

KANADA

1. Allgemeine Daten

Fläche: 9.984.670 km²¹

Einwohner: 37.59 Mio. (2019)

Währung: kanadischer Dollar 1 \$ = 100 Cent

EU-Mitglied: JA NEIN

Dieser Leitfaden befasst sich hauptsächlich mit Ontario, Quebec, British Kolumbien und Alberta, da dies die wichtigsten Provinzen für den Alkoholimport sind. Für alle anderen Provinzen siehe Punkt 9. wichtige Adressen, bzw. steht das AußenwirtschaftsCenter Toronto gerne bei weiteren Fragen zur Verfügung.

2. Einfuhrbestimmungen

Der Import und der Vertrieb von alkoholischen Getränken ist in Kanada Provinzangelegenheit. Es besteht in den meisten Provinzen ein **Alkoholmonopol**, das von den jeweiligen Monopolverwaltungsbehörden der Provinzregierungen verwaltet wird, wie dem Liquor Control Board of Ontario (LCBO) für die Provinz Ontario, Société des Alcools du Quebec (SAQ) für Quebec und dem British Columbia Liquor Distribution Board (BCLDB) für British Kolumbien. Die einzelnen provinziellen Liquor Control Board Behörden arbeiten nicht zusammen. In der Provinz Alberta wurde bereits 1994 der Detailvertrieb (nicht aber der Import) privatisiert.

Die meisten Provinzen haben das Alkoholmonopol ein wenig gelockert und den Einzelhandel teilweise privatisiert - nicht aber den Import. Es gibt Alkohol nun auch im Lebensmitteleinzelhandel, aber nur in einer kleinen Anzahl von Supermärkten. Auch in Convenience Stores ist Kanada gerade im Begriff den Verkauf von Wein und Bier zu erlauben, allerdings findet man bis dato nur die großen Marken.

Es ist unumgänglich einen renommierten kanadischen Importeur bzw. Agenten einzubinden, der die Weine bei der Monopolverwaltungsbehörde vorstellt, bei der Listung der Weine vermittelt und für den Verkauf in Monopolgesch ften, Restaurants und dergleichen Verkaufsförderung betreibt.

In Ontario darf man sich nur dann als Agent bezeichnen, wenn man von **der Alcohol & Gaming Commission of Ontario** eine Lizenz dafür erhalten hat. Details über einen Großteil der Agenten in Ontario sind auf der Homepage von **Drinks Ontario** abrufbar. Die renommierte Weinjournalistin **Natalie MacLean** hat auf ihrer Website auch eine umfassende Aufstellung. Adressen sind auch beim AußenwirtschaftsCenter Toronto erhältlich.

Ein Agent erhält in der Regel vom Exporteur eine Provision (ca. 10 bis 20%), die im Preisangebot für die Alkoholmonopolbehörde bereits einkalkuliert werden soll. Die Höhe der Provision ist Verhandlungssache (abhängig von der Art des Listings und den erwarteten Absatzmengen).

Importverfahren: Der Weinproduzent und sein kanadischer Vertreter reichen bei der jeweiligen Monopolverwaltungsbehörde einen Antrag (mit oder ohne Muster) ein. Erst wenn das Produkt gelistet und registriert worden ist, darf es importiert werden.

¹ <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-402-x/2011000/chap/geo/geo-eng.htm>

2.1 Listings

Um österreichischen Wein nach Kanada importieren zu dürfen, muss ein Listing Antrag bei der jeweiligen Monopolbehörde gestellt werden. Listing bedeutet, dass ein Wein ins Sortiment der jeweiligen Monopolverwaltungsbehörde aufgenommen wird. Im Allgemeinen ist es ziemlich schwierig, ein solches Listing zu erhalten und oftmals sind mehrere Versuche dafür erforderlich. In **Ontario** unterscheidet man zwischen "WINES listing" und "VINTAGES listing", in **Quebec** zwischen regulären Listings oder „Commandes par lot“, in **British Columbia** sind es entweder „exclusive“ (in and out), „general“ oder „specialty listings“ (permanent). In Alberta gibt es keine verschiedenen Listings, da in dieser Provinz der Alkoholhandel privatisiert wurde.

Permanent Listings

Um ein „permanent listing“ zu erhalten, müssen bestimmte Kriterien erfüllt werden. Dazu zählen ein gutes Preis-Leistungsverhältnis und die Nachfrageentwicklung in der beantragten Produktkategorie. Zum anderen spielen internationale Bewertungen und Berichte, ein attraktives Etikett mit möglichst unkomplizierten Bezeichnungen und ein guter Marketingplan eine wichtige Rolle. Auch das Volumen bereits getätigter, sogenannter "Privatimporte" bzw. bereits getätigte Bestellungen auf ein- oder mehrmaliger Basis oder ein entsprechender höherer Absatz direkt an die lokale Gastronomie können ausschlaggebend sein.

Bereits "gelistete Produkte" müssen einen Mindestumsatz erreichen, welcher von der jeweiligen Monopolverwaltungsbehörde festgelegt und auch von Zeit zu Zeit geändert wird. Erfüllt ein Produkt dieses Kriterium in einem bestimmten Referenzzeitraum nicht, wird es aus dem Sortiment entfernt. Die Restbestände werden zu einem reduzierten Preis verkauft.

Die Aufnahme in das Sortiment eines Provinzmonopols hat keinerlei Begünstigung für die Entscheidung eines anderen Provinzmonopols zur Folge. Verkaufserfolge in einer Provinz können jedoch als Argument bei Anträgen in anderen Provinzen verwendet werden.

Wie ein solcher Antrag in **Ontario** aussieht, kann man über [Doing Business with the LCBO](#) erfahren (siehe drei Dokument ganz unten: Download Files). In **Quebec** laufen nur die regulären Listings über das Head-Office. Für Specialty Products wendet man sich an die Store Manager der Retail Geschäfte direkt. [Für den Ablauf in British Kolumbien konsultieren Sie bitte den Guide Product Listing Process BC Liquor Board](#).

Termine für "WINES-Listing" Anträge in den einzelnen kanadischen Provinzen

Ontario:	jederzeit
Manitoba:	jederzeit
Saskatchewan:	jederzeit
Quebec:	zu unterschiedlichen Zeitpunkten, man kann sich aber auch bei sog. Private Agreement Tenders (häufigere Ausschreibungen mit schnellerem Verfahren) anmelden
British Columbia:	jederzeit
Alberta:	bei Reform des Alkoholmonopols wurden die Listings abgeschafft
Neufundland:	jederzeit
Prince Edward Island:	zu verschiedenen Zeiten
New Brunswick:	jederzeit
Northwest Territories:	jederzeit
Yukon:	jederzeit

Einmalige Listings, am Beispiel von Ontario

In Ontario ist „Vintages“ die „Fine Wine and Spirits“-Abteilung der Alkoholmonopolbehörde. Das Einkaufsteam für Vintages und WINES wurde 2019 zu einer Abteilung vereint. "Vintage Wine Listings" sind eigene Listing-Anträge, die besonderen und qualitativ hochwertigen Weinen vorbehalten sind. Um den Konsumenten eine breitere Produktpalette anbieten zu können, wurden Spezialgeschäfte für solche Weine geschaffen. In der Provinz Ontario beispielsweise werden diese Geschäfte "LCBO Vintage Wine Stores" genannt. „Product Need Letters“ erfolgen 1-3 mal jährlich und Bestellungen sind generell nur auf einmaliger Basis. Ein "Vintages Wine Listing" erhält man für eine bestimmte Anzahl von Kartons. Nach deren Verkauf erfolgt die Nachbestellung leider keinesfalls automatisch, sondern es muss erneut ein begründeter Antrag gestellt werden. Dies aufgrund der Tatsache, dass Produkten aus allen Ländern eine Chance gegeben werden muss. Als "Vintage Wines" werden Weine angesehen, die aufgrund ihres Preises bzw. ihrer Qualität (z.B. Beerenauslese, Spätlese, spezielle Rebsorten) für ein "WINES listing" nicht oder wenig geeignet sind da sie u.a. auch die Verkaufquoten nicht erreichen würden. Produkte, welche exzeptionelle kontinuierliche Performance bieten, können für das "Essentials program" berücksichtigt werden, was bedeutet, dass es durchgehend angeboten wird, um die Nachfrage zu decken. Dies ist jedoch relativ schwer zu erreichen.

Im „Vintages Shop online“ gibt es die Möglichkeit höherpreisige Produkte zu listen, die im Vintages Katalog nicht untergebracht werden können.

Anmerkung: Vintages Weine müssen innerhalb von drei Monaten nach dem Release Datum verkauft werden, ansonsten werden sie in den Geschäften auf Kosten des Winzers zu einem reduzierten Preis verkauft.

Österreichische Weine werden aufgrund der Nischenposition vorwiegend im Segment "Vintages" gelistet, alljährlich werden rund 25 österreichische Weine in diesem Segment gelistet. Bei der Suche nach österreichischen Weinen sind die Websites [LCBO Product Search](#), [Vintage Assessment](#), [Natalie MacLean](#) und [Wine Align](#) hilfreich, da sie zeigen, welche Weine in welchem Geschäft erhältlich sind.

2.1 Private Imports, Consignment Listing und E-Commerce via LCBO (ähnlich in anderen Provinzen)

Private Imports

Privatpersonen können bei der zuständigen Alkoholmonopolbehörde die Einfuhr nicht gelisteter Produkte beantragen: **Private Imports** bzw. **Private Imports LCBO**. Bestellung und Bezahlung erfolgen direkt durch die Monopolverwaltungsbehörde, wobei der Antragsteller bei den Behörden in der Regel ein Vorausdepot zu erlegen hat. Der Agent muss für alle Importabgaben und Steuern aufkommen (ca. 150 - 200 % des ab Hof Preises). Es geht aber auch wenn der Produzent keinen Agenten hat. In dem Fall agiert der LCBO als Importeur. Die Lieferzeit beläuft sich auf ungefähr drei Monate.

Consignment Listings

Agenten, welche Produkte, die die Alkoholmonopolbehörde nicht importiert, für Restaurants, Hotels, Einzelkunden, etc. einführen möchten, und dafür einen Platz im Lager der Behörde haben, können dies über das "Consignment Program" erledigen. Ein Großteil österreichischer Weine kommt über diesen Weg nach Kanada.

Detaillierte Erläuterungen über die unterschiedlichen Importverfahren der einzelnen Alkoholmonopolbehörden können auf der Website der jeweiligen Behörde abgerufen werden (siehe 9. wichtige Adressen) oder vom AußenwirtschaftsCenter Toronto erfragt werden.

E-Commerce/Products of the World

Die **Destination Collection** Initiative des LCBO gibt österreichischen Produkten seit 2016 eine weitere Absatzmöglichkeit. Der LCBO ist bestrebt, das beste und größte online Portfolio der Welt aufzubauen. Weine, die im Vintages-Kanal oder Consignment gelistet sind, bekommen somit eine Chance im Online Verkauf. 13.400 Produkte sollen potenziell dort angeboten werden. Auch noch nicht gelistete Winzer bekommen dort Zugang. Bestellungen erfolgen auf 1-Karton-Basis (Kartons können zwei, drei, sechs oder 12 Flaschen enthalten). Die Etikettierungsvorschriften sind in diesem Bereich etwas entspannter als für die Listung im Geschäft. Lieferung an die Konsumenten erfolgt entweder gegen Entgelt nach Hause (2-3 Tage Wartezeit) oder man kann das Produkt bei einer LCBO-Filiale, ohne Zusatzkosten, selbst abholen (4-12 Tage Wartezeit).

In den anderen Provinzen gibt es ähnliche online Bestellmöglichkeiten.

