-u zemlje te generira značajan broj radnih mjesta.

Kanadska turistička ekonomija narasla je za 5,6 % u prvom kvartalu 2018. godine na temelju prihoda od domaćih i međunarodnih putovanja u Kanadu. Najznačajniji prihodi od turizma uočeni su u sektorima prijevoza (+8,8 %), hrane i pića (+5,3 %) i smještaja (+4,4 %).

Samo u prvom kvartalu 2018. godine turizam u Kanadi generirao je preko 720 000 radnih mjesta.



Izvor: Statistics Canada – Državna agencija za statistiku Kanade (2018)

Strategija razvoja kanadskog turizma usmjerena je na razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda od kojih su najznačajniji kulinarski turizam, autohtoni turizam, putovanja za milenijalce i skijaški turizam.

Kulinarski turizam u Kanadi među najpopularnijim je vrstama turizma i jedan od najbrže rastućih segmenata u globalnoj turističkoj industriji.

Autohtoni turizam važan je i jedinstven sektor u turističkoj industriji putem kojeg zemlja predstavlja svoja kulturološka obilježja i nasljeđe, povećavajući time vrijednost svojih autohtonih proizvoda na domaćem tržištu i indeks njihove percepcije na međunarodnim tržištima.

Promjenom generacija promijenile su se navike putovanja i potražnje za određenim proizvodima. Milenijalci su postali najzastupljeniji demografski segment u ukupnom udjelu svih turista. Putovanja za milenijalse, uz kulinarski turizam, jedan su od najbrže rastućih segmenata turizma Kanade i inkubator prenošenja dojmova među najvećim utjecajnim grupama putnika (*influencers*), kojima Kanada promiče svoju turističku ponudu i potrošačku svijest o destinaciji.

Skijaški turizam generator je zapošljavanja u hladnim predjelima Kanade te u tim područjima ima strateško značenje.

Kanadski dolar slabiji je u odnosu na druge valute zemalja iz kojih dolazi većina turista, što Kanadu čini destinacijom koju si prosječan turistički budžet može priuštiti.

Najveći broj turista dolazi iz Sjedinjenih Američkih Država pa su kanadske promotivne aktivnosti prvenstveno fokusirane na to tržište.

Najznačajnija tržišta za kanadski sektor turizma su Sjedinjene Američke Države, Australija, Kina, Francuska, Njemačka, Indija, Japan, Meksiko, Južna Korea i Velika Britanija.

Kanada za svoja ciljna tržišta i turiste ima razvijen portal Destination Canada (www.destinationcanada.com) na kojima redovito objavljuje statistike sektora turizma i svojih najznačajnijih tržišta, kao i upute turistima za putovanje u zemlju.

Svake godine povećava se broj kanadskih turista koji posjećuje Hrvatsku, koja kao turistička destinacija postaje u Kanadi sve traženija. Hrvatsku je 2017. godine posjetilo 142 363 kanadskih turista, što je za 24 % više u odnosu na 2016. godinu, koji su ostvarili 415 373 noćenja, što je za 23 % više u odnosu na 2016. godinu. Trend povećanog broja dolazaka kanadskih turista nastavljen je i u prvih šest mjeseci 2018. godine kada je Hrvatsku posjetilo 60 881 kanadskih turista, što je 32 % više u odnosu na isto razdoblje u prošloj godini, te koji su ostvarili 156 477 noćenja, odnosno 23 % više u odnosu na isto razdoblje u prošloj godini.

ZAŠTITA OKOLIŠA I OBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE

Zaštita okoliša

Kanadska agencija za procjenu utjecaja na okoliš (*Canadian Environmental Assessment Agency*) središnje je tijelo kanadske vlade za područje zaštite okoliša. U svom radu sudjeluje u izradi i oblikovanju prijedloga i zakona koji definiraju politiku zaštite okoliša. Zadužena je za provedbu više od desetak parlamentarnih akata, djelomice ili u cijelosti, te za ispunjenje brojnih zakonodavnih obveza.

U okviru spomenutih akata, propisa i zakona izvješćuje o nizu složenih pitanja koji se tiču zaštite okoliša, uključujući:

- praćenje kvalitete zraka i vode te emisije stakleničkih plinova
- upravljanje razinom otrovnih tvari u komercijalnim proizvodima
- predviđanje meteoroloških modela i izvještavanje o vremenskim uvjetima
- konzultacije s Kanađanima, dionicima, istraživačima i vladama
- istraživanje i zaštitu staništa ptica selica i ugroženih vrsta
- odobravanje i, prema potrebi, sprječavanje međunarodne trgovine opasnim otpadom, opasnim reciklažnim materijalima i ugroženim vrstama
- promoviranje, pregledavanje i provođenje regulatornih zahtjeva.

Zakoni za čije provođenje nadležna Agencija su sljedeći:

Zaštita okoliša

- Zakon o Ministarstvu okoliša – donesen 1971. godine, uspostavio je Agenciju kao odjel u okviru portfelja ministra okoliša, čija je odgovornost očuvanje i unaprjeđenje okoliša, pružanje meteoroloških usluga te koordiniranje politika i programa za postizanje ciljeva vezanih uz zaštitu okoliša.
- Upravljanju vodnim resursima²² – upravljanje kanadskom obalom i kopnenim vodama zajednička je odgovornost saveznih, pokrajinskih i teritorijalnih vlasti. Zakon o vodama i Zakon o unaprjeđenju međunarodnih rijeka (*International Rivers Improvement Act - IRIA*) dva su najvažnija primjera iz ovog područja kojim upravlja Agencija.

Sprječavanje onečišćenja

- Zakon o zaštiti okoliša (*Canadian Environmental Protection Act – CEPA* 1999) – glavni pravni akt o zaštiti okoliša i važan dio šireg kanadskog zakonodavnog okvira čiji je cilj sprječavanje onečišćenja te zaštita okoliša i ljudskog zdravlja
- Zakon o ribarstvu – za provedbu Zakona odgovoran je ministar ribarstva i oceana, a ministar okoliša odgovoran je za dijelove koji se odnose na onečišćenje voda.
- Zakon o zaštiti antarktičkog okoliša (*Antarctic Environmental Protection Act – AEPA*) – svrha je Zakona zaštita antarktičkog okoliša od potencijalno negativnih učinaka koji su posljedica kanadske aktivnosti u regiji. Zakon je preuzeo kanadske obaveze iz Protokola o zaštiti okoliša uz Antarktičku povelju – Madridskog protokola (*The Protocol on Environmental Protection to the Antarctic Treaty*).

²² <https://www.canada.ca/en/environment-climate-change/services/water-overview/governance-legislation/provincial-territorial.html>

Postoji i nekoliko drugih zakona koji se bave bioraznolikošću, očuvanjem i održivim razvojem.

To su:

- Zakon o ugroženim vrstama
- Zakon o pticama selicama iz 1994. (*Migratory Birds Convention Act 1994 – MBCA*)
- Zakon o zaštiti divljih životinja i biljaka te uređivanju međunarodne i međupokrajinske trgovine (*Wild Animal and Plant Protection and Regulation of International and Interprovincial Trade Act – WAPPRIITA*)
- Zakon o kanadskoj divljoj fauni i flori
- Savezni zakon o održivom razvoju
- Zakon o zakladi za tehnologiju za održivi razvoj
- Zakon o provedbi zaštite okoliša
- Zakon o tjednu okoliša
- Zakona o tjednu nacionalne divlje faune i flore.

Obnovljivi izvori energije

Kanada, s velikim teritorijem i raznolikim zemljopisnim karakteristikama, ima značajne obnovljive izvore koji se mogu koristiti za proizvodnju energije. Ti resursi uključuju rijeke i jezera, vjetar, bioenergiju, solarnu energiju, geotermalnu energiju i energiju oceanskih valova. Kanada je svjetski lider u proizvodnji i korištenju energije iz obnovljivih izvora. Obnovljivi izvori energije trenutno imaju udio od oko 18,9 % ukupne proizvodnje energije u Kanadi. Hidroenergija je najvažniji izvor obnovljivih izvora energije u Kanadi s udjelom od 59,3 % u proizvodnji električne energije. Kanada je drugi po veličini proizvođač u svijetu električne energije koja se dobiva iz hidroenergetskih postrojenja. Energija vjetra drugi je najvažniji izvor obnovljivih izvora energije u Kanadi. Ona čini 3,5 % proizvodnje električne energije u Kanadi. Bioenergija je treći najveći obnovljivi izvor kanadske proizvodnje električne energije, a njezin udio u kanadskoj proizvodnji električne energije iznosi 1 %. Energija vjetra i solarna energija imaju najveći rast u industriji proizvodnje električne energije.

Energija vjetra

Električna energija dobivena iz energije vjetra jedna je od najbrže rastućih metoda proizvodnje električne energije u svijetu. Korištenje energije vjetra smanjuje utjecaj proizvodnje električne energije na okoliš jer ne zahtjeva gorivo i ne proizvodi onečišćenje ili stakleničke plinove.

Kanadske zemljopisne karakteristike idealne su za kapitaliziranje i iskorištavanje velikih količina energije vjetra. Prednosti povećane implementacije energije vjetra uključuju uštedu energije širom mreže te smanjenje emisija stakleničkih plinova i onečišćenja zraka (uključujući sumporove i dušične okside te živu).

Male hidroelektrane

Male hidroelektrane jedna su od najboljih alternativa skupoj zagađivačkoj dizel generaciji koja je uspješno implementirana te proizvodi električnu energiju u većini udaljenih zajednica širom Kanade. Potencijalna energija koja bi mogla biti proizvedena malim hidroelektranama, procjenjuje se na 15 000 MW, a trenutno instalirana snaga malih hidroelektrana je oko 3 400 MW. Koristeći postojeće moderne i nove tehnologije, razvijen je hidropotencijal koji će pomoći Kanadi u podmirivanju svojih budućih energetske potrebe i donijeti više ekoloških i socioekonomskih koristi.

Solarna energija

U stambenom se sektoru 70 % energije za grijanje dobiva iz solarne energije. Kanada ima vrlo veliki potencijal za iskorištenje solarne energije te izvrsne solarne resurse. Broj solarnih kolektora od 2007. godine do danas narastao je na oko 544 000 m² solarnih kolektora. Uglavnom su to neželjeni plastični kolektori za grijanje bazena (71 %) i neizolirani perforirani solarni kolektori zraka za komercijalno zagrijavanje zraka (26 %) koji zajedno isporučuju oko 627 000 GJ energije i istiskuju 38.000 tona CO² godišnje. Kanada je vodeća u industriji proizvodnje i razvoju solarizatora te njihove komercijalizacije.