3. Begleitdokumente

3.1 Begleitpapiere

- Internationaler Frachtbrief, Bill of Lading (B/L) oder Air Way Bill (AWB) oder die Frachtdeklaration **A6A Freight/Cargo Document** bzw. das **Cargo Control Document A8A** - in zweifacher Ausfertigung
- **Canada Customs Coding Form B3-3** (Zollanmeldung) - in zweifacher Ausfertigung
- für alle Warensendungen mit einem Warenwert ab CAD 2.500 (1 EUR = CAD 1,56; Stand: 1. Dezember 2020) eine Handelsrechnung in englischer oder französischer Sprache mit detaillierten Angaben oder eine Zollfaktura (**Canada Customs Invoice (CCI) - Formular C11**) - in zweifacher Ausfertigung
- eine unterschriebene detaillierte Packliste
- Ursprungsnachweis bzw. Rechnungserklärung im Rahmen von CETA (siehe nachstehend)
- Weitere Papiere, die allerdings nicht verpflichtend geschickt werden müssen, sind z.B. das Begleitpapier zur Beförderung von Erzeugnissen des Weinbaus L 162, Analysezertifikat

Genauere Informationen können von der Website von **Canada Border Service Agency** abgerufen werden.

Gemäß **Memorandum D1-4-1** wird die "Canada Customs Invoice (CCI)" nicht mehr in jedem Falle zwingend verlangt. Für Warensendungen mit einem Zollwert von mehr als CAD 2.500 akzeptiert die CBSA sowohl die CCI als auch eine Rechnung auf eigenem Briefpapier. Die Handelsrechnungen müssen dann sämtliche in der Canada Customs Invoice aufgeführten Punkte beinhalten.

3.2 REX-Nummer und Ursprungserklärung (Certificate of Origin) Ursprungsnachweis bei Waren aus Most Favored Nations (MFN)

Damit die Meistbegünstigungsbehandlung in Anspruch genommen werden kann, müssen mindestens 50% der Produktionskosten der Waren in einem oder mehreren MFN-Ländern (oder in Kanada) anfallen. Die Produktionskosten umfassen dabei Materialkosten (ohne Zölle und Steuern), Lohnkosten und Gemeinkosten der Fabrik. Die Waren von Ländern die der Meistbegünstigungsklausel unterliegen, müssen endgefertigt nach Kanada eingeführt werden. Ein Ursprungsnachweis für Most Favored Nations wird nur dann benötigt, wenn die Ware nicht österreichischen (bzw. EU-) Ursprungs ist.

Im Falle einer Meistbegünstigung gilt als Ursprungsnachweis eine Handelsrechnung oder eine kanadische Zollrechnung, die vom Verkäufer erstellt wurde und das Ursprungsland der Waren angibt. Im [Memorandum D11-4-2](#) sind weitere Unterlagen angeführt, die das Ursprungsland der Waren bestätigen können. Zusätzliche Informationen über Anforderungen an den Transport finden Sie im [Memorandum D11-4-3](#) unter „Shipping Requirements“.

Ursprungsnachweis bei Waren aus der Europäischen Union (REX-Nummer)

Um sicherzugehen, dass Ihre Ware zollfrei nach Kanada exportiert werden kann, ist bei einer Liefersumme von über 6.000,- EUR eine Ursprungserklärung auf der Rechnung notwendig. Dafür wird die Anmeldung als Registrierter Exporteur - die REX-Nummer benötigt (nicht zu verwechseln mit dem „ermächtigten Ausführer“). Die REX-Nummer benötigen alle europäischen Exporteure, die nach Kanada exportieren und in den Genuss der Zollreduktionen durch CETA kommen wollen. Das seit 1.1.2017 bestehende [REX-System](#) ist eine einfache Registrierung in der hierfür eingerichteten Datenbank. Nur mit einer REX-Nummer kann man die durch CETA entstandene Zollfreiheit in Anspruch nehmen.

Nähere Informationen dazu finden Sie auf der [Homepage des BMF](#). Hier finden Sie auch das [Antragsformular](#). Der Antrag ist bei Ihrem Zollamt einzubringen. Mehr Details dazu finden Sie im [Leitfaden für die Registrierung](#).

Nach kanadischem Recht ist die Ursprungserklärung grundsätzlich für alle nach Kanada exportierten Waren zu erbringen. Die Ursprungserklärung kann auf einem den folgenden Dokumenten ausgewiesen werden:

- Handelsrechnung („commercial invoice“), ausgestellt vom Lieferanten
- Zollrechnung („customs invoice“), ausgestellt vom Lieferanten
- jedes andere Dokument, welches das Ursprungsland angibt.
- Werden hinsichtlich der Ursprungserklärung Falschangaben gemacht, kann dies als Vergehen mit hohen Geld- und Gefängnisstrafen geahndet werden.
- Wird die Ursprungserklärung auf Anfrage eines Beamten hin nicht vorgezeigt, kann eine Verwaltungsstrafe verhängt werden.
- Auch kann es zu Einschränkungen beim Abladen der Güter in Kanada kommen, wenn eine Beantwortung entsprechender Fragen der Beamten nicht sachgerecht vorgenommen wird

Wortlaut der Ursprungserklärung

Der Wortlaut der Ursprungserklärung wird durch den Anhang 2 des [CETA Ursprungsprotokolls](#) festgelegt. Die Ursprungserklärung, deren Wortlaut nachstehend wiedergegeben wird, ist gemäß den Fußnoten auszufüllen. Die Fußnoten brauchen jedoch nicht wiedergegeben zu werden.

Deutsche Version:

(Zeitraum: von _____ bis _____ (1))

Der Ausführer (ermächtigter Ausführer; Bewilligungs-Nr. (2)) der Waren, auf die sich dieses Handelspapier bezieht, erklärt, dass diese Waren, soweit nichts anderes angegeben, präferenzbegünstigte ... (3) Ursprungswaren sind.

(4) (Ort und Datum)

(5) (Unterschrift des Ausführers und Name in Druckschrift)

Englische Version:

(Period: from _____ to _____ (1))

The exporter of the products covered by this document (customs authorization No DE/.../EA/... (2)) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of ... (3) preferential origin.

(4)..... (Place and date)

(5)..... (Signature and printed name of the exporter)

Unter folgenden [Link](#) finden Sie weitere Informationen bezüglich Import und CETA

Zusatzbemerkung für den Markt Ontario: es ist notwendig, dass im Markt aktive Produzenten alljährlich die CETA Origin Declaration spätestens bis Ende der ersten Dezemberwoche direkt im .pdf ausgefüllt an die Alkoholmonopolbehörde übersenden (gescannte und/oder unleserliche Kopien werden nicht akzeptiert). Fragen diesbezüglich können an origin.certificates@lcbo.com oder an das AC Toronto gerichtet werden.

3.3 Bio-Zertifizierung in Kanada

Für die Bio-Zertifizierung in Kanada reicht ein Bio-Zertifikat der **europäischen Union** (grünes EU-Bio-Logo) haben, da dieses **ohne weitere Verfahren auch in Kanada** anerkannt wird. Sie dürfen dann sowohl das europäische als auch das kanadische Ökolabel verwenden. Auf der [Website der Canadian Food Inspection Agency](#) ist dies noch einmal genau erklärt.

Weiters finden Sie auf dieser Website auch Informationen, wie Sie ein kanadisches Bio-Zertifikat erlangen können. Um ein biologisches Produkt in Kanada vermarkten zu können benötigen Sie jedoch auch das richtige Labelling welches Sie im folgenden Kapitel lesen können.

4. Etikettier- und Verpackungsvorschriften

Es gelten die Bestimmungen der [Consumer Packaging and Labelling Act and Regulations](#) und die [Food and Drugs Act and Regulations](#).

[Hier](#) finden Sie die genauen Verpackungsrichtlinien des LCBO.

Verpflichtende Angaben auf dem Hauptetikett sind:

- Der Produktname (common name) muss auf dem Principal Display Panel (PDP = Hauptetikett) aufscheinen. Sofern der Name nicht im Rahmen der Food & Drug Regulations oder sonstigen Regelungen bestimmt ist, ist jene Bezeichnung anzuführen, welche üblicherweise für das Produkt verwendet wird.
- Das Nettogewicht muss auf dem PDP-Hauptetikett angegeben werden. Die Schriftgröße der Ziffern hängt von der Größe der Verpackungsoberfläche ab, muss allerdings mindestens 1,6 mm betragen. Die Angabe hat metrisch zu erfolgen. Zusätzliche Angaben im Imperialsystem (englisches Maßsystem) sind möglich. Die Flüssigkeiten werden üblicherweise in Volumseinheiten angegeben.
- Der Alkoholgehalt ist verpflichtend anzugeben für alle alkoholischen Getränke mit mehr als 1,1 Vol. %.
- Das Herkunftsland, wobei auch die Bezeichnung „cellared in/by“ verwendet werden kann.
- Der Firmenname des Händlers, sowie die Stadt bzw. Ort und das Land des Hauptgeschäftssitzes.
- Eine Liste der Inhaltsstoffe ist für alle nicht standardisierten Produkte verpflichtend.
- Eine Kennzeichnung von Allergenen
- Das Ablaufdatum muss für alle Weine angegeben werden, die kürzer als 90 Tage haltbar sind.

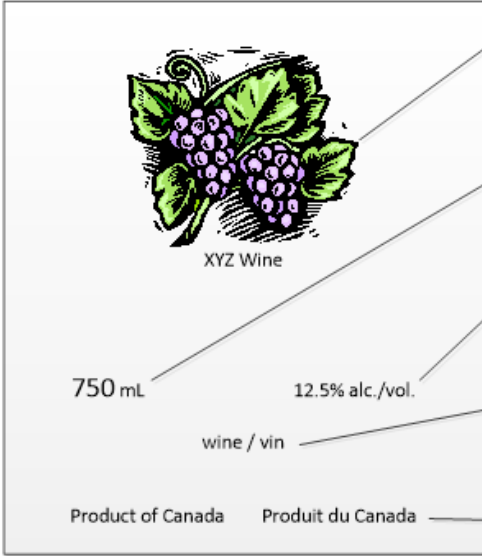
- Das Etikett kann auch freiwillige Angaben wie "light" oder die Kalorienanzahl enthalten.

4.1 Beispiel-etiketten in den Provinzen

4.1.1. Ontario (LCBO)

Simplified Canadian Labelling Requirements: Wine

For products that meet the Standard of Identity for wine as per the Food & Drug Regulations Division 2



Vignette and product **brand name** are optional but must not be misleading or imply irresponsible use of product when used.

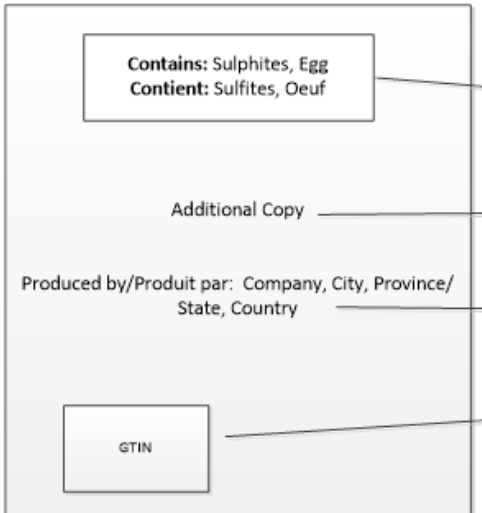
Net Quantity: The minimum size of numerical characters varies with surface area of container. The minimum size for a 750 mL or 1.5L bottle is 3.2 mm. See the Safe Foods for Canadians Regulations, Schedule 6 for other container sizes. Volumes under 1 litre must be in mL. Volumes one litre and over must be in litres (L). Minimum size of mL or L is 1.6 mm, based on the lower case "m".

Alcohol Strength: This is the bilingual format for alcohol declaration. The smallest letter must be at least 1.6 mm in height. "alc. X.X% vol." is also accepted as bilingual.

Common Name: The common name declaration must be bilingual. Names of varietals are not acceptable as common names. It is permissible to use an adjective (e.g. red wine/vin rouge). Minimum height 1.6 mm based on the lower case "o".