Energija morskih valova

Kanada ima idealno okruženje za iskorištavanje potencijala obnovljivih izvora energije u moru. Tehnološki tim za iskorištavanje morske energije (*Marine Energy Technology – MET*) aktivno podupire razvoj tehnologija morske energije i iskorištavanja energije valova. Blisko surađujući s industrijom, drugim vladinim odjelima i akademskom zajednicom, osmišljavaju se načini iskorištavanja morske energije i usmjeravanja nove tehnologije prema tržišnom uspjehu.

Polazeći od činjenice da je svaki pokret energija, možemo zaključiti da svjetska plima, valovi, riječna energija sadrže kinetičku i potencijalnu energiju koja se može koristiti za pokretanje turbina i proizvodnju električne energije, smanjujući ovisnost o fosilnim gorivima. Čak i razlike u slanosti (razina soli) i temperature koje se javljaju u vodenim masama, stvaraju dinamičke sile koje se mogu koristiti za proizvodnju električne energije. Ovi su različiti oblici morske obnovljive energije neiscrpni.

Biomasa

Bioenergija je obnovljivi izvor energije koji potječe od živih organizama i/ili njihovih nusproizvoda. Udio bioenergije u ukupnoj energetskej proizvodnji Kanade trenutno iznosi 6 %. Bioenergija je pouzdan izvor energije koji značajno doprinosi proizvodnji energije u Kanadi, pri čemu se smanjuje otpad i emisija razine CO₂.

Povećanjem udjela održive bioenergije u proizvodnji energije Kanada nastoji izgraditi postrojenja biorafinerija koja će pružati čistu bioenergiju i biti ekonomski isplativa. Istovremeno se provodi širok spektar istraživačkih aktivnosti od dokazivanja koncepta do kontinuiranih pilot-projekata za implementiranja određenih tehnologija.

Neka od nedavnih dostignuća u ovom području uključuju:

- pretvaranje restoranskog otpada u visokokvalitetna dizelska goriva
- dizelske mješavine koje mogu raditi pri niskim temperaturama
- tehnike za obradu teško sagorijevajućeg otpada i poljoprivrednih ostataka niske točke topljenja
- skup sedam smjernica za poboljšanje učinkovitosti industrijskih kotlova i smanjenje emisija
- anaerobne procese digestije za industriju celuloze i papira
- ispitivanje mikroturbina i Stirlingovih motora s tekućim i plinovitim biogorivima.

PROMET

Vizija budućnosti prijevoza u Kanadi zahtijevala je izradu nove strategije za razvoj transportnog sustava koja bi obuhvatila cijeli sustav i donijela veću korist kanadskim građanima, posebice srednjem sloju kanadskog društva. Odlučeno je da transportni sustav mora biti siguran, zelen, inovativan i integriran te jedan od generatora trgovine i gospodarskog rasta.

Proračun iz 2017. godine osigurao je 50 milijuna USD tijekom sljedećih godina za pokretanje Informacijskog sustava trgovine i prijevoza, koji je dio Kanadskog centra o prometu podataka (*Canadian Centre on Transportation Data – CCTD*). Ovo je zajednička inicijativa Ministarstva transporta i Državne agencije za statistiku Kanade.

U travnju 2018. godine pokrenut je transportni podatkovni i informacijski centar koji osigurava informacije tvrtkama i pojedincima. U centru se na jednom mjestu mogu dobiti kvalitetne, pravovremene informacije o prijevozu, uključujući:

- poveznicu na transportne podatke, nacionalne i međunarodne
- informacije o načinu obavljanja prijevoza
- kartu s poveznicama na informacije o većim kanadskim graničnim prijelazima, zračnim lukama te morskim i riječnim lukama.

Zračni promet

U lipnju 2018. godine, prema podacima Zračne kontrole i službe za letenje (NAV CANADA), 91 kanadska zračna luka zabilježila je 549 294 polijetanja i slijetanja zrakoplova. To je povećanje za oko 7 % u odnosu na 2017. godinu.

Zračni promet bilježi porast od 3,6 % u lipnju 2018., budući da je 51 zračna luka zabilježila više prometa u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Broj putnika u kanadskim zračnim lukama dosegao je 149,6 milijuna u 2017. godini, što je

povećanje od 6,2 % u odnosu na prethodnu godinu. Putnički promet konstantno bilježi rast još od gospodarske krize iz 2009. godine.

Najveće zračne luke znatno su pridonijele snažnom rastu putničkog prometa (Lester B. Pearson u Torontu -5,9 %, Vancouver International -8,8 %, Pierre Elliott Trudeau u Montrealu -9,6 %). Zbog porasta ukupnog putničkog prometa, i domaći putnički zračni promet imao je rast od 5,4 % u 2017. godini, što je iznosilo ukupno 4,5 milijuna putnika. Međunarodni promet porastao je za 9,6 % ili za oko 2,9 milijuna putnika, a prekogranični promet između Kanade i SAD-a porastao je za 4,9 %.

Količina tereta i cargo prometa u kanadskim zračnim lukama povećala se za 7,4 % u 2017. godini na nešto više od 1,3 milijuna tona. Količina domaćeg tereta povećana je za 4 %, na 577 000 tona, a količina tereta na međunarodnom cargo prometu povećana je za 13,6 %, odnosno na 502 000 tona.

Željeznički promet

Željeznička udruga Kanade (*The Railway Association of Canada – RAC*) predstavlja više od 50 kompanija koje se bave željezničkim prijevozom tereta i putnika. Željeznice godišnje prevezu više od 84 milijuna putnika i robe u vrijednosti više od 280 milijardi CAD unutar Kanade. Kao dio pete najveće željezničke mreže na svijetu, članovi RAC-a okosnica su kanadskog transportnog sustava.

Kanadski je željeznički sektor jedan od glavnih pokretača kanadskog gospodarstva. Članovi RAC-a zapošljavaju više od 31 000 djelatnika koji obavljaju različite poslove u željezničkom sektoru. Ovaj sektor prevozi gotovo 70 % posto svih dobara koje Kanada izvozi.

Zadaća je RAC-a suradnja s kanadskom vladom kako bi se osigurala konkurentnost željezničkog sektora te njegova sigurnost, konkurentnost i održivost. RAC je poznat kao autoritet u pitanjima vezanim za kanadsku željezničku industriju, a vlada ih redovito konzultira za doprinos politici razvoja željezničkog sektora i donošenje odgovarajućih propisa.

RAC prikuplja podatke o industriji, provodi istraživanja i predlaže odgovarajuća poboljšanja u željezničkom sektoru. Udruga ove informacije i analize dostavlja redovito vladi, predstavlja ih parlamentarnim odborima te održava edukativne godišnje konferencije za parlamentarne zastupnike i druge izabrane dužnosnike. Sve to pomaže u olakšavanju dijaloga i informiranju vlada, kako savezne tako i vlada na lokalnoj razini.

RAC također surađuje i s odjelima i agencijama kao što su Transport Kanada (*Transport Canada*), Kanadska agencija za transport (*The Canadian Transportation Agency*), Odbor za sigurnost prijevoza Kanade (*The Transportation Safety Board of Canada*), Služba za zapošljavanje i socijalni razvoj Kanade (*Employment and Social Development Canada*), Služba za okoliš i klimatske promjene Kanade (*Environment and Climate Change Canada*), Služba za očuvanje kanadske baštine, ribarstva i oceana (*Canadian Heritage and Fisheries and Oceans Canada*) te s provincijskim službama.

Cestovni promet

Kanadski nacionalni sustav autocesta predstavlja nadogradnju koncepta Trans-Kanadske autoceste, projekta koji je izvorno pokrenut 1949. godine. Izgradnja Trans-Kanadske autoceste počela je 1950. godine donošenjem Zakona o Trans-Kanadskoj autocesti. Premijer John Diefenbaker otvorio je 1962. godine dio koji je do tada bio izgrađen, a gradnja je nastavljena sve do 1971. godine. Trans-Kanadska autocesta spojila je sve pokrajine, a bila je i generator sklapanja partnerstva između savezne i provincijskih vlada za nadogradnju postojećih cesta i standardizaciju gradnje prema modelu Trans-Kanadske autoceste. Trans-Kanadska autocesta duga je 7 821 km.

Nacionalni sustav autocesta (*National Highway System – NHS*) utemeljen je 1988. godine odlukom Vijeća ministara koji su bili odgovorni za transport i sigurnost autocesta. Mreža od 24 500 kilometara međuprovinskih i međunarodnih poveznica autocesta identificirana je kroz sveobuhvatnu studiju koja je provedena u razdoblju od 1988. do 1992. godine.

Slijedom studije koju je izradila Transport Canada, u rujnu 2004. godine Vijeće ministara odobrilo je dodatnih 2 700 kilometara novih ruta prema NHS-u. U rujnu 2005. godine,

nakon sveobuhvatne revizije NHS-a u kojoj su sudjelovale sve razine vlasti u obliku radne skupine, Vijeće ministara predložilo je daljnje proširenje sustava na dodatnih 11 000 kilometara ruta.

Od 2016. godine NHS obuhvaća 38 049 kilometara ključnih autocesta koje su vitalne za gospodarski rast i mobilnost stanovništva Kanade. Više od 95% NHS-a u vlasništvu je pokrajinskih i teritorijalnih vlada koje njime zajednički upravljaju. Dijelovi puteva NHS-ove mreže, koji su pod kontrolom savezne vlade (uglavnom ceste kroz nacionalne parkove i autocesta za Aljasku), čine oko 3 % NHS-ovih mreža, a ceste pod kontrolom općina čine oko 2 %. Savezna je vlada također odgovorna za dva glavna mosta u Montrealu (Champlain i Jacques Cartier) te za dijelove autoceste Bonaventura i mosta Honoré-Mercier.