Country of Origin: A bilingual country of origin declaration is required, minimum height 1.6 mm.
Note: Wines produced in Canada from imported grapes or juice cannot be declared as Canadian. See Product Specific Information for Wine on the CFIA website for acceptable declarations.

Single Field of Vision
 Common name, net quantity, alcohol strength and country of origin must be visible in a single field of vision (not split between the front and back labels). These mandatory items can either be together on the back or front label.



Allergen Declaration is required for wines (unless no allergenic ingredients used). Most common allergen in wine is added sulphites. Declaration of an allergenic fining agent (e.g. fish (isinglass), egg (albumen), milk (casein)) is required if the wine contains residues of the agents (i.e. not finely filtered). Flavoured wines and vermouths may have other allergenic ingredients which would require declaration in this statement. The declaration must appear in a box and be black text on a white background. Minimum font height of 1.1mm lower case "o".

Any copy or statements must not be misleading or imply irresponsible use of product. Not required to be bilingual.

Dealer Name and Address: Require name and address of manufacturer or Canadian importer. Importer info must be preceded with "imported for/ importé pour". (American importer must be removed or preceded with "In USA imported by".) Must be minimum 1.6 mm in height based on the lower case "o". Country name must be in English or French.

GTIN bar code must appear on all consumer selling units. Minimum 80% magnification required. Human readable characters should be on the left (if vertical placement) and on the bottom (if horizontal placement).

Product Code Marking & Refund Statement
 As per the Safe Food for Canadians Regulations (SFCR) a legible lot code is required on all selling units (mandatory by July 2020). A product date code required on bag-in-a-box and TetraPak formats. Refund statements are optional but, if present, must be bilingual, minimum 1.6 mm in height. They must be worded such that the purchaser cannot construe that the point of return is the LCBO (e.g. contain a disclaimer such as "where applicable").

Organic Claims:
 The label of an organic product must bear the name of the certification body that has certified the product as organic under part 13 of the SFCR.

4.1.2. Quebec (SAQ)

Brand name:

Must not cause confusion as to the type or origin of the product.

Common name:

Mandatory in French and English.

Alcohol by volume (actual alcohol):

Mandatory with the unit "X% alc/vol", "X% alc./vol.", "alc. X% vol." or "alc X% vol".

Allergen warning:


Mandatory in French and English. See section 2 of this guide for more information.

Supplier's name:

Mandatory. It is the name of the product's manufacturer or of the company the product was made for.

CUP/EAN code:

Mandatory.

<p><i>Product's brand name</i></p> <p>2010 <i>Controlled appellation Grape variety</i></p>	
<p><i>Vin</i> <i>Produit de France</i> <i>12% alc./vol.</i></p>	<p><i>Wine</i> <i>Product of France</i> <i>750 ml</i></p>
<p><i>Contient des sulfites</i> <i>Contains sulfites</i></p>	
<p><i>Supplier's name</i> <i>Supplier's address, city, country</i></p> <p>Lot 180219</p>	
	

Regulatory, geographic and traditional designations:

Can be in the language of the country of origin if in compliance with that country's regulations.

Country of origin:

Mandatory in French and English.

Net contents (volume):

Mandatory in millilitres (ml or mL) if the container size is less than 1 litre and in litres (l or L) for containers 1 litre or larger in size.

Supplier's address:

Mandatory. Must at the very least include the name of the city and country.^{1,2}

Batch number or production code:

Mandatory on the bottle or label. See Appendix 1.

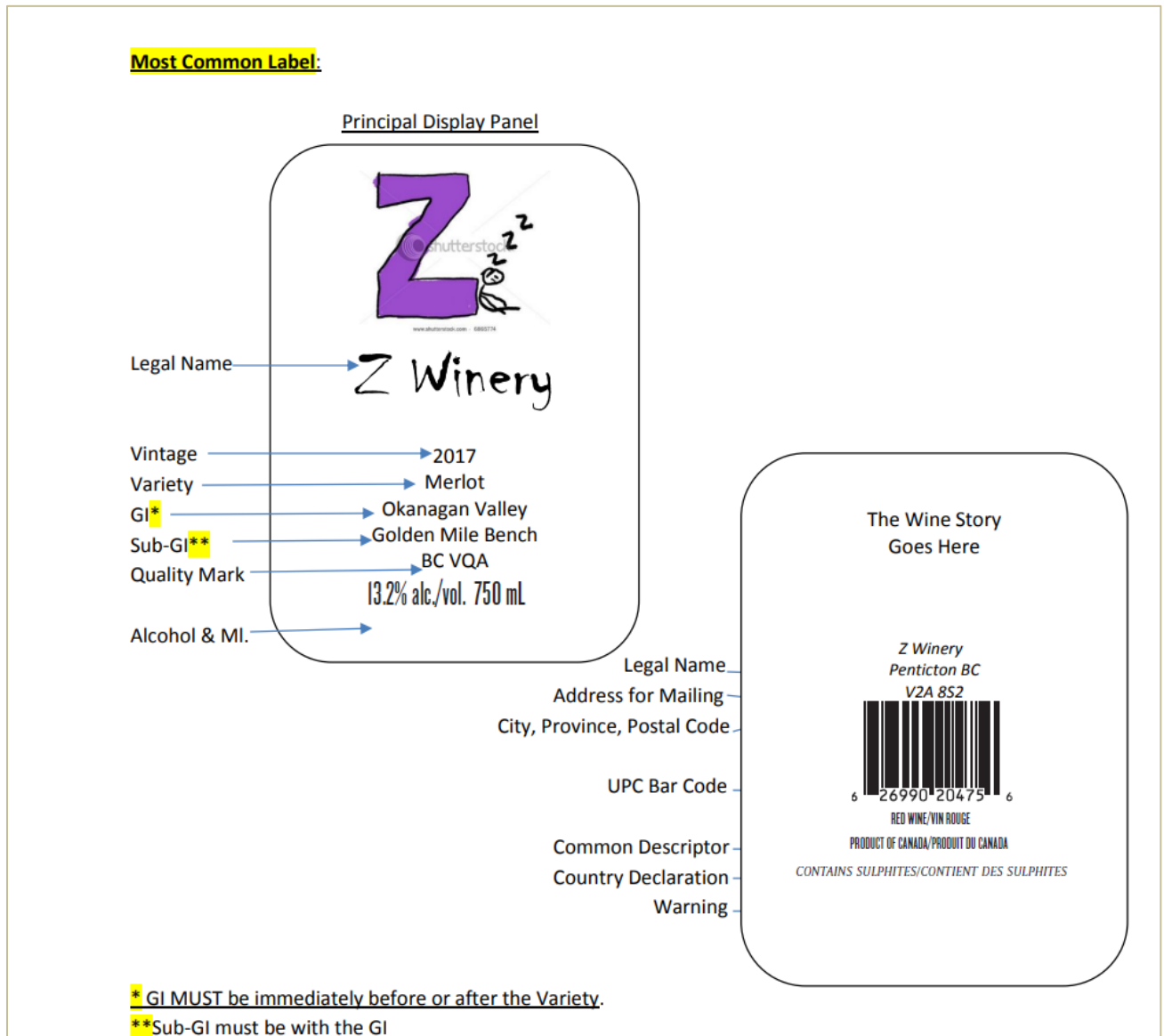
The mandatory common name, country of origin, alcohol by volume and net contents information must be grouped together in a single visual field. They may be located on the main label or the back label.

Alle Informationen für Zulieferer für SAQ finden sich unter diesem Link:

https://www.saq-b2b.com/wx/en/MEMBERSZONE.PRESENTATION.STATIC_PAGES_DISPLAY_PREP/POLICY_STANDARD

Insbesondere sind die neuen Leichtglasbestimmungen für die Weinflaschen zu beachten, z.B. 420 mg mit 15 g Toleranz für 750 ml. Mehr Informationen können beim AußenwirtschaftsCenter Toronto angefordert werden.

4.1.3. **British Columbia (BCLDB)** <http://www.bcvqa.ca/wine-labels/>



4.1.4. Alberta

Die Weinetiketten in Alberta müssen nur den **allgemeinen Labelling-Anforderungen** von der Canadian Food Inspection Agency entsprechen, da diese Provinz kein Alkoholmonopol hat.

4.1.5. Genehmigung

Die Genehmigung des Etiketts ist vom Produzenten oder von dessen kanadischem Vertreter bei der [Canadian Food Inspection Agency](#) zu beantragen.

4.2 Weitere Angaben

Strichkodierung - UPC bzw. EAN Nummern

Informationen zur EAN-Kennzeichnung sind bei EAN Austria erhältlich (siehe 9. Wichtige Adressen). Alle SCC/UPC/EAN Standards sind abrufbar auf der Website der Monopolverwaltungsbehörde der Provinz Ontario (LCBO) auf Seite 44 des Dokumentes [Product Packaging Standards - Doing Business with LCBO](#) abgerufen werden. (Für die anderen Provinzen siehe bitte 9. Wichtige Adressen bzw. wenden Sie sich gerne an das AußenwirtschaftsCenter Toronto für den genauen Link.)

LCBO/SAQ/BCLDB Nummern

Eine 6- bis 8-stellige monopolinterne Nummer, welche den Agenten und Winzern im sogenannten "Letter of Intent" mitgeteilt wird, ist anzuführen. Weitere Fragen können an den jeweiligen Category Manager gestellt werden. Information betreffend die Kontaktinformation erteilt das AußenwirtschaftsCenter Toronto.

Laborgebühren

Laborgebühren sind verpflichtend zur Überprüfung der Etikettenangaben und Analysewerte. Die Laborgebühren pro Lieferung belaufen sich z.B. in Ontario auf \$ 250,- plus 13 % HST. Diese Regelung führt vor allem bei Kleinsendungen (z.B. im "Vintages Wine" -Sortiment) zu einer erheblichen Verteuerung. Die Agenten geben diese Kosten an die Lieferanten weiter. Kleinsendungen von bis fünf Kartons sind davon ausgenommen.

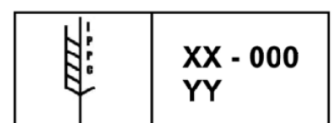
4.3 Kennzeichnungserfordernisse für Verpackungsholz

Verpackungsholz, welches von Österreich nach Kanada exportiert wird, wird bei der Ankunft durch die [Canadian Food Inspection Agency](#) (CFIA) überprüft. Entspricht das Verpackungsholz nicht den in der Richtlinie D-98-08 dargelegten kanadischen Anforderungen, kann die CFIA die Einfuhr nach Kanada ausnahmslos verweigern. Gemäß der seit Jänner 2004 wirksamen Direktive [D-98-08](#) darf aber nur mehr nach bestimmten Methoden (Hitze und Begasung) behandeltes Verpackungsholz nach Kanada eingeführt werden.

Importgenehmigungen und ein Pflanzengesundheitszeugnis sind nicht nötig, Voraussetzung für eine Einfuhr ist aber die Behandlungsbestätigung mittels eines Stempels, der von einer in Österreich zugelassenen Prüfungsstelle vergeben wird. Eine Frage-Antwort-Sammlung zu Holzverpackungen finden Sie auf dieser [Website](#).

Das Holzverpackungsmaterial muss mindestens mit folgenden Kriterien gekennzeichnet werden:

- IPPC-Symbol für behandelte Holzverpackungsmaterialien
- XX zweistelliger Ländercode, wo die Verpackung hergestellt wurde
- 000 offizielle Zertifizierungsnummer
- YY Behandlungsmethode (z.B. HT für wärmebehandeltes Holz)



- Es ist auch ein anderes Kennzeichnungssystem möglich, aber das offiziell anerkannte Symbol muss zuvor der Canadian Food Inspection Agency zur Verfügung gestellt werden.
- Produzenten können nach eigenem Ermessen Kontrollnummern oder andere Informationen hinzufügen, die zur Identifizierung bestimmter Produktionseinheiten verwendet werden. Andere Informationen können ebenfalls aufgenommen werden, sofern sie nicht verwirrend oder irreführend sind.
- Die Markierungen sollten folgende Merkmale aufweisen:
 - lesbar
 - dauerhaft und nicht übertragbar (Etiketten sind nicht erlaubt)
 - Kennzeichnung an einer sichtbaren Stelle auf mindestens zwei gegenüberliegenden Seiten des zu zertifizierenden Artikels
 - Die Farben Rot und Orange sollen vermieden werden.
 - Wiederverwertete Holzverpackungsmaterialien müssen behandelt werden und die Markierungen enthalten, der für die Wiederaufbereitung zugelassenen Einrichtung.