NHS obuhvaća tri kategorije ruta, od kojih je svaka određena posebnim kriterijima:

Ključne rute – međuprovincijski i međunarodni pravci (uključujući veze na intermodalne pretovarne objekte i važnije granične prijelaze)

Dolazne rute – poveznice s osnovnim rutama iz većih gradskih centara (uključujući veze na intermodalne pretovarne objekte i važnije granične prijelaze)

Sjeverne i udaljene rute – poveznice s osnovnim i dolaznim putovima, koji su primarni način pristupa sjeveru. i udaljenim područjima te obavljanju gospodarskih aktivnosti i dostave resursa.

Vodni promet

Kanada je jedinstvena po tome što ima gotovo 800 000 km² slatke vode unutar svojih granica. Jezera, koja čine većinu ovog prostranog područja, međusobno su povezana riječnim sustavima. Rijeka Mackenzie, koja protječe kroz teritorij površine 1 .870 .000 km², sedmi je najveći riječni sustav na svijetu. Rijeka St. Lawrence poveznica je između Velikih jezera te protječe preko pola sjevernoameričkog kontinenta. Korištenjem kanadskih unutarnjih plovni putova moguće je proploviti zemlju kanuom, a morskim je putom moguće ploviti od Québeca do obale Arktika na krajnjem sjeverozapadu.

Svake se godine u kanadskim lukama pretovari oko 550 milijuna tona tereta. Luka Vancouver najskuplja je i najmodernija luka u Kanadi te je 2017. godine pretovarila 143 milijuna tona ili 26 % ukupnog pretovara u Kanadi.

Transport Kanada obnaša većinu regulatornih funkcija vezanih za registraciju prekomorskih brodova, sigurnosti uplovljavanja i ovlasti lučkih kapetanija. Unutarnji plovni putovi obuhvaćaju 3 000 km, uključujući i plovni put St. Lawrence. Transport Kanada provodi zakone i propise koji uređuju siguran prijevoz vodnim putovima.



**ANALIZA MOGUĆNOSTI
ULASKA HRVATSKIH TVRTKI
NA TRŽIŠTE KANADE**

OPĆENITO

Industrija ovisi o velikom broju čimbenika iz makrookruženja, koji izravno utječu na konkurentnost i sposobnost stvaranja nove vrijednosti, od kvalitete i dostupnosti osnovnih proizvodnih resursa do ljudskog kapitala. Glavni je strateški cilj Industrijske strategije Republike Hrvatske 2014. – 2020. repozicioniranje identificiranih strateških djelatnosti na globalnom lancu vrijednosti prema razvoju aktivnosti koje stvaraju dodanu vrijednost.²³

Strategija mogućnosti ulaska hrvatskih tvrtki na tržište Kanade obuhvaća pregled informacija od visoke važnosti za svakog pojedinog malog i srednjeg poduzetnika u donošenju odluke o izvozu proizvoda na to tržište ili otvaranju pravnog subjekta na tom tržištu.

Prethodna analiza kineskog tržišta sadrži informacije o aktualnom gospodarskom stanju, osnovnim makroekonomskim pokazateljima, najznačajnijim industrijskim sektorima, kupovnoj moći te trendovima robne razmjene i razmjene usluga. Pravni okvir poslovanja sadrži informacije o pokretanju i osnivanju tvrtke, carinske procedure i regulative s važećim trgovinskim sporazumima, poreznim sustavom, viznim režimom te opisom najvažnijih karakteristika gospodarsko-trgovinskog sporazuma CETA. Detaljniji osvrt na prehrambeni sektor i drvnu industriju te sektor odjeće i obuće sadrži informacije o aktualnom stanju i prognozi rasta, aktualnu identifikaciju tržišnih potreba i potrošača, najznačajnije uvozne i izvozne proizvode iz Europske unije i svijeta, tržišne lidere, najznačajnije uvoznike i distributere te najznačajnije sajmove. Također je dan pregled na IKT sektor, turizam, zaštitu okoliša i obnovljive izvore energije te promet.

Uz pregled zakonskih regulativa i sektorskih informacija iz analize tržišta, neophodne su i informacije poput općih pokazatelja investicijske klime i trgovinske razmjene s Republikom Hrvatskom, indeksa percepcije korupcije u Kanadi, direktnih poveznica za provjeru trgovinskih barijera za svaki pojedini proizvod, administrativnih formalnosti, procedure uvoza na ciljno tržište te PESTEL analize kanadskog tržišta (analiza političkih, ekonomskih, društvenih, tehnoloških, okolišnih i pravnih čimbenika) te kontakata institucija koje pružaju pomoć poduzetnicima pri plasmanu na to tržište.

²³ Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Industrijska strategija Republike Hrvatske 2014-2020.

Opći pokazatelji investicijske klime i trgovinska razmjena s Republikom Hrvatskom

Realni rast kanadskog BDP-a od 2014. do 2017. godine visoko je rangiran među članicama skupine G7, a očekuje se da će u 2018./2019. godini Kanada biti na drugom mjestu. Kanadski realni rast BDP znatno je iznad prosjeka EU-a. Zemlja se oporavila od izgubljenih radnih mjesta tijekom recesije 2008. – 2009. godine te je od tada više od 80 % radnih mjesta s punim radnim vremenom, a više od 80 % zaposlenih radi u privatnom sektoru.

Kanada je zemlja s niskom inflacijom i osigurava poslovnu sigurnost investitorima. Banka Kanade će tijekom sljedećeg petogodišnjeg razdoblja ciljati inflaciju od maksimalno 2 %. Tijekom prethodnih pet godina, stopa inflacije bila je relativno niska i iznosila je 1,4 %.

Kanada mnogo ulaže u osiguravanje povoljne investicijske klime i rast poslovnih zajednica. *Economist Intelligence Unit* (EIU) pozicionirao ju je kao treću najbolju zemlju G7 i G20 za poslovanje u sljedećih pet godina. U prognostičkom razdoblju globalnog poslovnog ranga 2018. – 2022., Kanada je na osmom mjestu od 82 zemlje. Indikatori visokog rangiranja, koji pokazuju konkurentnost određene zemlje, su infrastruktura, tržišne prilike i mogućnosti, međunarodna trgovina i niske porezne stope.

Zakonodavstvo je fleksibilnije nego u ostalim G7 članicama pa je Kanada na prvom mjestu po najmanjem broju procedura vezanih uz otvaranje poduzeća. K tome ima treću najnižu stopu poreza na dobit u skupini G7 u 2018. godini.

U industriji koja obuhvaća sektor istraživanja i razvoja, Kanada je zemlja u skupini G7 s najnižom cijenom u područjima biotehnologije, ispitivanja proizvoda i kliničkih ispitivanja.

Kanada ima i najnižu cijenu u skupini G7 i u sljedećim proizvodnim sektorima: zrakoplovna industrija, poljoprivredno-prehrambena industrija, automobilska industrija, kemikalije, elektronika, zelena energija, medicinski uređaji, dijelovi od metala, farmaceutski proizvodi, plastika, precizna proizvodnja i telekomunikacije.

Prema istraživanju Instituta za razvoj menadžmenta (IMD), Kanada, nakon Francuske, ima najvišu dostupnost kvalificirane radne snage u skupini G7.

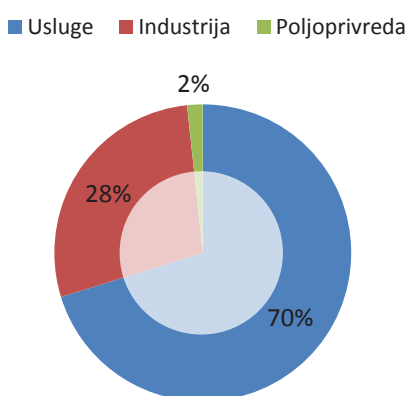
Kanadski političari educirani su za prepoznavanje i implementiranje politika koje podupiru inovativnost poduzetništva, produktivnost i stvaranje novih radnih mjesta.

Gotovo 80 % stranih ulaganja u Kanadu vezano je uz četiri glavne industrije – proizvodnju, zatim, rudarstvo i vađenje nafte i plina, upravljanje tvrtkama i poduzećima te financiranje i osiguranje.

Kanadsko-europskim trgovinskim sporazumom CETA (*Canadian-European Union Comprehensive Economic and Trade Agreement*), Kanada je otvorila velike mogućnosti za lakši plasman europskih proizvoda na svoje tržište.

Najznačajniji pokazatelji vanjskotrgovinske razmjene

Struktura kanadskog BDP-a u 2017.



Izvor: Ministarstvo vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske

Najvažnije su industrije proizvodnja transportne opreme, kemikalija, prerađenih i neprerađenih minerala, prehrambenih proizvoda, proizvoda od drva i papira, ribljih proizvoda, nafte i prirodnog plina.

Najznačajnije su zemlje kanadskog izvoza SAD, koji u ukupnom izvozu sudjeluje sa 76,4 %, i Kina s 4,1 %. Najznačajniji su kanadski izvozni proizvodi motorna vozila i dijelovi, industrijski strojevi, zrakoplovi, telekomunikacijska oprema, kemikalije, plastika, gnojiva, drvna pulpa, drvo, sirova nafta, prirodni plin, struja i aluminij.

Najznačajnije su zemlje kanadskog uvoza SAD, koji u ukupnom uvozu sudjeluje s 52,2 %, Kina s 12,1 % i Meksiko sa 6,2 %.

Najznačajniji su kanadski uvozni proizvodi strojevi i oprema, motorna vozila i dijelovi za motorna vozila, sirova nafta, kemikalije, električna energija te trajna potrošna dobra.

Trgovinska razmjena s Republikom Hrvatskom²⁴

Ukupna je robna razmjena Kanade i RH u 2017. godini iznosila 74,6 milijuna USD, što je 36,3 % više u odnosu na 2016. godinu. Hrvatski izvoz iznosio je 56,4 milijuna USD, što je povećanje od 36,5 %, dok je uvoz iz Kanade iznosio 18,2 milijuna USD, što predstavlja povećanje od 36 % u odnosu na prethodnu godinu.

U prva četiri mjeseca 2018. godine ukupna bilateralna robna razmjena iznosila je 71,2 milijuna USD, što je povećanje od 227 % u odnosu na isto razdoblje 2017. godine. Hrvatski izvoz iznosio je 65,9 milijuna USD, što je povećanje od 307 %, dok je uvoz iz Kanade iznosio 5,3 milijuna USD, što predstavlja smanjenje od 5 % u odnosu na isto razdoblje 2017. godine.