Zu finden sind die oben genannten Bestimmungen in derselben Direktive D-98-08 unter dem Punkt **Entry Requirements for Wood Packaging Material into Canada** (Appendix 2).

5. Einfuhrabgaben, Zölle, Steuern

5.1 Zölle

Grundsätzlich gelten für Waren mit Ursprung Österreich die in der Spalte „Applicable Preferential Tariffs“ unter dem Abkommenskürzel CEUT gelisteten Zollsätze. Da die Zolltarifnummern nur bis zur sechsten Stelle international einheitlich vergeben werden, kann es auf Position 7 und 8 durchwegs zu Abweichungen zwischen der österreichischen und kanadischen Einreihung der Waren kommen. CETA trat am 21.9.2017 in Kraft, die meisten Zolltarife wurden mit diesem Datum abgeschafft.

Die Zolltarifnummern für Wein beginnen mit 2204 und können Großteils zollfrei importiert werden.

Zolltarifnummer		Kan. Cent/Liter
2204.10	Schaumwein	frei
2204.21	Wein in Behältnissen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger und einem Alkoholgehalt von:	
2204.21.10	weniger als 13,7 % alc./Vol.	1,87
2204.21.21	13,7 % alc./Vol. - 14,9 % alc./Vol.	4,68
2204.21.22	14,9 % alc./Vol. - 15,9 % alc./Vol.	frei
2204.21.23	15,9 % alc./Vol. - 16,9 % alc./Vol.	frei
2204.21.24	16,9 % alc./Vol. - 17,9 % alc./Vol.	frei
2204.21.25	17,9 % alc./Vol. - 18,9 % alc./Vol.	frei
2204.21.26	18,9 % alc./Vol. - 19,9 % alc./Vol.	frei
2204.21.27	19,9 % alc./Vol. - 20,9 % alc./Vol.	frei
2204.21.28	20,9 % alc./Vol. - 21,9 % alc./Vol.	frei
2204.29	Wein in sonstigen Behältnissen und einem Alkoholgehalt von:	
2204.29.10	weniger als 13,7 % alc./Vol.	frei

2204.29.21	13,7 % alc./Vol. - 14,9 % alc./Vol.	frei
2204.29.22	14,9 % alc./Vol. - 15,9 % alc./Vol.	frei
2204.29.23	15,9 % alc./Vol. - 16,9 % alc./Vol.	frei
2204.29.24	16,9 % alc./Vol. - 17,9 % alc./Vol.	frei
2204.29.25	17,9 % alc./Vol. - 18,9 % alc./Vol.	frei
2204.29.26	18,9 % alc./Vol. - 19,9 % alc./Vol.	frei
2204.29.27	19,9 % alc./Vol. - 20,9 % alc./Vol.	frei
2204.29.28	20,9 % alc./Vol. - 21,9 % alc./Vol.	frei

5.2 Steuern (inkl. Berechnungsbeispiel)

Steuerrechtliche Bedingungen

Hinsichtlich der Einfuhrumsatzsteuer ist beim Export von einer Ware aus Österreich nach Kanada zu beachten, dass das **Reverse Charge-Verfahren nicht zur Anwendung** gelangt. In Kanada kommt es nämlich bei der Einfuhr auf den tatsächlichen „**importer of record**“ an, für welchen die „Federal Goods and Services Tax“ (GST) anfällt. Dabei ist vor allem von Bedeutung wer als „importer of record“ aufscheint:

- Wenn der **kanadische Geschäftspartner „importer of record“** ist, kann er einen Vorsteuerabzug geltend machen (das österreichische Unternehmen sich demnach nicht darum kümmern muss);
- Ist jedoch der **österreichische Lieferant „importer of record“**, so muss er die GST und in einigen Fällen die provinzielle HST abführen. Er kann allerdings die potenzielle Rückforderung mit **Zustimmung des Kunden auf den Kunden formal übertragen** oder **kann sich selbst registrieren**, um den Vorsteuerabzug geltend zu machen. Weitere Informationen zum Vorsteuerabzug finden Sie unter folgenden **Link**. Wenn die österreichische Firma der „importer of record“ ist und somit die Einfuhrverzollung selbst abwickelt, muss sie zur Ablieferung von GST als **„non-resident importer“ registriert sein**. Ein „non-resident importer“ ist eine Firma, die keine Präsenz in Kanada hat, jedoch unter Eigennamen importiert. Weitere Informationen finden Sie hier: **Doing Business in Canada - Information for Non-Residents**.

Für ein österreichisches Unternehmen ist grundsätzlich **empfehlenswert**, dass der **kanadische Geschäftspartner als „importer of record“ auftritt**, also den Import vornimmt. Das österreichische Unternehmen würde somit eine **Rechnung ohne österreichische Umsatzsteuer (Nettorechnung) ausstellen** und nicht in die GST/HST-Abwicklung involviert sein, somit ist natürlich auch keine Registrierung bei der kanadischen Behörde notwendig.

Liefer-, Leistungs- und Zahlungsbedingungen

Lieferbedingungen können von den in Europa üblichen Bestimmungen abweichen und sollten daher vorab abgeklärt werden. Zur Vereinfachung der Vertragsgestaltung im internationalen Warenverkehr kann die Verwendung von **Incoterms** grundsätzlich empfohlen werden.

Incoterms sind Auslegungsregeln für die am häufigsten verwendeten Handelsklauseln. Um eine bestimmte Klausel für eine Lieferung zur Anwendung bringen zu können, muss diese Klausel ausdrücklich vertraglich festgelegt sein. Sie sind weltweit einheitlich verwendbar und helfen dem Anwender die Errichtung internationaler Kaufverträge zu vereinfachen. Sie regeln die Pflichten für Käuferinnen und Käufer und Verkäuferinnen und Verkäufer im

Hinblick auf Transportorganisation, Beladung, Entladung, Kosten, Versicherung, Zollabwicklung und Risikoübertragung. Damit sie Teil des Kaufvertrages werden müssen sie zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses vereinbart werden.

Nicht geregelt wird beispielsweise der Eigentumsübergang, der genaue Liefertermin, der Gerichtsstand, das anwendbare Recht, das Gewährleistungsrecht, Ersatzlieferungen, das Urheberrecht und die Finanzierung.

Die Incoterms von 2010 wurden aktualisiert und an die neuen, globalen Handelspraktiken angepasst. Seit dem 1. Jänner 2020 sind die neuen **Incoterms 2020** in Kraft. Die wichtigsten Änderungen sind:

- DAT (Delivered at Terminal) wird DPU (Delivered at Place Unloaded) - jeder vereinbarte Ort ist möglich
- FCA - "On-Board" Bill of Lading möglich
- CIP, CIF - Versicherungsschutz wurde an die Praxis angepasst
- FCA, DAP, DPU, DDP - Beförderung der Ware kann mit eigenen Verkehrsmitteln organisiert werden
- klare Regeln zur Verteilung der Sicherheitspflichten und der damit verbundenen Kosten

Die Incoterms Regeln sind in zwei Gruppen geteilt: die erste Gruppe umfasst jene Regeln, die man bei jeder Transportart oder einem kombinierten Transport verwenden kann.

- EXW - Ex Works (benannter Ort)
- FCA - Free Carrier (benannter Ort)
- CPT - Carriage Paid To (benannter Bestimmungsort)
- CIP - Carriage and Insurance Paid To (benannter Bestimmungsort)
- DAP - Delivered at Place (benannter Bestimmungsort)
- DPU - Delivered at Place Unloaded (jeder vereinbarte Ort ist möglich)
- DDP - Delivered Duty Paid (benannter Bestimmungsort)

Die zweite Gruppe findet ausschließlich bei See- oder Binnenschiffahrtstransporten (exklusive Containertransport) Anwendung.

- FAS - Free Alongside Ship (benannter Verschiffungshafen)
- FOB - Free On Board (benannter Verschiffungshafen)
- CFR - Cost and Freight (benannter Bestimmungshafen)
- CIF - Cost, Insurance, Freight (benannter Bestimmungshafen)

Festzuhalten ist, dass es im **Generellen keine „beste“ Incoterms-Regel** gibt. Die richtige Wahl hängt vielmehr vom Willen der Parteien, den Zahlungskonditionen und der Art der Ware ab. Dennoch kann man grundsätzliche Empfehlungen abgeben:

Empfohlene Incoterms für Lkw-, Schiffs- (insb. Containertransport), Flug- oder Bahntransport, oder einer Kombination daraus:

- **EXW:** Der wohl am **vorteilhafteste Incoterm** für ein Unternehmen, welches von Österreich nach Kanada exportiert ist der EXW-Incoterm, allerdings ist diese Vereinbarung in der Praxis schwer gegenüber einem Käufer durchsetzbar. Dabei muss der Verkäufer die Ware nur zur Abholung bereitstellen. Käufer organisiert, bezahlt und trägt das Risiko ab der Bereitstellung. Der Käufer muss beladen und die Ware für die Ausfuhr freimachen. Hierbei ist zu beachten, dass wenn der Verkäufer belädt, übernimmt er dafür die Haftung, zumeist ohne Versicherungsdeckung. Für die korrekte USt-Erklärung des Verkäufers notwendigen Ausfuhrnachweis hat der Käufer, denn dieser macht die Ausfuhr („importer of record“).
- **DAP:** Bei diesem Incoterm organisiert, bezahlt und trägt das Transportrisiko der Verkäufer bis zum vereinbarten Ort. Er muss die Ware dem Käufer unentladen zur Verfügung stellen. Einfuhrformalitäten und -abgaben („importer of record“) sind allerdings Sache des Käufers.
- **DPU:** Selbige wie beim DAP-Incoterm gilt auch hier. Der Verkäufer organisiert, bezahlt und trägt das Transportrisiko bis zum vereinbarten Ort. Er muss die Ware dem Käufer entladen zur Verfügung stellen. Einfuhrformalitäten und -abgaben („importer of record“) sind allerdings Sache des Käufers.
- **FCA:** Das Exportgut wird durch ein eigenes Werk oder Speditionslager des Verkäufers beladen oder an jedem anderen Ort an dem das ankommende Transportmittel entladebereit ist. Der Verkäufer organisiert, bezahlt und trägt das Risiko bis zum vereinbarten Ort und macht die Ware zur Ausfuhr frei. Der Käufer organisiert den Haupttransport. Der **Käufer ist dabei Absender der Ware („importer of record“)** und muss daher das Transportdokument nicht an den Verkäufer herausgeben. Ein L/C, das nach einem B/L verlangt, verliert damit seine Sicherheit. Solange beide Parteien redlich sind, gibt der Käufer das B/L in der Regel heraus. Im Ernstfall können sich daraus jedoch Probleme ergeben.