U milijunima USD

	2014.	2015.	2016.	2017.	I.-VI. 2018.
IZVOZ	33,5	31,3	41,3	56,4	70,35
UVOZ	16,1	13,5	13,4	18,2	8,24
UKUPNO	49,6	44,8	54,7	74,6	78,59
RAZLIKA	17,4	17,8	27,9	38,2	62,11

Izvor: DZS, HGK

²⁴ Ministarstvo vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske, 2018

Struktura najznačajnijih izvoznih proizvoda u 2017. godini

R.br.	Tarifna Oznaka	Naziv robe	USD	%
1.	3002	Ljudska i životinjska krv za terapijsku uporabu	19.455.362	34,51
2.	3004	Lijekovi	7.164.632	12,71
3.	9019	Aparati za mehanoterapiju	5.040.999	8,94
4.	7607	Folije od aluminija	3.433.523	6,09
5.	8504	Električni transformatori	3.092.014	5,48
Prikazan izvoz			38.186.530	67,73
Ukupan izvoz			56.373.760	100,00

Izvor: DZS, HGK

Struktura najznačajnijih uvoznih proizvoda u 2017. godini

R.br.	Tarifna Oznaka	Naziv robe	USD	%
1.	3004	Lijekovi	2.328.959	12,82
2.	8803	Dijelovi letjelica	2.275.960	12,53
3.	0713	Osušeno mahunasto povrće u znu	2.149.335	11,83
4.	2523	Cement	1.020.102	5,62
5.	8431	Dijelovi za strojeve	934.563	5,14
Prikazan izvoz			8.708.919	47,94
Ukupan izvoz			18.166.650	100,00

Izvor: DZS, HGK

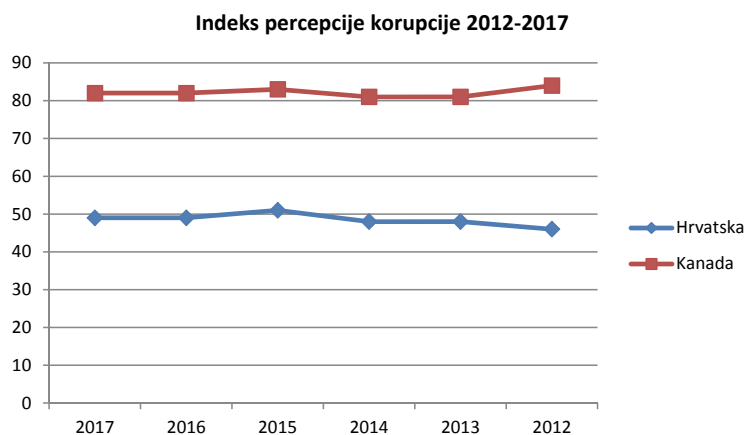
Indeks percepcije korupcije

Indeks percepcije korupcije koji svake godine izdaje Transparency International važan je za odlučivanje o procjeni investicijske klime u zemlji.

Indeks rangira 180 zemalja i teritorija, prema percepciji razine korupcije javnog sektora, koje su ocijenili stručnjaci i poslovni ljudi. Koriste se skale od 0 do 100, gdje je 0 vrlo korumpirano područje, a 100 područje bez korupcije, odnosno područje s vrlo transparentnim i uređenim javnim sektorom.

Po indeksu percepcije korupcije Transparency Internationala, Kanada se nalazi na 8. mjestu od 180 zemalja s postignutom indeksiranom stopom 82 u 2017. godini.

Za usporedbu, Hrvatska se nalazi na 57. mjestu od 180 zemalja s postignutom indeksiranom stopom od 49.



Izvor: Transparency International, 2018, Parlov Digital Intelligence

Direktne poveznice vezane na aktualne međunarodne sporazume, trgovinske barijere i ostalu regulativu vezanu uz izvoz

- **Središnji državni portal – Postupak izvoza**
<https://izvoz.gov.hr/strana-trzista-i-prilike/98>
- **Gospodarska diplomacija – Gospodarski profil Kanade**
<http://gd.mvep.hr/hr/strana-trzista/kanada,23.html#p>
- **Carinske tarife, porezi i protokol o podrijetlu**
http://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewFormATpubli.htm?datacat_id=AT&from=publi
- **Procedure i formalnosti vezane uz izvoz iz Europske unije u Kanadu**
<http://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewIFpubli.htm?countries=CA&hscod=>
- **Pregled uvoznih procedura u Kanadu**
<http://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=overview&hscod=&countryid=CA#h15>
- **Sveobuhvatni gospodarsko-trgovinski sporazum CETA**
https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2017_09_9_55.html
- **Upute za uvoz prehrambenih proizvoda u Kanadu**
http://www.inspection.gc.ca/industry-guidance/food_guidance/eng/1374178718703/1374508433359
- **Vodič za izvoz prehrambenih proizvoda na tržište Kanade**
<http://www.inspection.gc.ca/food/imports/commercial-importers/importing-food-products/eng/1376515896184/1376515983781>
- **SPS: Popis sanitarnih i fitosanitarnih pitanja vezanih uz Kanadu**
<http://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=overview&hscod=&countryid=CA#h16>

PESTEL ANALIZA

Politički čimbenici

Kanada je federacija koja se sastoji od deset provincija i tri teritorija. Postoje tri razine vlasti koje su podijeljene između savezne, pokrajinskih i teritorijalnih vlada. U nekim se slučajevima njihove nadležnosti mogu preklapati. Pravni sustav temelji se anglosaksonskom pravu, s iznimkom provincije Québec koja ima sustav građanskog prava. Službeni jezici su engleski i francuski.

Kanada u svom pravnom sustavu ima značajan udio običajnog prava koji je općeprihvaćen i kojim su regulirana prava starosjedilačkih naroda. To uključuje i dužnost vlade da se s njima prije donošenja zakona na svim razinama vlasti savjetuje o eventualnom postojanju nekog običaja ili pravila koje je već dio običajnog prava i kojim je potencijalno regulirana problematika o kojoj se donosi zakon.

Kanada je parlamentarna demokracija. Glavne su stranke u parlamentu Kanade: Konzervativna stranka, Novi demokrati, Liberalna stranka, Bloc Québécois, Zelena stranka te nezavisni zastupnici. U Senatu Kanade su Konzervativna stranka, Liberalna stranka i Progresivna konzervativna stranka.

Osim stranaka koje djeluju u parlamentu i Senatu, u Kanadi djeluju i sljedeće stranke: Kanadska akcija, Stranka kršćanskog nasljeđa, Komunistička partija, Stranka prvih naroda, Libertarijanska stranka, Stranka marihuane, Piratska stranka, Progresivna kanadska stranka, Ujedinjena stranka Kanade i Zapadnog bloka. Neke od značajnijih povijesnih stranaka su: Antikonfederacijska stranka, Bloc populaire i Kanadska radnička stranka.

Kanada ima snažnu demokratsku strukturu, ali je suočena s izazovom stalnih studentskih prosvjeda. U Kanadi prevladavaju demokratska načela i sve vlade, koalicijske, konzervativne ili liberalne, uvijek su slijedile stabilnu demokratsku politiku.

Kanada aktivno sudjeluje na multilateralnim forumima, uključujući i međunarodne napore u borbi protiv financiranja terorizma i pranja novca. Aktivna je članica međunarodnih organizacija, uključujući UN, NATO, Svjetsku trgovinsku organizaciju – WTO, G7, G20,

Organizaciju za europsku sigurnost i suradnju – OESS, Organizaciju za ekonomsku suradnju i razvoj – OECD, Organizaciju američkih država i Forum Gospodarske suradnje u Aziji i Pacifiku.

Kanada je, s ciljem razvitka vlastitog gospodarstva, sklopila ili proaktivno vodi pregovore o slobodnoj trgovini sa SAD, zemljama Južne Amerike, EU-om i drugim zemljama. Osim toga, Kanada sklapa mnoge ugovore koji omogućuju bilateralnu i regionalnu slobodnu trgovinu, izbjegavaju dvostruko oporezivanje, štite strana ulaganja, jačaju financijske i bankarske institucije i potiču razvoj.

Justin Trudeau izabran je za premijera Kanade na posljednjim parlamentarnim izborima u listopadu 2015. godine, preuzevši vlast od konzervativca Stephena Harpera koji je funkciju obnašao gotovo deset godina. Trudeauova Liberalna stranka (lijevi centar) osvojila je 184 od 338 mandata u parlamentu, što joj daje apsolutnu većinu.

Otkada je Trudeau preuzeo vlast, ojačane su diplomatske i trgovinske veze s velikim brojem zemalja (osobito s Meksikom i Ukrajinom). Premijer želi i smanjiti prepreke u trgovini između deset kanadskih pokrajina u kojima još postoje netarifne prepreke povezane s kretanjem robe, kapitala i ljudi.

Sveobuhvatni trgovinski sporazum između Kanade i EU-a (CETA), potpisan krajem 2016. godine, od početka primjene u rujnu 2017. godine, ima pozitivne učinke na izvoz zemlje.

Gospodarski čimbenici

Kanada je imala malo sporiji rast u prvoj polovici 2018. godine, ali se predviđa da će do sredine 2019. godine dosegnuti razinu od 2,6 %. Taj će se rast temeljiti, prije svega, na izvozu nafte i naftnih derivata, čemu pridonosi i dodatno širenje naftovodne mreže, a također i na pozitivnim pokazateljima gospodarskog rasta SAD-a koji je najveće kanadsko izvozničko tržište.

Također se očekuju snažnije inozemne investicije u području razvijanja novih tehnologija te dodatnih kapaciteta i postrojenja za proizvodnju obnovljivih izvora energije. Stopa nezaposlenosti trebala bi padati do rekordnih razina.

Prema predviđanjima OECD-a, Banka Kanade postupno će povući monetarne poticaje, a stopa inflacije ostat će nešto iznad 2%. Također će se povećati kamatne stope kako bi se srednjoročno održavala ciljana stopa inflacije. Fiskalna je politika definirana i planirana tako da poveća prostor za potporu gospodarstvu, ako dođe do nove recesije, i smanji loš utjecaj visokih kamatnih stopa.