Nicht empfohlene Incoterms für Lkw-, Schiffs- (insb. Containertransport), Flug- oder Bahntransport, oder einer Kombination daraus:

- **DDP:** Der Verkäufer organisiert, bezahlt und trägt das Transportrisiko bis zum vereinbarten Ort und muss die Ware für die Ausfuhr freimachen. Einfuhrformalitäten und -abgaben („importer of record“) sind ebenfalls Sache des Verkäufers. Von der Verwendung **dieser Klausel ist grundsätzlich abzuraten**, bei einer allfälligen Verwendung bedarf es jedenfalls einer tieferen steuerrechtlichen Vorprüfung.
- **CPT oder CIP:** Der Verkäufer organisiert und bezahlt den Transport bis zum vereinbarten Ort und macht die Ware zur Ausfuhr frei, der Käufer trägt jedoch das gesamte Transportrisiko ab der Übergabe an den ersten Frachtführer, das bei CIP zusätzlich vom Verkäufer für den Käufer mindestversichert werden muss. Der **Verkäufer ist Absender der Ware („importer of record“)** und hält daher das B/L in Händen.

Für ein österreichisches Unternehmen, welches Waren nach Kanada exportiert, ist der Incoterm EXW - Ex Works das geringste Risiko und bringt die geringsten Kosten mit sich. Wie bereits zuvor erwähnt, erscheint eine solche Vereinbarung mit dem Geschäftspartner eher schwierig erzielbar zu sein. Allerdings kommen auch noch die weiteren Incoterms DAP, DPU und FCA in Betracht. Jedenfalls sind solche Incoterms **nicht zu empfehlen**,

welche das **österreichische Unternehmen (Verkäufer)** als „importer of record“ aufscheinen lassen.

Für weitere Informationen bezüglich den neuen Incoterms 2020 verweisen wir auf unsere Webseite wko.at

Rechtswahl in Verträgen

Im Vertragsrecht wird ein kanadisches Gericht das für den jeweiligen Vertrag maßgebliche Recht anwenden. Das anwendbare Recht ist dasjenige Recht, mit dem der Vertrag die engste Verbindung aufweist. Zur Bestimmung dieser Verbindung berücksichtigt das Gericht alle relevanten Faktoren. Für den Fall, dass die Parteien jedoch eine bestimmte Rechtsordnung für die Vertragsbeziehungen wählen, respektierten die Gerichte diese Rechtswahlwahl, sofern sie in gutem Glauben („good faith“) getroffen wurde, also nicht mit dem Ziel die Anwendung einer eher geeigneten Rechtsordnung zu umgehen. Ist die Rechtswahl in gutem Glauben erfolgt, so entscheidet das Gericht durch Anwendung des gewählten ausländischen Rechts, ob ein durchsetzbarer Vertrag besteht und wie dieser ausgelegt.

Eigentumsvorbehalt

Im Besonderen sollte auch auf die Charakteristika des Eigentumsvorbehalts im kanadischen Recht hingewiesen werden. Die Regelung des Eigentumsvorbehaltes ist in Kanada den Provinzen vorbehalten, deren Gesetzgebung formell und inhaltlich Unterschiede aufweist. Dabei muss ein österreichischer Exporteur darauf achten, dass der **Eigentumsvorbehalt nicht mittels Vereinbarung** in den allgemeinen Geschäftsbedingungen **begründet werden kann**. Vielmehr ist eine vom Gläubiger unterschriebene Bescheinigung sowie eine **Eintragung und Veröffentlichung im jeweiligen speziellen Provinzregister notwendig**.

Gewährleistung

Grundsätzliche Voraussetzung für das Vorliegen einer Garantie- bzw. Gewährleistungshaftung ist, dass zwischen dem Produzenten und dem Geschädigten eine unmittelbare Vertragsbeziehung besteht. Eine Einbeziehung Dritter in die vertragliche Haftung, mit denen keine unmittelbare Vertragsbeziehung besteht, findet nicht statt. Dabei legen die Gerichte den Begriff der vertraglichen Beziehung weit aus. Der Inhalt der Vertragsvereinbarung ergibt sich aus sämtlichen Dokumenten, der Produktwerbung, der Verpackung und etwaigen expliziten Zusicherungen oder Garantien, die der Verkäufer gegenüber dem Käufer zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses abgegeben hat. Neben diesen vertraglichen Zusicherungen bzw. Garantien gibt es gesetzliche Gewährleistungspflichten. Grundsätzlich gibt es in Kanada **kaum Beschränkungen der Vertragsfreiheit bei Verträgen zwischen Unternehmen**. Sie können also Haftungen gegenüber Ihres Importeurs oder Vertriebspartners je nach Verhandlungsgeschick einschränken. Verkaufen Sie Ihre Produkte direkt an kanadische Kunden, können Sie sämtliche deliktischen Haftungen jedenfalls nicht ausschließen.

Nähere Informationen dazu sind im Fachprofil „Gewährleistung und Produkthaftung“, erhältlich im AC Toronto, zu finden.

Absicherung und Finanzierung Ihrer Exportforderungen und Exportaufträge

- Die OeKB bietet mit ihrer **Betriebsmittel-Finanzierung** (Exportfonds-Kredit für KMU & KRR für Großunternehmen) im Wege Ihrer Hausbank die ideale Lösung und kann bei ausreichender Bonität auch einen Teil des Risikos übernehmen; so entlasten Sie

Ihre Kreditlinien bei der Hausbank. <https://www.oekb.at/export-services/finanzieren-von-betriebsmitteln.html>

- Über die OeKB haben Sie die Möglichkeit die politischen und teilweise auch die wirtschaftlichen Risiken mittels **Exportgarantien** des Bundes abzusichern.

Besonders die Export Services, welche unter anderem Absicherungs- und Finanzierungsmöglichkeiten von Exportgütern bieten, könnten für Sie interessant sein.

5.3 Verbrauchssteuern

Verbrauchssteuer (Rates of excise duty)²

- bei Wein und Schaumwein mit mehr als 7 % Alkoholgehalt: \$ 0.653 Cents/Liter
- bei Wein und Schaumwein zwischen 1,2 % und 7 % Alkoholgehalt: \$ 0.313 Cents/Liter.
- bei Wein und Schaumwein unter 1,2% Alkoholgehalt, \$ 0,021 Cents/Liter

5.4 Umsatz- (Mehrwert-) Steuer

Die Umsatzsteuer in Kanada ist zwischen Gesamtstaat und Provinzen aufgeteilt. Es gibt einen Bundesanteil (GST = Goods and Services Tax bzw. französisch TSP =taxe sur les produits et services). Zusätzlich gibt es in einigen Provinzen eine eigene Umsatzsteuer auf Provinzebene, die PST = Provincial Sales Tax (in Quebec QST). Einige Provinzen haben sich zudem einem harmonisierten System angeschlossen, bei dem auch der Provinzanteil von der staatlichen Steuerbehörde CRA (Canada Revenue Agency) eingehoben und an die Provinzen weitergeleitet wird. In diesen Provinzen gibt es dann nur eine Umsatzsteuerrate, die sogenannte Harmonized Sales Tax (HST). Die Höhe der HST kann jedoch zwischen den teilnehmenden Provinzen variieren.

- i. In **Ontario** gibt es nur die Harmonized Sales Tax (HST) in Höhe von 13%.
- ii. In **Quebec** werden GST von 9,975% und QST von 5% erhoben.
- iii. In **British Columbia** werden 7% GST und 5% PST erhoben.
- iv. In **Alberta** gibt es nur die GST in Höhe von 5%.

5.5 Verpackungssteuern

In Kanada gibt es keine gesonderten Verpackungssteuern. Siehe Absatz Umsatzsteuer oben.

6. Geschenksendungen, Mustersendungen, Reiseverkehr

Die Einfuhr von Alkoholika untersteht dem **Importation of Intoxicating Liquors Act**

6.1 Geschenksendungen

Geschenksendungen von alkoholischen Getränken nach Kanada sind untersagt. Eine Übersendung alkoholischer Erzeugnisse mittels internationaler Sendungen ins bzw. aus dem Ausland ist grundsätzlich verboten. Aus diesem Grund wird empfohlen für all solche Sendungen Zustelldienste zu verwenden. Da FedEx regelmäßig mit dem LCBO arbeitet, kann dieses Kurierunternehmen durchaus weiterempfohlen werden. Wichtig: Alkoholsendungen dürfen allerdings nur an Agenten gerichtet werden. Innerhalb Kanadas

² https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/edrates/excise-duty-rates.html#_Toc527013622

gelten für Sendungen die folgenden Regelungen für sog. Non-mailable Matters und insbesondere die Rubrik **Intoxicating Beverages**

6.2 Mustersendungen

Da es nicht erlaubt ist mit der Post Muster zu übersenden wird empfohlen die Sendung mit dem Kurierdienst FedEx abzuwickeln, welcher regelmäßig den Liquor Control Board beliefert.

Es dürfen nur bis zu 1,5 l Wein zollfrei importiert werden.

Bis zu 45 l (oder 5 Kisten á 12 Flaschen) können zu den folgenden Zollsätzen importiert werden:

- Wein \leq 13.7% vol. 1.87€/Liter
- Wein von 13.7% vol. bis 14.9% vol. 4.68€/Liter (CEUT frei)
- Wein $>$ 14.9% vol. gratis

Fassproben unterliegen denselben Bestimmungen.

Bei Sendungen, die über 45 l hinausgehen wird eine spezielle Genehmigung benötigt. Wenn es sich lediglich um eine Mustersendung handelt, benötigen Sie jedoch weder eine Zollerklärung in Form eines CETA Ursprungserklärungs-Formulars noch eine Firmen-Registrierung (REX Nummer).

Um Probleme beim Zoll zu vermeiden, müssen Sie Ihrem Paket eine Handelsrechnung beilegen, auf der angegeben werden muss:

- die Anzahl der Flaschen pro Wein
- Name und Jahrgang des Weines
- die Farbe
- die Größe (ml)
- das Ursprungsland
- der Alkoholanteil
- der Handelswert für eine Flasche (niedrigster Preis ab Lager pro Flasche ohne Provision)
- mit der Bemerkung "COMMERCIAL SAMPLES - NOT FOR RESALE".

6.3 Reiseverkehr

Sowohl nach Kanada zurückkehrende Einheimische als auch Besucher dürfen bei der Einreise bis zu 1,5 l Wein zollfrei importieren.

Darüber hinaus fallen folgenden Steuern und Abgaben an/Auszug aus **Hello LCBO Knowledge Base**

Import Duty:

- \$0.0187/litre of imported wine, free for US-made wine
- \$0.0492/litres of absolute alcohol (LAA) of spirits, free for US-made spirits *
- No import duty on beer
- - Excise Tax/Duty:
 - \$0.62/litre of wine
 - \$11.696/LAA of spirits
 - \$0.31/litre of imported beer over 2.5% ABV
- Rates vary for Canadian-made beer depending on the brewery's level of production. Please view the chart on www.lcbo.com/importing for more information and to find specific pricing examples for accompanied and unaccompanied importation.
- - Border Levy:
 - Wine: 39.6% of the retail price + import duty + excise tax
 - Spirits: 59.9% of the retail price + import duty + excise tax
 - Beer: \$0.676/litre
- - HST: 13% of retail price + import duty + excise tax
- - Container Deposit: \$0.10 for a container less than or equal to 630 ml or \$0.20 for a container greater than 630 ml
- *How to calculate LAA: container volume (in litres) x alcohol volume = LAA
- Example: 0.75 L (750 mL container) x 0.40 (40% ABV) = 0.3 litres of absolute alcohol (LAA)

Interprovinziell fand eine Auflockerung des Verbots Alkohol zu transportieren statt. Man darf nun interprovinziell, z.B. zwischen Ontario und Quebec, bis zu 12 Flaschen Wein mitnehmen.

7 Marktinformation (Marktchancen)

7.1 Konsumgewohnheiten

Traditionell gelten die Kanadier als Bier- und Whiskytrinker; der Beginn des Qualitätsweinbaus im eigenen Land in den 80er Jahren und die Assoziation von Wein mit gehobener Lebensart sorgen jedoch für stetig steigenden Konsum. 2007 wurde erstmals knapp mehr Wein als Spirituosen verkauft. Ca. 30% des Weinkonsums entstammt dem eigenen Land, davon hauptsächlich aus den Provinzen Ontario und Britisch Kolumbien.

Aufgrund des steigenden Gesundheits- und Fitnessbewusstseins der Bevölkerung herrscht der Trend zu "Lighter drinking" Leichte, trockene Weißweine haben die höchsten Umsatzzuwächse, jedoch wird überwiegend Rotwein getrunken (ca. 60 %). Die Nachfrage nach Rosé-Wein und Sekt wächst rasant an.

Es gibt geographische und demographische Unterschiede. Die französischsprachige Provinz

Quebec beispielsweise ist ein aufnahmefähiger Markt für schwere Rotweine, in der Provinz Ontario hingegen ist die Nachfrage nach leichten Rotweinen größer. Im Westen und bei der älteren und ländlichen Bevölkerung wird nach wie vor gerne lieblicher Wein getrunken. Der ethnische Ursprung der kanadischen Bevölkerung (Europäer, Asiaten, Lateinamerikaner) spielt im Verbraucherverhalten ebenfalls eine bedeutende Rolle. In Quebec wird im Vergleich zu allen anderen Provinzen und Territorien am meisten Wein getrunken.

Rotwein Cuvées dominieren den Markt, jedoch ist die Nachfrage nach aromatischen Weißweinen im Steigen begriffen. 76% der Rotweine und 63% der Weißweine sind Importe.

40% der Weine nennen auf dem Etikett keine Rebsorte, Nummer 1 im Rotweinsegment ist Cabernet Sauvignon, wo Australien ca. 16% Marktanteil hat. Die nächsten Rebsorten sind weiß: Pinot Gris/Grigio, Sauvignon Blanc und Chardonnay (gereiht nach Anteil). Im Weißweinsegment ist Australien ebenfalls der Marktführer in Bezug auf die Menge. Vom Wert her ist Frankreich Nummer 1 (\$442.99 Mio.), gefolgt von Italien (\$416.81 Mio.). Der Verkauf von New World Weinen ist ungefähr gleich hoch wie der von europäischen Weinen (ca. 10-12%). Ontario Weine kommen auf 8%.

Bei den ‚European Wines‘ der Kategorie Vintages beim LCBO in Ontario verhält es sich z.B. wie folgt: Italien, Frankreich, Deutschland, Portugal verkaufen die meisten Weine. 14% der Weine verkaufen sich im umsatzstärksten 15 bis 20 \$ Segment.

Die Top 5 Hauptimportländer für Kanada sind USA, Frankreich, Italien, Australien und Spanien, welche ca. 80% des Importwerts ausmachen und ca. 75% des Importvolumens.

Quebec importiert mehr Wein als jegliche andere Provinz in Kanada, fast 40% des gesamten Weinimports nach Kanada. Als nächster kommt Ontario mit ca. 30% und dann Britisch Kolumbien mit ca. 17%.

Laut Euromonitor Studien werden Weinverkäufe in Kanada in den nächsten 5 Jahren um ca. 3% pro Jahr wachsen. Schaumweinverkauf wird sich steigern und Weißwein vor Rotwein bevorzugt.

Der Pro Kopf Konsum von Wein ist von der Tendenz her steigend und entspricht ca. 15 Liter/Person.

Junge Menschen trinken zunehmend Wein, sowohl im sozialen Umfeld außerhalb als auch gemütlich zuhause. Laut einer Studie trinken 24% Millennials Wein mehrmals pro Monat.

Österreichbezug:

Typisch österreichische Weißweine wie Grüner Veltliner, Riesling und Pinot Blanc sind beim kanadischen Normalverbraucher relativ unbekannt, haben jedoch vom Geschmacksprofil her gute Chancen. Bei Verkostungen finden österr. Weine in Kanada gute Akzeptanz. Auch Süßweine haben gute Absatzchancen, sofern das Preisniveau nicht zu hoch angesetzt wird, wobei die Kanadier aber sonst ihren eigenen „Icewine“ schätzen.

Obwohl Österreich eher als Weißweinland bekannt ist, bieten sich desgleichen gute Möglichkeiten für Rotweine wie St. Laurent, Zweigelt, Blaufränkisch und Cuvées, insbesondere in Quebec. Bisher sind die Bestellungen speziell in Ontario schwer weißweinlastig. Erfreulich ist, dass nun auch regelmäßig Weine in höheren Preisniveaus eingekauft werden.

Österreichischer Wein gilt in Kanada als Nischenprodukt und der Durchschnittskanadier ist mit ungewohnten Rebsorten und Weinguts-Bezeichnungen auf den Etiketten leicht

überfordert. In den letzten paar Jahren hat, speziell unter Fachleuten, aufgrund der Marketingbemühungen, österreichischer Grüner Veltliner den Status des zuvor als Geheimtipp bekannten Weines verloren, und findet sich auf den Speisekarten aller Restaurants, die Wein ernst nehmen.

Medien/Werbung/Marketing/Verkaufsförderung/Verkaufsunterstützung

Kanadische Presseberichte haben gute Imagewerbung geleistet. Es wurde z.B. im national größten Weinmagazin Wine Access der Grünen Veltliner als „the next big thing“ bezeichnet. Auch die Weinkolumne der großen Tageszeitung National Post führte den Grünen Veltliner als „eine von 10 Antworten auf den Sommer unter \$ 15“ an. Top Fachleute wissen den österreichischen Wein bereits sehr zu schätzen. Bei Einzelkunden ist noch viel Aufholbedarf, da der österreichische Wein ein Nischenprodukt ist und nur eine geringe Anzahl davon in den Regalen steht. Günstige Auswirkungen auf den Weinverkauf haben auch Bewertungen der jeweiligen Weine in US-Fachmagazinen. Wenn man einen Wein mit einem Letztverbraucherpreis (LVP) über \$ 15 absetzen möchte, gelten solche Punktebewertungen als unerlässlich. Aufgrund der Beschaffenheit der Monopole wechseln sich Weine in den Retail Stores so schnell ab, dass es sehr schwierig ist, eine Marke zu etablieren. Leider wird vom Alkoholmonopol zu wenig eingekauft, um im sehr großen Weinangebot aufzufallen.

In den **Tageszeitungen** und auf **Social Media** erscheinen regelmäßig Kolumnen und Postings über Weine, die von vielen Weintrinkern mit großem Interesse gelesen werden, um einen Überblick vom aktuellen Marktangebot zu erhalten. Online Werbung, z.B. auf Wine Align (auch in Quebec und British Columbia) und auf Natalie MacLean führt zu höherer Erkennbarkeit der Marke „Österreichischer Wein“. Die ÖWM lädt regelmäßig Journalisten, Sommeliers und Agenten zur VieVinum und zum österr. Weingipfel ein. Das Image österreichischer Weine wird durch regelmäßige Einschaltungen in den bedeutendsten Fachmagazinen (siehe Punkt 10. Wichtige Fachmedien) gesteigert.

Ein nicht zu unterschätzendes Medium in Ontario ist das **Vintages Magazin** des LCBO, welches auf zweiwöchiger Basis alle neuen „Releases“ enthält, und ähnlich produzieren die anderen Alkoholmonopole ihre eigenen Magazine (z.B. BCLDB Product Catalogue in British Kolumbien). Sogenannte „Thematics“, die mehrere Weine von einer Destination zugleich beinhalten, haben einen besonders großen Effekt und bieten, ohne zusätzliche Kosten auch Platz für generell gehaltene Texte und Bildaufnahmen. Spezielle Annoncen können ebenfalls geschaltet werden, haben aber nur dann Sinn, wenn der Wein zu dem Zeitpunkt erhältlich ist.

Beeinflussend für die Aufnahme von Weinen in das Sortiment der Alkoholmonopolbehörde ist die **Verkaufsunterstützung**, welche immer mehr an Bedeutung gewinnt. In Ontario z.B. gibt es Geschenkpäckungen (gift packs), Aktionspreise (limited time offers), Teilnahme an kostenpflichtigen Zweitplatzierungen (end aisle displays), Verkostungen in Geschäften (in-store tastings) oder Hervorhebung der Weine durch Manschetten (tie-tags) auf denen man z.B. "Food & Wine Pairing Ideas" anbringen kann.

Verkostungen

Das AußenwirtschaftsCenter Toronto veranstaltet regelmäßig in Kooperation mit der Österreichischen Weinmarketing Service GmbH (ÖWM) Weinpräsentationen in Toronto und alternierend in Montreal, Vancouver und Calgary. Diesen Fachverkostungen wird teilweise eine Konsumentenverkostung angehängt, um die im Markt präsenten Weine zu bewerben.

Für das Fachpublikum veranstaltet das AußenwirtschaftsCenter Toronto in Kooperation mit der ÖWM gelegentlich **LCBO-Consultant Tastings** im Head-Office des LCBO, bei denen die österreichischen Weine, die zu dem Moment erhältlich sind, verkostet und kommentiert

werden. Die Präsenz eines österreichischen Winzers ist wünschenswert, allenfalls halten ein Weinagent und/oder der österr. Wirtschaftsdelegierte die Präsentation.

Als weitere wirkungsvolle verkaufsfördernde Veranstaltung gelten „Winemakers-Events“ und Dinners bei denen das AußenwirtschaftsCenter Toronto gerne behilflich ist.

Büroverkostungen für die Suche nach Weinagenten, im kleineren Rahmen, für die der österreichische Winzer oder sein Repräsentant persönlich anreist, werden auch angeboten. Das AußenwirtschaftsCenter Toronto ist gerne bereit derartige Events zu organisieren. Es besteht dabei auch die Möglichkeit zur diplomatischen Übersendung von Weinmustern dafür.

7.2 Vertrieb

Siehe Punkt 2 Listings, Private Imports, Consignment & E-Commerce

7.3 Preisstruktur

In Ontario bewegen sich die Preise für Weine (750 ml Flasche) in der unteren Preiskategorie zwischen \$ 7 und \$ 10 und stellen einen Teil des Sortiments der Weine im Regular Listing Segment dar. In der mittleren Preiskategorie zwischen \$ 10 und \$ 20 befinden sich das zweite WINES listing und die meisten Vintages Listings. Alle Weine mit höheren Preisen (bis zu \$ 35) gehören zu der kleinen Kategorie der hochpreisigen Weine (ebenfalls in Vintages), bzw. sind auch auf der Schiene Vintages-on-line zu finden. In den anderen Provinzen verhält es sich ähnlich, wobei die Preise in Britisch Kolumbien etwas höher liegen. Österreichische Weine sind im Preissegment zwischen \$ 15 bis \$ 35 im Regal zu finden.

Die Preiserstellung bei Angeboten an die kanadischen Alkoholmonopolbehörden können in Euro erfolgen und sollten sowohl den „Ab Keller“ Preis (ex cellar) mit Angabe der „Kelleranschrift“ als auch den FOB (free on board) Preis mit Angabe des Versandhafens enthalten. Auch die Provision muss enthalten sein.

Kalkulationsschema

Das nachfolgende Kalkulationsschema soll dabei helfen, die Preisposition in diesem Markt gegenüber Mitbewerbern leichter analysieren zu können. Es ist als Richtwert zu sehen und nicht in allen Fällen anwendbar. Manchmal wird von größeren Einkaufsgruppen (vor allem in der Gastronomie) direkt importiert, womit die Importeurs-Spannen stark reduziert werden.