Makrobonitetna politika je pooštrena, a tržište nekretnina stabilizirano. Ako se promijeni trenutna ravnoteža rizika, vlada će reagirati i donijeti daljnje prilagodbe. Povećat će se državna sredstva za skrb o djeci, bez zadiranja u poreznu politiku, kako bi se povećala zaposlenost žena, provodit će se politika izjednačavanja plaća bez obzira na spol, u cilju održavanja konkurentnosti i uključivog rasta.

Prema podacima Državnog ureda za statistiku, predviđa se da će se u 2018. godini gospodarski rast povećati zahvaljujući ekspanzivnoj fiskalnoj politici, većem bogatstvu kućanstava i poslovnim ulaganjima, osobito u sektor roba i usluga nakon porasta cijena robe.

Gospodarski će rast ostati stabilan, proporcionalno smanjivanju državne potrošnje. Očekuje se da će inflacija potrošačkih cijena narasti iznad 2 % krajem 2018. godine zbog postupnog uklanjanja viška kapaciteta i porasta plaća. Blagi ekspanzivni fiskalni pristup savezne vlade potaknut će povratak gospodarstva na punu zaposlenost.

Kanadsko gospodarstvo bilo je jedno od najuspješnijih gospodarstava razvijenih zemalja u razdoblju od 2002. do 2007., s BDP-om koji je imao godišnju prosječnu stopu rasta (CAGR) od oko 2,7 %. Vrhunac je dosegnut 2004. godine s 3,1 %. Izbijanjem svjetske financijske krize, stopa rasta se smanjila i tijekom 2008. godine i dosegnula samo 0,5 %. Međutim, brzim reakcijama kanadske vlade i donošenjem odgovarajućih mjera, već je 2009. godine stopa rasta iznosila 2,5 % dok se gospodarstvo sasvim oporavilo krajem 2010. godine kada je postignut rast od 3 %.

Kanada je 11. najveće gospodarstvo na svijetu s nominalnim BDP-om od otprilike 1,82 trilijuna USD. Članica je Organizacije za gospodarsku suradnju i razvoj (OECD) i skupine G8 te je jedna od deset najvećih trgovinskih zemalja na svijetu s visoko globaliziranim gospodarstvom.

Kanadska energetska industrija značajno je doprinijela kanadskom gospodarstvu u obliku istraživačkih aktivnosti i kapitalnih ulaganja. To osobito vrijedi za regionalno okruženje,

u kojem su nedavne promjene i naftna i plinska otkrića donijela značajne pomake te i utjecala na gospodarstvo nekih pokrajina u posljednjem desetljeću.

Nedavna povećanja saveznog ulaganja u kritičnu infrastrukturu, socijalno stanovanje, obrazovanje i inovacije poboljšat će kanadski kapacitet za prilagodbu globalizaciji na uključiv i učinkovit način. Pritisci za prilagodbu pojačali bi se u pogodenim industrijama ako se nastavi provoditi jaka protekcionistička trgovinska politika u SAD-u. Sposobnost prilagodbe poboljšala bi se proširenjem uvjeta za pristup aktivnim mjerama na tržištu rada i provedbom sustavnih procjena ranih potreba za sve radnike koji su tehnološki višak.

Društveni čimbenici

Kanada ima 37,55 milijuna stanovnika, a očekuje se da će se ta brojka do 2022. godine povećati do 38 milijuna stanovnika. Udio urbanog stanovništva je 81,8 %, s godišnjom tendencijom rasta od 1,2 %. Godine 2017. bilo je zaposleno 18,08 milijuna Kanađana, a stopa nezaposlenosti iznosila je 6 % ukupne radne snage. Postotak nezaposlenosti 2016. godine bio je 6,9 %.

Predviđa se da će se stopa nezaposlenosti vratiti na razinu prije krize krajem 2018. ili početkom 2019. godine. Oporavak je i dalje vrlo neravnomjeran u različitim dijelovima zemlje i unutar različitih skupina radne snage.

Očekivani životni vijek za žene je 83,8, a za muškarce 79,7 godina. Ukupni državni izdaci za obrazovanje 2014. godine su iznosili 5,3 %. Odnos ženskog i muškog stanovništva u bruto broju upisanih u osnovne škole na 100 stanovnika bio je 101,1 naprama 100,1. U bruto broju upisanih u srednje škole odnos ženskog i muškog stanovništva na 100 stanovnika bio je 110 naprama 109,8, što je vrlo impresivno. Kao i mnoge druge razvijene zemlje, Kanada doživljava demografski pomak ka starijem stanovništvu, s više umirovljenika i manjim brojem ljudi iz radno sposobne demografske skupine.

Kanadski ustav najviši je zakon u državi i bilo koji zakon koji donese bilo koja savezna, pokrajinska ili teritorijalna vlada, a koji nije sukladan s Ustavom, nije valjan. Zakoni koje

donese savezna vlada najprije se objavljuju u Kanadskim službenim novinama (*Canada Gazette*) koje se redovito objavljuju sa svim novim zakonima i propisima. Samo Vrhovni sud Kanade ima snagu i ovlast svojom odlukom obvezati sve sudove u zemlji.

Kanada je teritorijalno druga najveća zemlja na svijetu, nakon Rusije, i pokriva sjeverni dio Sjeverne Amerike. Glavni grad zemlje, koja se proteže 4 600 km sa sjevera na jug i 5 380 km s istoka na zapad, jest Ottawa. Istovremeno, Kanada je jedna od najrjeđe naseljenih zemalja. Najviša planina Kanade, Mount Logan, smještena je u kanadskim Kordiljerima. Kanadske su rijeke i jezera impozantne. Pet rijeka, St. Lawrence, Mackenzie, Yukon, Fraser i Nelson, pripadaju među 40 najvećih rijeka na svijetu. Jezera Superior i Huron, koja Kanada dijeli s SAD-om, Veliko medvjede jezero i Veliko ropsko jezero pripadaju među 11 najvećih jezera na svijetu.

Kanadskom klimom dominiraju izrazito duge i hladne zime, s iznimkom Pacifičke obale. Šuma između Newfoundlanda i Yukona jedna je od najvećih na svijetu. Nekoliko sjevernih područja pokriveno je tundrom, a arktički otoci pokriveni su trajnim ledenim pokrovom.

Kanada ima jednu od najvećih *per capita* imigracijskih stopa na svijetu, na koju utječu ekonomska politika i spajanje obitelji imigranata. Godine 2010. godine u Kanadu je uselilo rekordnih 280 000 ljudi.

Tehnološki čimbenici

Tehnološko je znanje često utjelovljeno u fizičkim predmetima, poput alata. Tehnologije utječu na društvo koje ih upotrebljava, kao što i društvo utječe na njih, pa su u Kanadi, primjerice, starosjedilački narodi razvili različite vrste kanua, ovisno o vrsti vode kojom putuju. Kasnije je tehnologija olakšala kolonizaciju zemlje razvojem poljoprivrednih alata, željeznice i novih oblika skloništa.

Danas je Kanada na čelu tehnološkog razvoja u područjima koja uključuju prijevoz, komunikacije i energiju. Inovacije su glavni pokretač kanadskog prosperiteta, standarda življenja i kvalitete života. Sve veća produktivnost stvaranjem novih proizvoda i usluga te izgradnjom održivog i suosjećajnog društva značajni su čimbenici uspjeha Kanade.

Kanada privlači investitore, poslovne partnere, poduzetnike i suradnike iz područja istraživanja i razvoja diljem svijeta zbog više razloga, uključujući:

- međunarodno prepoznatu istraživačku zajednicu
- snažne akademske institucije i ugledan znanstveni talent
- visoko obrazovanu i vještu radnu snagu
- snažnu podršku za istraživanje i razvoj, domaća ulaganja i međunarodnu suradnju te
- visoko konkurentne financijske poticaje i porezno okruženje.

Kanada je svjetski predvodnik u biotehnologiji, kontroli onečišćenja zraka, zelenoj izgradnji i upravljanju otpadom. Globalno je poznata po stručnim znanjima u istraživanju oceana i Arktika.

Poljoprivredna istraživanja i inovacije dovele su do rekordnih povećanja produktivnosti i održivog suvremenog razvoja poljoprivrednih tehnika i prakse.

Kanada ima dokazane istraživačke vještine u područjima poput genomike, bioinformatike, imunoterapije, regenerativne medicine i neuroznanosti. Vodeća je u svijetu u digitalnoj radiografiji, *in vitro* dijagnostici, kardiovaskularnim uređajima, zubnim implantatima i materijalima te proizvodima za zdravstvenu njegu u kućanstvu.

U području informacijskih i komunikacijskih tehnologija međunarodno je prepoznata po konkurentnom položaju u području mobilnih medija, mreža nove generacije i povezanih vozila. Kanada je domaćin uglednim klasterima iz područja IKT-a, uključujući bežičnu tehnologiju, digitalne medije, softverske i računalne usluge. Komercijalizacija znanosti, tehnologije i inovacija te istraživanja za potrebe industrijskog razvoja prepoznati su kao kanadski prioriteti.

Vlada Kanade ima višestruku ulogu u razvoju znanosti, tehnologije i inovacija u industriji (*Science, Technology, Industry – STI*) kroz politiku i regulatorne mandate te financiranje i administriranje partnerskih programa, podršku industrijskim i akademskim partnerima, poslove istraživanja i razvoja te podršku i poticanje ulaganja privatnog sektora u inovacije. Kanada suradnju u području STI-ja smatra integralnom u globalnom razvoju, kvaliteti života i prosperitetu za sve te produbljuje suradničke veze i dvostrani prijenos znanja s partnerima diljem svijeta. Međunarodna partnerstva ključan su katalizator STI-a, s obzirom

na to da takve suradnje često ubrzavaju otkrića i poboljšavaju komercijalizaciju. Kanada je izgradila inovacijske mreže diljem svijeta i stvorila službene odnose i partnerstva u području STI-a s nekoliko zemalja, uključujući Brazil, Kinu, Francusku, Kanadu, Indiju, Izrael i Japan, te Europsku uniju. Osim toga, Kanada i Južna Koreja u postupku su ratifikacije ugovora o STI-ju. Bilateralni sporazumi i dogovori stvaraju platformu za suradnju i poticaje vlada, istraživača, industrije i drugih dionika.