Die Provision muss bei den Agenten folgende Kosten abdecken:

- Büro- und Lagerkosten
- Transportkosten im Land
- Kostproben
- Werbung (5-10% vom Verkaufspreis)
- Kosten für den Außendienstmitarbeiter

Provinz Ontario: Kalkulationsbeispiel für eine Flasche Wein (LCBO)³

LCBO PRICING EXAMPLES FOR TABLE WINE					
(\$CDN for 0.75 L bottle)					
		Domestic	EU	NAFTA	Other
PRICE COMPONENTS					
Payment to Supplier		4.7286	4.7286	4.7286	4.7286
Federal Excise ⁽¹⁾	\$0.665 per litre	0.4988	0.4988	0.4988	0.4988
Federal Import Duty	Free	-	-	-	-
Freight		-	0.2038	0.2038	0.2038
Total Landed Cost		5.2274	5.4312	5.4312	5.4312
LCBO Mark-up ⁽²⁾	71.5%	3.7376	3.8833	3.8833	3.8833
LCBO Wine Levy	\$1.62 per litre	1.2150	1.2150	1.2150	1.2150
Cost of Service ⁽³⁾	Varies	-	0.4511	0.2369	0.4872
LCBO Volume Levy	\$0.29 per litre	0.2175	0.2175	0.2175	0.2175
LCBO Environmental Levy ⁽⁴⁾	0.0893 per container	0.0893	0.0893	0.0893	0.0893
LCBO Rounding Revenue ⁽⁵⁾		-	0.0401	0.0330	0.0040
Basic Price		\$ 10.49	\$ 11.33	\$ 11.11	\$ 11.33
HST	13%	1.36	1.47	1.44	1.47
Container Deposit ⁽⁶⁾	\$0.20 per container	0.20	0.20	0.20	0.20
CONSUMER PRICE⁽⁷⁾		\$ 12.05	\$ 13.00	\$ 12.75	\$ 13.00
REVENUE DISTRIBUTION \$					
Supplier (including freight provider)		4.73	4.93	4.93	4.93
Government of Ontario		6.10	6.80	6.56	6.80
Government of Canada		1.02	1.07	1.05	1.07
Container Deposit		0.20	0.20	0.20	0.20
CONSUMER PRICE		\$ 12.05	\$ 13.00	\$ 12.75	\$ 13.00
REVENUE DISTRIBUTION %					
Supplier (including freight provider)		39%	38%	39%	38%
Government of Ontario		51%	52%	51%	52%
Government of Canada		8%	8%	8%	8%
Container Deposit		2%	2%	2%	2%
NOTES:					
1. The excise rate will be automatically adjusted by the Consumer Price Index on April 1 of every year, starting in 2018.					
2. LCBO mark-up as a share of Landed Cost.					
3. Cost of service charges are applied at a flat per litre rate by region except for domestic products.					
4. Environmental levy applies to containers that cannot be returned for refilling by manufacturer.					
5. Consumer price is rounded up to the next nickel.					
6. Products are subject to container deposit rates based on container size.					
7. Wine products are subject to floor pricing are indexed annually.					

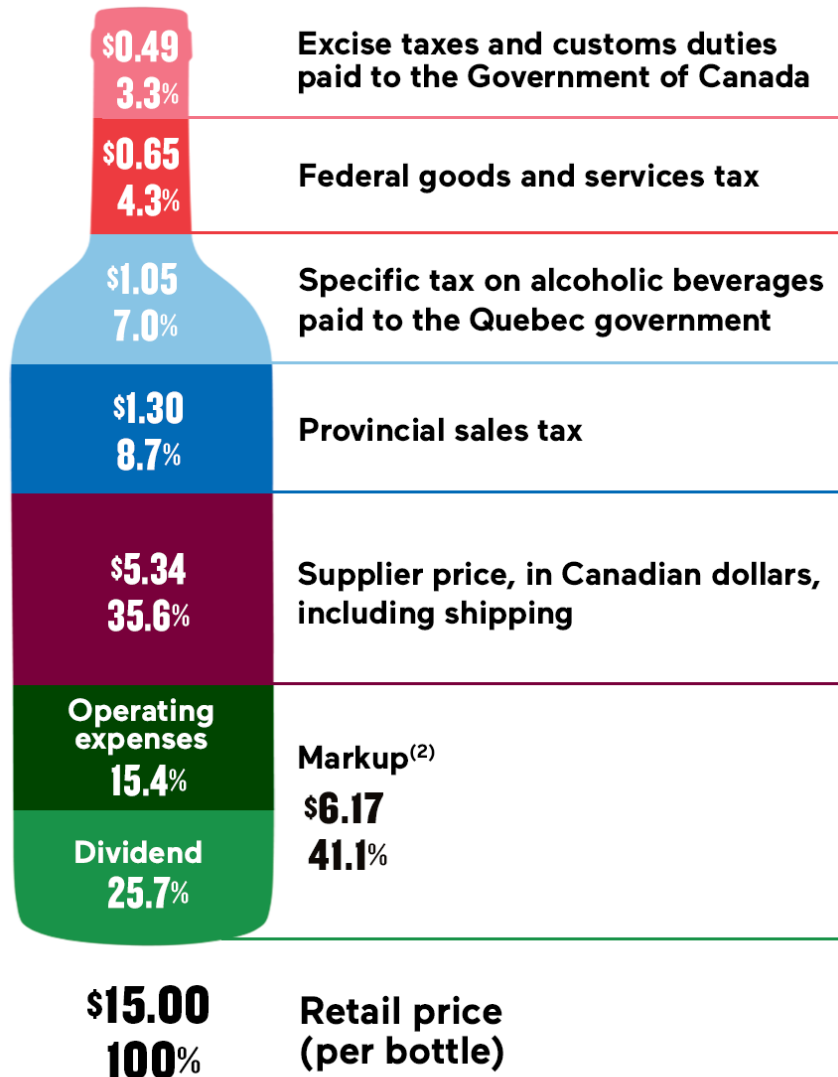
Effective at Retail April 2020

³ https://hellolcbo.com/app/answers/detail/a_id/1251/~lcbo-pricing-structure%3A-price-markup-example

Provinz Quebec: Kalkulationsbeispiel für eine Flasche Wein (SAQ)⁴

Imported wine, 750 ml format (in dollars and percentages) March 28, 2020

1. Continuous replenishment products.
2. The markup covers selling, marketing, distribution and administrative expenses and generates net income.



⁴ <https://www.saq.com/en/saq-prices>

Provinz British Columbia: Kalkulationsbeispiel für eine Flasche Wein (BCLDB)

Wine Wholesale Calculation	
Prime Cost per case (Cost per case including freight into BC)	\$65.00
Domestic Charges (ie: warehouse costs, marketing, agent margin)	5.00
In Bond	<u>\$70.00</u>
Federal Duty	
Customs: 0.0187/L => [(12 x .750) x 0.0187]	0.17
Excise: 0.62/L => [(12 x .750) x 0.62]	5.58
Duty Paid Cost per case	<u>\$75.75</u>
Duty Paid Cost per selling unit (12/case)	<u>\$6.31</u>
Mark-up @ 89%	5.62
Container Recycling Fee @ \$0.12/bottle	0.12
Wholesale Price	<u>\$12.05</u>
Goods and Services Tax (GST) @ 5%	0.60
Total Price before container deposit	<u>\$12.65</u>
Container Deposit	<u>0.10</u>

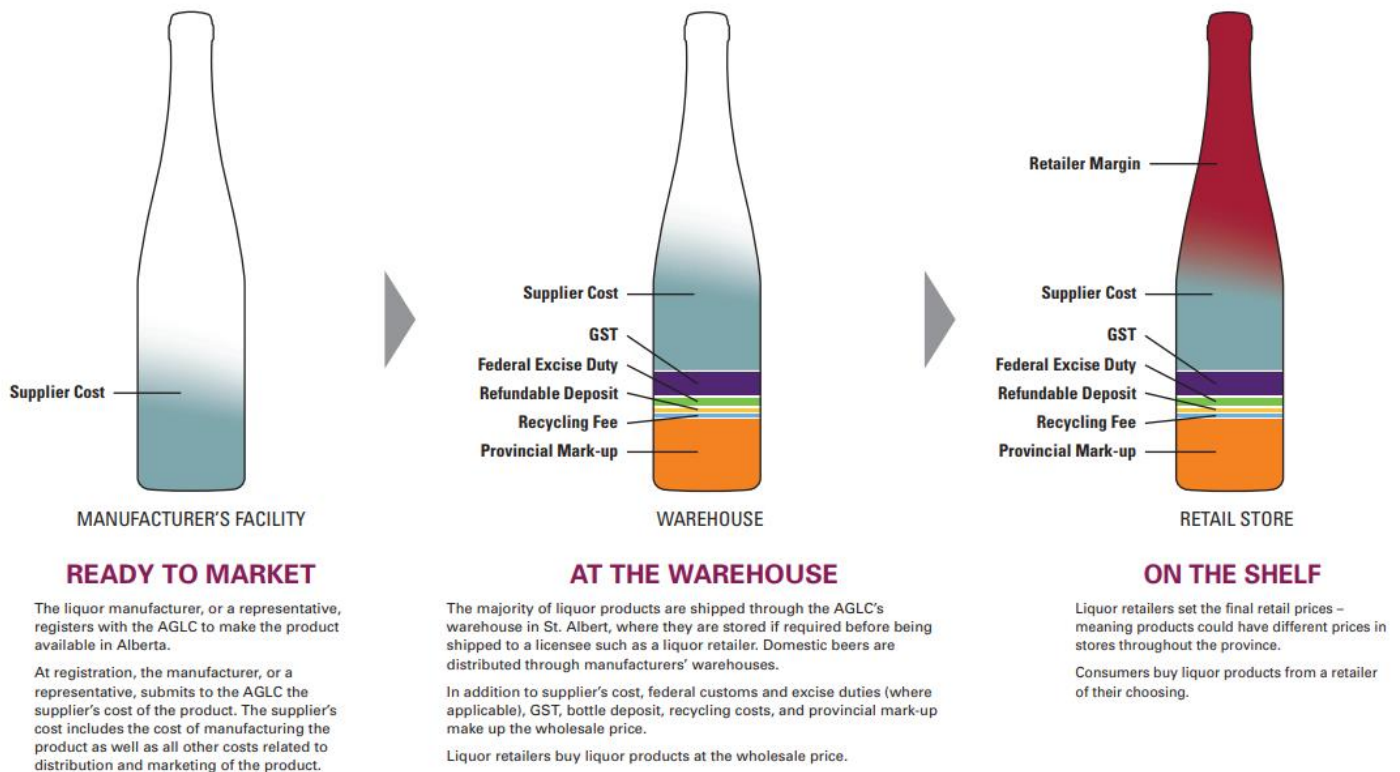
⁷ Der Pricing Simulator kann von im Markt registrierten Weinagenten auf der [Vendor Facing Website](#) (VFW) vom BCLDB abgerufen werden

High Priced Wine Wholesale Calculation	
Prime Cost per case (Cost per case including freight into BC)	\$250.00
Domestic Charges (ie: warehouse costs, marketing, agent margin)	25.00
In Bond	<u>\$275.00</u>
Federal Duty	
Customs: 0.0187/L => [(12 x .750) x 0.0187]	0.17
Excise: 0.62/L => [(12 x .750) x 0.62]	5.58
Duty Paid Cost per case	<u>\$280.75</u>
Duty Paid Cost per selling unit (12/case)	<u>\$23.40</u>
<u>Mark-up</u>	
First \$11.75/L => (\$11.75 x .750 = \$8.81) @ 80%	7.84
Remaining Duty Paid Cost (\$23.40 – 8.81 = 14.59) @ 27%	3.94
Container Recycling Fee @ \$0.12/bottle	0.12
Wholesale Price	<u>\$35.30</u>
Goods and Services Tax (GST) @ 5%	1.77
Total Price before container deposit	<u>\$ 37.07</u>
Container Deposit	<u>0.10</u>

Provinz Alberta: Kalkulationsbeispiel für eine Flasche Wein (AGLC)

Journey of a Bottle

As it journeys from the manufacturer to the store shelf, a liquor product will have a number of different fees attached to it. Follow the journey below to see where and when these different fees are added to create the competitive retail price you see on Alberta's shelves.



Auf dieser [Website](#) finden Sie Informationen zur Preiskalkulation in Alberta.