Do 2013. godine devetero je Kanađana bilo u svemiru, tijekom petnaest misija s posadom, a Kanada je i sudionik u Međunarodnoj svemirskoj postaji (ISS-u) te je postala pionir svemirske robotike, izgradivši robotske manipulatore Canadarm, Canadarm 2 i Dextre za ISS i NASA-in svemirski brod. Proizvela je i uspješnu sondažnu raketu u širokoj uporabi, Black Brant. Više od 1 000 takvih raketa lansirano je od njezinog predstavljanja 1961. godine.

Razvojem tehnologije u poljoprivredi pronađeno je rješenje za iskorištavanje kišnice, a farme s vrlo glinovitim tlom imaju postavljene drenažne sustave za uklanjanje viška vode s polja.

Okolišni čimbenici

Kanadska agencija za procjenu utjecaja na okoliš (*Canadian Environmental Assessment Agency*) središnje je tijelo kanadske vlade za područje zaštite okoliša. U svom radu sudjeluje u izradi i oblikovanju prijedloga i zakona koji definiraju politiku zaštite okoliša. Zadužena je za provedbu više od desetak parlamentarnih akata, djelomice ili u cijelosti, te za ispunjenje brojnih zakonodavnih obveza.

U okviru spomenutih akata, propisa i zakona izvješćuje o nizu složenih pitanja koji se tiču zaštite okoliša, uključujući:

- praćenje kvalitete zraka i vode te emisije stakleničkih plinova
- upravljanje razinom otrovnih tvari u komercijalnim proizvodima
- predviđanje meteoroloških modela i izvještavanje o vremenskim uvjetima
- istraživanje i zaštitu staništa ptica selica i ugroženih vrsta

- odobravanje i, prema potrebi, sprječavanje međunarodne trgovine opasnim otpadom, opasnim reciklažnim materijalima te ugroženim vrstama
- promoviranje, pregledavanje i provođenje regulatornih zahtjeva.

Zakoni za čije je provođenje nadležna Agencija su sljedeći:

Zaštita okoliša

Zakon o Ministarstvu okoliša – donesen 1971. godine, uspostavio je Agenciju kao odjel u okviru portfelja ministra okoliša u čiju odgovornost spada očuvanje i unapređenje okoliša, pružanje meteoroloških usluga i koordiniranje politika i programa za postizanje ciljeva u vezi sa zaštitom okoliša.

Upravljanje vodnim resursima²⁵ – upravljanje kanadskom obalom i kopnenim vodama zajednička je odgovornost saveznih, pokrajinskih i teritorijalnih vlasti. Zakon o vodama i Zakon o unaprjeđenju međunarodnih rijeka (*International Rivers Improvement Act* – IRIA) dva su najvažnija primjera iz ovog područja kojim upravlja Agencija.

Sprječavanje onečišćenja

Zakon o zaštiti okoliša (*Canadian Environmental Protection Act* – CEPA 1999) – glavni pravni akt o zaštiti okoliša i važan dio šireg kanadskog zakonodavnog okvira čiji je cilj sprječavanje onečišćenja te zaštita okoliša i ljudskog zdravlja.

Zakon o ribarstvu – za provedbu zakona odgovoran je ministar ribarstva i oceana, dok je ministar okoliša odgovoran za dijelove koji se odnose na onečišćenje voda.

Zakon o zaštiti antarktičkog okoliša (*Antarctic Environmental Protection Act* – AEPA) – svrha je ovog zakona zaštita antarktičkog okoliša od potencijalno negativnih učinaka koji su posljedica kanadske aktivnosti u regiji. Zakon je preuzeo kanadske obaveze iz Protokola o zaštiti okoliša uz Antarktičku povelju – Madridskog protokola (*The Protocol on Environmental Protection to the Antarctic Treaty*).

²⁵ <https://www.canada.ca/en/environment-climate-change/services/water-overview/governance-legislation/provincial-territorial.html>

Postoji i nekoliko drugih zakona koji se bave bioraznolikošću, očuvanjem i održivim razvojem. To su zakoni poput:

- Zakona o ugroženim vrstama
- Zakona o pticama selicama iz 1994. (*Migratory Birds Convention Act 1994 – MBCA*)
- Zakona o zaštiti divljih životinja i biljaka te uređivanju međunarodne i međupokrajinske trgovine (*Wild Animal and Plant Protection and Regulation of International and Interprovincial Trade Act – WAPPRITA*)
- Zakona o kanadskoj divljoj fauni i flori
- Saveznog zakona o održivom razvoju
- Zakona o zakladi za tehnologiju za održivi razvoj
- Zakona o provedbi zaštite okoliša
- Zakona o tjednu okoliša te
- Zakona o tjednu nacionalne divlje faune i flore.

Pravni čimbenici

Pravni sustav temelji se anglosaksonskom pravu, s iznimkom provincije Québec koja ima sustav građanskog prava. Sudovi rješavaju sporove, a time i tumače i provode zakon za sve stanovnike Kanade te rješavaju sva ostala pitanja koja su regulirana kanadskim zakonodavstvom. Vrhovni sud Kanade najviše je sudske tijelo u Kanadi i njegove odluke su iznad svih odluka koje donose drugi sudovi na nižim instancama sudske vlasti.

Svaki sud ima svoju nadležnost, što znači da ima ovlasti odlučiti o određenim vrstama predmeta. U Kanadi postoje četiri su sudske razine.

Niži provincijski i teritorijalni sudovi – odlučuju o većini sudskih predmeta u cijelom pravosudnom sustavu. Osnivaju ih provincijske i teritorijalne vlade.

Viši provincijski i teritorijalni sudovi – utemeljeni su na temelju članka 96. Zakona o Ustavu iz 1867. U njihovoj su nadležnosti teži zločini te su drugostupanjska instanca za žalbe na odluke nižih pokrajinskih i teritorijalnih sudova.

Savezni sud – na istoj je razini kao i viši sudovi, ali se više bavi odlučivanjem o građanskim stvarima, kao što su imigracije i patentni.

Savezni žalbeni sud – drugostupanjska je instanica za odluke Saveznog suda.

Nadležnost za pravo u području komercijalnih djelatnosti podijeljena je između savezne i provincijskih vlada. Preporučuje se da ugovore o poslovanju sastavlja odvjetnik ili stručnjak za poslovno ili komercijalno pravo. Ugovori moraju biti sastavljeni na jednom od službenih jezika Kanade.

Kanada je ustavna država. Strani državljani imaju isti tretman kao i državljani Kanade, uključujući i tretman u trgovačkom pravu i trgovačkim sporovima. Kanada se smatra jednom od zemalja s najmanje korupcije na svijetu. Povelja o pravima i slobodama svakoj osobi jamči pravo na sudskog tumača za svako pojavljivanje na sudu u Kanadi.

Glavno izvorište prava za kanadske zakone je kanadski ustav, koji je sastavljen od različitih pisanih i nepisanih akata, običajnog prava, povijesnih sudskih odluka i tradicija. Sudska vlast ima značajnu ulogu u interpretaciji zakona i može ukinuti zakone koji krše ustav.

Sudski službenici

Odvjetnici – iznose argumente klijenata pred sudom, predstavljaju osobu optuženu za prekršaj. Njihova je uloga osigurati zaštitu prava optuženika od početka do kraja postupka.

Sudski izvršitelji – u pokrajini Quebec sudski su izvršitelji službenici čija je zadaća izvršenje sudskih presuda. Oni također obznanjuju različite odluke koje su donesene u građanskim postupcima.

Prekršajni ili kazneni suci – njihova je uloga donijeti presudu u predmetima za koji se dvije strane spore.

Glavni državni odvjetnici – u Kanadi postoji glavni državni odvjetnik za Vrhovni sud, Savezni sud i za svaku provinciju i teritoriju. Glavni državni odvjetnici odgovorni su za

sudske postupke koji se odnose na kršenja Kaznenog zakona, Zakona o maloljetnim počiniteljima kaznenih djela, te drugih saveznih i svih provincijskih zakona represivne prirode.

Mirovni suci – obični građani (većina ih nisu pravnici) koji uživaju dobar ugled u zajednici i koje provincijska vlada imenuje za saslušavanje "informacija" i "pritužbi" (povezanih sa zločinima) te pokretanje potrebnih sudskih postupaka.

Tajnici Vrhovnog suda – odgovorni su za čitavu administraciju Vrhovnog suda i imaju neformalne ovlasti koje im dodjeljuje Poslovnik Vrhovnog suda. Njihove funkcije uključuju imenovanje i upravljanje zaposlenicima, administraciju knjižnice i Registra suda te objavljivanje Izvješća Vrhovnog suda Kanade.

Rješavanje međunarodnih sporova

Arbitraža – postupak rješavanja pravnih sporova na neutralnom sudu koji odabiru uključene stranke. Arbitražni sud sastoji se ili od jednog samostalnog arbitra ili arbitražnog odbora sastavljenog od po jednog arbitra kojeg odabire svaka stranka i neutralnog arbitra ili suca kojeg dva arbitra sporazumno odaberu.

Arbitražno pravo²⁶ -- dva savezna zakona uređuju konvencionalnu arbitražu:

- Zakon o trgovačkoj arbitraži, koji se primjenjuje kada je riječ o pomorskom pitanju ili kada se spor tiče savezne države ili jedne od njezinih agencija, i
- Zakon o provođenju stranih arbitražnih odluka, koji se primjenjuje kada arbitraža utječe na pitanje koje pripada pod zakonodavnu nadležnost saveznog parlamenta.

Imenovanje arbitara – arbitre imenuje sud ili suci koji predstavljaju stranke. Arbitri moraju biti neovisni u odnosu na predmet o kojem će odlučivati.

26__ Kanada je potpisnica Njujorške konvencije o prepoznavanju i provođenju stranih arbitražnih odluka, Ženevskog protokola o arbitražnim klauzulama i Ženevske konvencije o izvršenju stranih arbitražnih odluka čije odredbe su potpuno uvrštene u kanadsko arbitražno pravo.

Arbitražni postupak – tužitelji moraju podnijeti tužbu nadležnom sudu prema vrsti tužbe. Sud imenuje nadležnog arbitra ili arbitre koji su prošli odgovarajuću edukaciju o vrsti spora. Nakon imenovanja, arbitar saziva pripremni sastanak, ako je moguće, s pristankom svake stranke i u razumnom vremenskom roku.

Arbitar vodi zapisnike sastanaka i bilježi bilo kakve postignute dogovore ili odluke; također, šalje primjerak strankama u što kraćem vremenskom roku. Konačna odluka arbitra određuje konačnu odabranu ponudu. Ta je odluka obvezujuća za stranke. Trgovačke arbitražne odluke konačne su, nameću se strankama i na njih se ne može uložiti žalba.

Trajna arbitražna tijela – nacionalna arbitražna tijela:

- Međunarodni trgovački arbitražni centar British Columbia
- Arbitražni centri Kanade (obuhvaća i trgovački sektor)

OPĆE KARAKTERISTIKE ULASKA NA KANADSKO TRŽIŠTE

Kanada je jedinstveno tržište i vladine aktivnosti usmjerene su ka transparentnom i poštenom poslovanju i razvoju svih regija. Cjelokupni javni i privatni sektor nabave i uvoza centralizirani su i tehnološki visoko razvijeni.

Kanadski uvoznici djeluju putem centraliziranog sustava uvoza – CID-a, (*Canadian Importers Database*). U svakoj pojedinoj provinciji, točno određenim uvoznicima dozvoljeno je uvoziti pojedini proizvod prema njegovoj internacionalnoj šifri kako bi se izbjegao monopol velikih tvrtki uvoznika.

Izvoznik koji želi izvoziti u Kanadu može upisom internacionalne šifre svakog pojedinog proizvoda, koji ima u ponudi, dobiti popis uvoznika kojima je dozvoljeno uvoziti pojedini proizvod u željenu provinciju.

Zbog velike geografske površine, distribucija i skladištenje proizvoda predstavljaju značajan faktor u procjeni tržišnog potencijala proizvoda. Iznimno je važno odrediti ciljnu regiju za plasman proizvoda jer trošak same distribucije i skladištenja može biti vrlo velik, a količinski zahtjevi kanadskog uvoznika mogu biti veći od mogućnosti izvoznikovih proizvodnih kapaciteta.

Uvoznici određeni šifrom proizvoda dobro poznaju zakonsku regulativu i aktualne trgovinske barijere te će izvoznika uputiti u kompletan proces registracije proizvoda i osigurati mu sve potrebne informacije.

Pokretanje poslovanja u Kanadi administrativno je napredno jer se većina procedura odvija *online*, a postoje i značajne porezne olakšice ako je u upravljačkom tijelu novoosnovane tvrtke kanadski državljanin koji živi u Kanadi.

Čimbenici tržišne uspješnosti

Kanađani puno pažnje posvećuju poštivanju dogovorenih uvjeta, točnosti isporuka i razumnim uvjetima plaćanja. Proizvod mora biti konkurentan cijenom i kvalitetom. U visokotehnološkom sektoru od presudne je važnosti postprodajna usluga te korisnička podrška. Pri kupnji strojeva i opreme, softverskih rješenja i sličnog, očekuju se detaljna uputstva te obuka za rad na njima, koja mora biti prilagođena razini znanja i dostupnih mogućnosti klijenta. S obzirom na tehnološku razvijenost, obuka se sve češće, kada je to moguće, provodi putem videopoziva.

Poslovni bonton u osobnim kontaktima podrazumijeva pravovremene dolaske na sastanke, dobru pripremljenost materijalima i informiranost o klijentu i njegovim potrebama te nošenje odgovarajuće poslovne odjeće. Na sastancima Kanađani cijene razgovor o svojoj zemlji te poznavanje njene kulture, povijesti i geografije, osobito provincija i teritorija u kojima se potencijalni uvoznik vaših proizvoda nalazi.

Poduzetnici iz malih i srednjih poduzeća moraju pokazati vjerodostojnost te mogućnost količinski dostatne i dugotrajne opskrbe tržišta. Velika pomoć u pregovaranju bit će spominjanje poznatih i etabliranih klijenata u portfelju te poznavanje gospodarske situacije u zemlji.

Kanađani su osjetljivi na okolišne čimbenike te je važno prikazati i održive aspekte samog proizvoda u smislu upotrebe recikliranih materijala, organskih sastojaka ili održivih tehnika proizvodnje.

Poslovni običaji

Posjetnice su sveprisutne i njihova razmjena je na poslovnim sastancima obvezna. Prvi su sastanci u uglavnom u potpunosti formalni. Kanađani su tehnološki vrlo napredni i uobičajeno je izlaganje proizvoda ili tvrtke putem računalne prezentacije uz korištenje projektora. Prvi dojam je važan i u komunikaciji je običaj najprvije predstaviti svoju tvrtku i njezine mogućnosti, a tek onda proizvod i njegove prednosti. Službenici jezici u Kanadi su engleski i francuski. U Quebecu se govori pretežito francuski jezik, no većina poslovne komunikacije odvija se na engleskom jeziku.

STRATEGIJE ULASKA NA KANADSKO TRŽIŠTE

Provođenje temeljitog istraživanja tržišta. Prije izrade poslovnog plana potrebno je proučiti ciljno tržište do najsitnijeg detalja jer će svaki propust značiti dodatni neplanirani trošak. U početnoj je fazi razvoja izvozne ponude preporučljivo fokusirati se samo na jedan ili dva proizvoda te njima ulaziti na ciljno tržište zbog kanadskog jedinstvenog sustava uvoza i određivanja uvoznika za pojedine proizvode i regije.

Posjet Kanadi. Putovanje u Kanadu važno je za procjenu partnerstva i izgradnju veza s industrijskim stručnjacima jer će poslovni partneri potencijalnog uvoznika procijeniti i vrednovati prema mreži kontakata koje ima s lokalnim stručnjacima u tom sektoru. Pri upoznavanju mogućih novih partnera uputno je spomenuti dosadašnje referentne tvrtke ili tržišta na kojima izvoznik djeluje osobito ukoliko se radi o poznatim klijentima koje ima na referentnoj listi.

Sudjelovanje na sajmovima. Planiranje putovanja u vrijeme održavanja specijaliziranih sajmova omogućit će osobni pristup zainteresiranim stranama i stvaranje novih mreža međunarodnih kontakata u povezanim sektorima. Na sajmovima je uputno da član višeg menadžmenta stranog uvoznika osobno prilazi štandovima s ponudom koju smatra zanimljivom. Istovremeno, na zakupljenom štandu izlagač treba imati educiranu osobu koja će pružati informacije o njegovoj ponudi zainteresiranim stranama te osigurati dovoljan broj besplatnih uzoraka svojih proizvoda i promotivnih materijala. Kanađani vole europske proizvode i poželjno je isticati podrijetlo proizvoda na promotivnim materijalima i besplatnim uzorcima, kao i u komunikaciji.

Odabir uvoznika. Pronalazak mogućih uvoznika u pojedinoj provinciji za svaki proizvod koji izvoznik planira plasirati na kanadsko tržište smanjit će napore i utrošak vremena u analizi tržišnih barijera i administrativnih zahtjeva. Zbog visoke informatizacije i transparentnosti sustava, uvoznici će brzo ustupiti sve informacije oko daljnjeg procesa i nužnih zahtjeva.

Investiranje u promociju na ciljnom tržištu. Marketinške kampanje kritična su točka ulaska novog proizvoda na tržište jer svijest potrošača o njemu još ne postoji, a potrošači imaju povjerenje u glavni konkurentski proizvod. Veći uvoznici imaju iskustva s plasmanom novih uvoznih proizvoda i po iskazivanju interesa za uvoz ponuđenog proizvoda preporučit će načine njegove promocije na tržištu. Uvoznik će često izvozniku poslati zahtjeve za promidžbenim materijalima ili sudjelovanjem u trošku promocije tog proizvoda od strane maloprodajnih lanaca koji ga distribuiraju. Te zahtjeve nije uputno odbiti jer odbijanje često završi prestankom prodaje tog proizvoda.

Registracija zaštitnog znaka. Iako je Kanada izuzetno transparentno tržište, uvoznici i distributeri cijene proizvode s registriranim zaštitnim znakom.

INFORMACIJE I KONTAKTI ZA POTENCIJALNE IZVOZNIKE

Gospodarska diplomacija Republike Hrvatske

Ministarstvo vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske omogućilo je poduzetnicima korištenje sustava gospodarske diplomacije koji podrazumijeva sve elemente potrebne za učinkovito, transparentno i održivo promicanje hrvatskih gospodarskih interesa u inozemstvu – od novih nadležnosti u trgovinskoj politici, prilagođenog institucionalnog ustroja, određivanja prioritetnih tržišta, novih kategorija diplomatskog komuniciranja i upravljanja informacijama, prilagodbe lokacija diplomatsko-konzularne mreže, pa sve do nove institucionalne kulture fokusirane na građanina-izvoznika.

Aktivnosti hrvatske gospodarske diplomacije

Hrvatska gospodarska diplomacija pridružila se praksi modernih diplomacija koje danas stavljaju gospodarstvo u samo središte svog djelovanja te se bore za svako strano ulaganje i za svaki izvozni posao. Njezine su tri glavne zadaće:

1. Potpora hrvatskom izvozu
2. Zaštita interesa hrvatskih tvrtki u inozemstvu
3. Pomoć u privlačenju stranih investicija.

Usluge koje pruža hrvatskim izvozniciima ogledaju se kroz diplomatsko-konzularna predstavništva RH, kao i u nizu ostalih usluga. Ukupno 74 diplomatsko-konzularna predstavništva Republike Hrvatske u inozemstvu pružaju sljedeće usluge:

- davanje informacija o propisima i ostalim uvjetima poslovanja
- usmjeravanje na izvore informacija o financijskom poslovanju partera ili pružatelja pravnih usluga
- pomoć u organizaciji promotivnih događanja / sudjelovanja na sajmu
- pomoć pri organizaciji posjeta službenim institucijama
- pomoć u traženju poslovnih partera
- pomoć pri uspostavi poduzeća ili podružnice
- zalaganje za pravedan tretman kompanija kod službenih institucija
- pomoć u uklanjanju ostalih trgovinskih barijera.

Ostali načini na koje se pomaže hrvatski izvoz su:

- dojavljivanje izvoznih prilika iz hrvatskih diplomatsko-konzularnih predstavništava putem poslovnih udruženja HGK, HIZ-a, HUP-a, HOK-a
- umrežavanje izvoznika u RH i u inozemstvu, po tržištu i pojedinim projektima
- organiziranje ciljanih posjeta hrvatskih tvrtki u pratnji visokih dužnosnika
- koordiniranje rada Povjerenstva za internacionalizaciju hrvatskog gospodarstva u kojem djeluje, u interesu hrvatskog izvoza, zajedno s ostalih 18 vladinih i nevladinih partnerskih institucija
- suorganizacija posjete Gospodarskog kluba stranih veleposlanstava RH institucijama i vodećim kompanijama
- aktivno promicanje interesa hrvatskih izvoznika u Europskoj uniji i u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji.