7.4 Distributionskanäle /Absatzmöglichkeiten

Direktverkäufe B2C sind, bis auf Alberta, in Gesamtkanada nicht möglich. Der Vertrieb ist nur über die Retailgeschäfte der Alkoholmonopolbehörden, größere Lebensmittelketten und in kleinem Maßen Convenience Stores möglich, außer es handelt sich um Consignment Weine die im HoReCa Bereich zwischen Agenten und Restaurants abgesetzt werden oder um einen Privatimport, der via Monopol direkt mit dem Kunden abläuft. Siehe dazu auch nochmals Kapitel 2. **Listings/Privatimporte, Consignment Listings und E-Commerce.**

8 Konsum- und Importdaten

8.1 Alkoholverbrauch⁵

Jahr	Gesamtkonsum in 1.000 hl	Weinkonsum /Kopf in l
2015	480.536	16,1
2016	496.504	16,5
2017	505.694	16,7
2018	519.136	16,9
2019	505.967	16,3

8.2 Eigenproduktion Wein (inkl. Schaumwein)⁶

Jahr	Eigenproduktion in 1.000 hl
2015	187.800
2016	195.800
2017	203.000
2018	210.400
2019	210.400

8.3 Weinimport⁷ (volume and value of sales)

Jahr	Gesamtimporte in 1.000 hl	aus Österreich in l	Wert Österreich-importe in €
2015	292.693	135.480	833.335
2016	300.692	162.000	1.025.650
2017	302.394	172.000	800.000
2018	315.368	135.480	833.335
2019	306.975	172.000	800.000

⁵ <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/200513/dq200513a-eng.htm>,
<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=1010001001>

⁶ <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=1010001101>

⁷ <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=1010001101>

8.4 Hauptimportländer nach Menge gereiht⁸

Land	Menge 2019 in hl	Wert 2019 in 1.000 €	Menge 2018 in hl	Wert 2018 in 1.000 €	Menge 2017 in hl	Wert 2017 in 1.000 €
Österreich	3.520	2.501	3.400	2.364	2.050	1.454
Italien	70.800	360.075	70.050	351.275	70.177	333.939
Frankreich	54.350	380.32	53.331	367.606	52.190	341.481
USA	49.900	333.404	53.884	342.805	53.712	491.353
Australien	26.715	123.635	28.835	131.518	27.053	183.698
Spanien	22.177	125.45	19.729	96.392	19.392	138.255
Chile	20.783	104.056	21.898	109.245	22.409	109.779

Achtung, Chile und Spanien reversieren den Rang in punkto Menge und Wert.

9 Wichtige Adressen

9.1 AußenwirtschaftsCenter

AußenwirtschaftsCenter Toronto (federführend) Commercial Section	<i>Mag. Christian Lassnig</i> 30 St. Clair Avenue West, Suite 1402 Toronto, ON M4V 3A1 T +1 (416) 967 3348 F +1 (416) 967 4101 E toronto@wko.at W https://wko.at/aussenwirtschaft/ca
AußenwirtschaftsBüro Montréal Consulat Général d'Autriche, Section Commerciale	<i>Eva Gludovatz</i> 630 Boul. René-Lévesque West, Suite 2800 Montreal, QC H3B 156 T +1 (514) 849 3708 E montreal@wko.at W https://wko.at/aussenwirtschaft/ca
Konsulentin Vancouver	<i>Helene Perndl</i> T +1 (604) 442 5575 E advantageaustriabc@gmail.com

⁸ Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC)

9.2 Alkoholmonopolbehörden der kanadischen Provinzen

<p>Liquor Control Board of Ontario <i>George Soleas</i> President & CEO 55 Lake Shore Blvd. East Toronto, ON M5E 1A4 T +1 (416) 864 2453 E george.soleas@lcbo.com W www.lcbo.com; http://www.vintages.com/index.shtml; http://www.doingbusinesswithlcbo.com/</p>	<p>Société des alcools du Québec <i>Catherine Dagenais</i> President & CEO 905, Avenue De Lorimier Montreal, QC H2K 3V9 T +1 (514) 873 3816 E ca.dagenais@saq.qc.ca W https://www.saq.com/content/SAQ/en.html</p>
<p>Alberta Gaming and Liquor Commission <i>Alain Maisonneuve</i> President & CEO 50 Corriveau Avenue St. Albert, AB T8N 3T5 T +1(780) 447 8821 E Stelle offen z.Zt. W https://aglc.ca/</p>	<p>British Columbia Liquor Distribution Branch <i>Blain Lawson</i> General Manager 3200 East Broadway Vancouver, BC V5M 1Z6 T +1 (604) 252 3021 E Blain.Lawson@bcliquorstores.com W www.bcliquorstores.com</p>
<p>Prince Edward Island Liquor Control Commission <i>James MacLeod</i> CEO 3, Garfield Street, P. O. Box 967 Charlottetown, PE C1A 7M4 T +1 (902) 368 5720 E jcmacleod@liquorpei.com W https://liquorpei.com/</p>	<p>Manitoba Liquor & Lotteries <i>Manny Atwal</i> President & CEO 1555 Buffalo Place, Fort Garry, PO Box 1023 Winnipeg, MB R3C 2X1 T +1 (204) 474 5510 E manny.atwal@mbll.ca W https://www.mbll.ca/</p>
<p>Saskatchewan Liquor and Gaming Authority <i>Clare Isman</i> President & CEO 2500 Victoria Avenue, PO Box 5054 Regina, SK S4P 3M3 T +1 (306) 787 1737 E cisman@slga.gov.sk.ca W https://www.slga.com/</p>	<p>New Brunswick Liquor Corporation <i>Patrick Parent</i> President & CEO 170 Wilsey Road, PO Box 20787 Fredericton, NB E3B 5B8 T +1 (506) 452 6520 E patrick.parent@anbl.com W www.nbliquor.com</p>
<p>Newfoundland and Labrador Liquor Corporation <i>Bruce Keating</i> Interim President & CEO</p>	<p>Northwest Territories Liquor and Cannabis Commission <i>Peter Maher</i> General Manager 201 - 31 Capital Drive</p>

<p>90 Kenmount Road, PO Box 8750, Stn. A, St. John's, NL A1B 3V1 T +1 (709) 724 1114 E Bruce.Keating@nliquor.com W www.nliquor.com</p>	<p>Hay River, NT X0E 1G2 T +1 (867) 874 8702 867-874-8700 E peter_maher@gov.nt.ca W https://www.ntlcc.ca/</p>
<p>Nunavut Liquor Commission <i>Daniel Young</i> Director PO Box 1000, Station 330 Iqaluit, NU X0A 0H0 T +1 (867) 975 6865 E dyoung1@gov.nu.ca W https://www.gov.nu.ca/finance/information/nunavut-liquor-and-cannabis-commission</p>	<p>Yukon Liquor Corporation <i>Paul McConnell</i> President & CEO 9031 Quartz Road Whitehorse Yukon Y1A 4P9 T +1 (867) 667 5155 E Manon.Moreau@gov.yk.ca W http://www.ylc.yk.ca/</p>

10 Wichtige Fachmedien und Gastronomiemagazine

Exquis Magazine	<p>Magazin über Wein, Bier, Cider und Spirituosen Leseranzahl und Auflagen: 50.000 / 4x jährlich + gratis App E info@exquis.ca W http://exquis.ca/magazine-tablette</p>
Food & Drink (LCBO)	<p>Rezeptideen mit zusätzlichen Informationen über die neuesten Wein-, Bier- und Spirituosentrends Leseranzahl und Auflage: 2.4 Mio/5x jährlich + gratis Online Ausgabe E casey@beachesmediaservices.com W http://foodanddrink.ca/fooddrink/index.shtml</p>
Quench Magazine	<p>Kanadas einzige nationale Food and Drink Publikation Leseranzahl und Auflagen: 250.000 / 8x jährlich E sales@quench.me W www.quench.me</p>
Vines	<p>Canada's Guide to the World of Wine Leseranzahl und Auflagen: 20.000 / 7x jährlich E cwaters@postmedia.com W http://www.vinesmag.com/sitepages/</p>
Vins & Vignobles	<p>The World of Wine and Spirits Leseranzahl und Auflagen: 14.000 / 6x jährlich E lflamand@repcom.ca W https://vinsetvignobles.com/index.php</p>
Vintages Magazine (LCBO)	<p>Fine Wines and Premium Spirits, Upcoming Releases, Vintages, Leseranzahl und Auflagen: 60.250 engl., 6.800 frz. / 25x jährlich tlw. versandt, tlw. in den Shops aufliegend E vintages@lcbo.com W https://www.vintagesshoponline.com/vintages/Home.aspx</p>
Wine Spectator	<p>Amerikanisches Lifestyle Magazine, welches auf Weine und Weinkultur spezialisiert ist. Leseranzahl und Auflagen: 400.000 / 15x jährlich + App</p>

	und Onlineausgabe E wsonline@mshanken.com W https://www.winespectator.com/
Wine Savvy	Neues online video Weinmagazin E winesavvy@cogeco.ca W https://savvycompany.ca/category/wine-2/wine-food-links/

11 Interessante Website

Online Medien

www.nataliemacllean.com Natalie MacLean	270.000 Active members, Wine App, Verkostungsnotizen, Weinlisten, Weinverkostungen, Food Pairings E Natalie@nataliemacllean.com
www.vintageassessments.com Michael Vaughan	Wöchentliche Kolumnen in top kanadischen Tageszeitungen, Independent non-advertorial Verkostungsnotizen E mbv@uniserve.com
www.winealign.com Heather Riley	750.000 Unique Visitors, Wine App, Verkostungsnotizen durch top kanadische Weinjournalisten, ON, BC und PQ, E heather.riley@winealign.com

Weinbezogene Websites

www.agr.gc.ca	Agriculture Canada
https://calj.org/	Canadian Association of Liquor Jurisdictions
www.agco.on.ca	Alcohol and Gaming Commission of Ontario
www.canadiandistillers.com	Association of Canadian Distillers
www.brewersassociation.org	Brewers Association of Canada
www.chamber.ca	Canadian Chamber of Commerce
www.inspection.gc.ca	Canadian Food Inspection Agency
http://www.ic.gc.ca	Canada's Consumer and Business Site/Industry Canada
https://www.canada.ca/en/revenue-agency.html	Canada Revenue Agency
www.iweg.org	Independent Wine Education Guild (IWEG)

www.internationalsommelier.com	International Sommelier Guild
www.canadainternational.gc.ca	Kanadische Botschaft
https://ontariowineriesguide.com/ontario-wine-society/	Ontario Wine Society
www.bmeia.gv.at	Österreichische Botschaft
http://sommelierscanada.com/ontario/	Sommeliers Canada
www.statcan.gc.ca	Statistics Canada
www.winegrowerscanada.ca www.opim.ca	Wine Growers Canada Wine Society of Canada

12 Veranstaltungstermine

Messen und Verkostungen des AC

Name der Veranstaltung	Datum	Kontaktperson
International Wine Festival Vancouver	22.2.-1.3.2021	Harry Hertscheg info@vanwinefest.ca https://vanwinefest.ca/
SIAL/SET in Toronto	21.-23.-9.2021	AussenwirtschaftsCenter Toronto

Events

Name der Veranstaltung	Ort	Datum
Niagara Ice Wine Festival	Niagara Area	January 2021
London Wine & Food Show	London	14.-16.1.2021
Wine Fest Calgary	Calgary	Februar 2021
Wine Fest Edmonton	Edmonton	Februar 2021
Indulgence - a Canadian Epic of Food & Wine	Edmonton	June 2021
Winnipeg Wine Festival	Winnipeg	August 2021
Port of Wines Festival	Halifax	September 2017
Niagara Grape and Wine Festival	Niagara Area	19.-16.9.2021
NSCL Festival of Wines	Halifax	22.-25.9.-2021

The Great tasting of Montreal	Montreal	Oktober 2021
World Wine & Food Expo	Moncton	November 2021

Kontaktinformationen zu den jeweiligen Veranstaltungen können vom AussenwirtschaftsCenter Toronto eingeholt werden.