Na svojoj internetskoj stranici s hrvatskom poslovnom zajednicom dijeli sljedeće informacije:

- osnovne informacije o hrvatskim izvoznim tržištima
- vijesti o gospodarskim događanjima u inozemstvu
- najave događanja, konferencija i sajmovima
- informacije o trgovinskoj politici EU i važećim trgovinskim režimima
- informacije o radu Povjerenstva za internacionalizaciju hrvatskoga gospodarstva.

Glavne koristi za hrvatske poduzetnike koje omogućava hrvatska gospodarska diplomacija:

- olakšavanje donošenja poslovnih odluka kroz davanje relevantnih informacija i uvida o tržištu direktno 's terena'
- pomoć pri otklanjanju poteškoća u poslovanju kroz rušenje pravnih ili administrativnih trgovinskih barijera u bilateralnoj komunikaciji ili kroz mehanizme trgovinske politike EU
- smanjivanje vremena potrebnog za realizaciju izvoznih poslova kroz olakšavanje uspostave poslovnih kontakata i facilitiranje komunikacije s državnim institucijama
- umanjivanje rizika u poslovanju pojašnjavanjem specifičnosti tržišta i lokalne kulture poslovanja
- doprinos rastu i kompetitivnosti hrvatskih kompanija kroz traženje odgovarajućih partnera te njihovo umrežavanje s drugim hrvatskim izvoznici
- pružanje aktivne zaštite hrvatskim kompanijama koje su tretirane suprotno pravilima tržišnog poslovanja.

Važne internetske poveznice s detaljnijim informacijama o izvoznim tržištima i dostupnim servisima za potencijalne izvoznike

Portal gospodarske diplomacije:

<http://gd.mvep.hr/>

Osnovne gospodarske informacije o stranim tržištima:

<http://gd.mvep.hr/hr/strana-trzista/>

Zajednička trgovinska politika Europske unije:

<http://gd.mvep.hr/hr/trgovinska-politika-europske-unije/madb/>

Informacije o pristupu trećim tržištima (MADB):

<http://gd.mvep.hr/hr/trgovinska-politika-europske-unije/madb/>

Zahtjev za podrškom izvozniku:

<http://gd.mvep.hr/hr/zahtjev-za-podrskom-izvozniku/>

Online test izvozne pripremljenosti:

<http://izvoz.mvep.hr/upitnik.php>

Institucije za kontakt

Hrvatska gospodarska komora Sektor za međunarodne poslove i EU

Odjel za bilateralnu i multilateralnu suradnju

Rooseveltove trg 2
10000 Zagreb
Tel.: + 385 1 48 28 382
Faks: + 385 1 48 28 379
E-adresa: eoic@hgk.hr
www.hgk.hr

Veleposlanstvo Republike Hrvatske u Kanadi

229 Chapel Street, Ottawa, Ontario
CANADA K1N 7Y6
e-mail: vrhotta@mvep.hr
www.ca.mvep.hr
Tel: +1 613 562 7820
Fax: +1 613 562 7821

Veleposlanstvo Kanade u Republici Hrvatskoj

Prilaz Gjura Deželića 4, 10 000 Zagreb
Tel. +385 1 48 81 200
Fax: +385 1 48 81 230

The Canadian-Croatian Chamber of Commerce

630 The East Mall
Etobicoke, Ontario
M9B 4B1 Canada
Tel: +1 416 641.2829
E-mail: contactus@ccroat.ca
<https://ccroat.ca/>

Kanadsko-Hrvatska poslovna mreža

Kaptol Centar, III. kat (MPG)
Nova Ves 17, 10000 Zagreb
E-mail: info@ccbn.hr
www.ccbn.hr

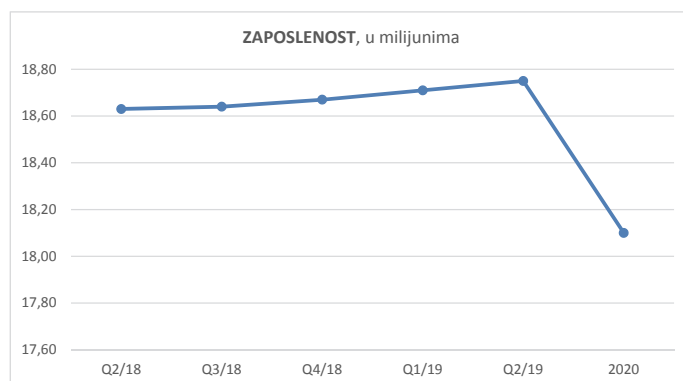
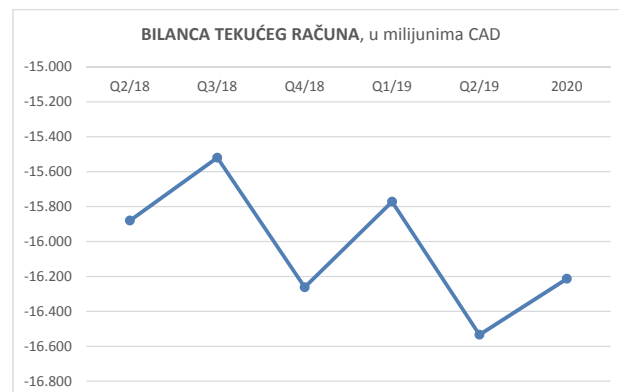
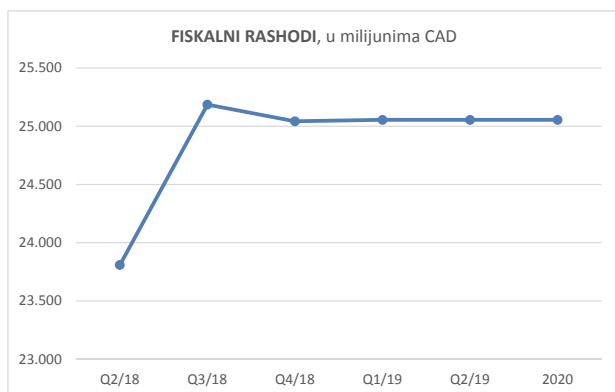
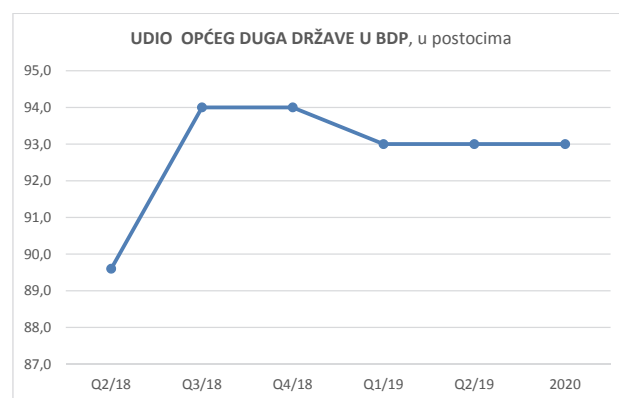
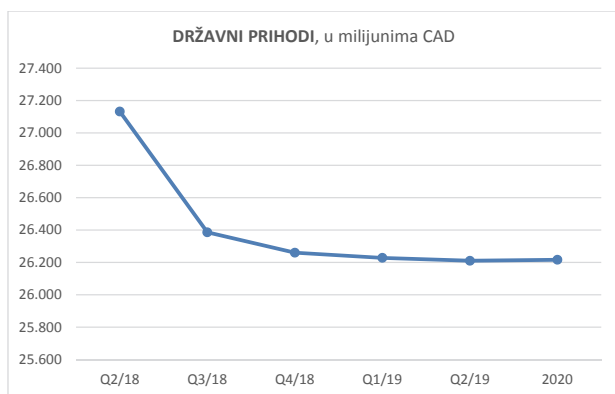
Hrvatsko-kanadsko akademsko društvo

Prilaz G. Deželića 4, 10000 Zagreb
E-mail: hkad.ccas@gmail.com
<http://hkad.hr/>

IZVORI

Agencija za investicije i konkurentnost
 Ministarstvo poljoprivrede i šumarstva
 Hrvatska poljoprivredna agencija
 Ministarstvo vanjskih i europskih poslova
 Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta
 Ministarstvo financija, Carinska uprava
 Hrvatska gospodarska komora
 Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske
 Središnji državni portal, Izvozni portal
 Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, Gospodarska diplomacija
 Industrijska strategija RH 2014-2020.
 Europska unija
 Europska komisija
 The World Bank
 Transparency International
 Euromonitor International
 UN Comtrade
 Government of Canada
 Statistics Canada - Državna agencija za statistiku Kanade
 Government of Canada, Trade and investment agreements, 2018.
 Government of Canada - Canadian Importers Database (CID)
 Government of Canada - Canadian Apparel Sector
 Europska komisija, Directorate-General for Agriculture and Rural Development
 Agri-Food Trade Statistical Factsheet European Union – Canada
 Government of Canada – Agriculture and Agri-Food Canada, Food and Beverage Processing Sector
 Canadian Dairy Information Centre
 USDA Foreign Agricultural Service
 Global Agricultural Information Network
 The Canadian Home Furnishing Alliance (CHFA)
 Government of Canada, Furniture Industry Profile
 Government of Canada – Destination Canada National Tourism Indicators
 Government of Canada, Provincial and territorial corporation tax
 M+A Expo Database

PRILOZI



Izdavač:	Hrvatska gospodarska komora
Za izdavača:	Luka Burilović
Pripremio:	Parlov Digital Intelligence
Autori publikacije:	Natalija Parlov , doktorand Željko Sičaja , doktorand
Lektura:	dr.sc. Ozana Ramljak
Korisnik projekta:	Hrvatska gospodarska komora Rooseveltov trg 2, 10000 Zagreb Tel.: +385 1 4561 555 E-mail: hgk@hgk.hr www.hgk.hr
Dizajn i prijelom:	Parlov Digital Intelligence

Zagreb, listopad 2018.

Više informacija o EU fondovima: www.strukturnifondovi.hr



HGK.HR