



Calzature, pelletteria, abbigliamento e accessori. Normative di importazione, certificazioni ed etichettatura prodotti, barriere doganali/tariffarie (Accordo CETA) in Ontario (Canada)

RESTRIZIONI E BARRIERE TARIFFARIE

Il Canada si caratterizza come regime commerciale liberale, che consente l'importazione di merci con un approccio collaborativo, dimostrato anche dall'adesione all' accordo dell'OMC (Organizzazione mondiale del commercio), che previene l'imposizione di barriere non tariffarie.

Restrizioni alle importazioni sono previste esclusivamente per armi, materiale pornografico, monete contraffatte, manufatti prodotti in carcere e beni a indicazione geografica tipica. Per beni come latte, carne e piante è richiesto il rispetto di permessi specifici. Per l'abbigliamento vanno tenute in considerazione alcune norme di etichettatura, che analizzeremo in seguito.

Le uniche barriere tariffarie riguardano dazi antidumping e dazi compensativi, che vanno a compensare eventuali incentivi forniti dai governi dei paesi esportatori.

L'Italia rientra nella rete **MFN** (*Most Favoured Nation Tariff*), cioè tra i Paesi sviluppati che godono di tariffe agevolate, ed anche nella rete **CEUT** (*Canada-European Union Tariff*), che fornisce tariffe di importazione ancora più agevolate grazie all'accordo **CETA**.

L'importazione di tessuti e abbigliamento all'interno del territorio canadese, a partire dagli Stati europei, è regolamentata dall'accordo CETA (*Comprehensive Economic and Trade Agreement*), che definisce i prodotti delle due categorie rispettivamente nelle tabelle C.3 e C.4 dell'allegato 5-A alla normativa¹. L'accordo economico e commerciale è stato stipulato nel 2017 da Canada ed Unione Europea, con l'obiettivo di facilitare lo scambio di merci, servizi ed investimenti snellendo le procedure doganali. Questo consente un incremento della varietà di prodotti a disposizione dei consumatori, contenendo i prezzi ed assicurando alti standard di sicurezza.

L'Accordo prevede l'annullamento dei dazi per la quasi totalità dei prodotti, fatta eccezione per alcuni beni elencati nell'Allegato 2-A, afferenti al settore agroalimentare, navale ed automotive. Ai fini dell'applicazione delle agevolazioni tariffarie, l'esportatore è tenuto a fornire una **dichiarazione di origine** all'importatore. La dichiarazione di origine:

- viene rilasciata su fattura o su un altro documento commerciale e certifica che il prodotto è originario dell'Unione Europea e quindi beneficia del trattamento tariffario preferenziale
- è compilata e firmata dall'esportatore (salvo diversamente disposto)
- può essere compilata o in corrispondenza dell'esportazione, oppure entro due anni dalla stessa

¹ Segui link per riferimento alla categorizzazione dei prodotti

https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/ceta-aecg/text-texte/P1.aspx?lang=eng#5_1



- è valida per 12 mesi a decorrere dalla compilazione oppure per un periodo più lungo specificato dall'importatore

La dichiarazione d'origine può essere compilata da qualsiasi esportatore per spedizioni di valore non superiore ai 6000 mentre, sopra questa soglia, l'esportatore deve essere iscritto al sistema degli esportatori autorizzati (REX).

All'interno dell'allegato 5² vengono specificate le condizioni necessarie, in termini di caratteristiche del prodotto e della sua fabbricazione, affinché un prodotto sia considerato **originario** e quindi beneficiario di un trattamento tariffario preferenziale.

ETICHETTATURA ED IMPORTAZIONE

<https://ised-isde.canada.ca/site/competition-bureau-canada/en/guide-textile-labelling-and-advertising-regulations>

Le norme di etichettatura vengono riportate all'interno del "*Textile Labelling Act*" e "*Textile Labelling and Advertising Regulations*", che mirano a proteggere i consumatori nei confronti di informazioni false e consentire loro una corretta informazione in merito alla composizione tessile dei prodotti.

Il requisito fondamentale richiesto è che l'etichetta riporti la composizione tessile, con le percentuali per peso dei vari tessuti utilizzati, e le informazioni riguardanti il dealer del prodotto.

L'etichetta deve riportare il nome di qualunque fibra presente in quantità superiore al 5%. Va inoltre specificata la quantità percentuale del tessuto ed eventualmente le parti del prodotto che hanno composizione diversa dall'intero prodotto.

Per "*dealer*" la normativa intende il produttore o dettagliante del prodotto, oppure l'importatore dello stesso. Va specificato il nome e l'indirizzo presso il quale viene normalmente condotto il business.

L'etichetta non deve contenere necessariamente l'eventuale marchio registrato della fibra utilizzata (ex. Poliestere Dacron) e neppure le "*care information*" dell'indumento.

L'etichetta va applicata in modo che sia leggibile ed accessibile al consumatore al momento dell'acquisto, e può assumere varie forme, dalla stampa diretta sul prodotto alla classica etichetta stampata ed attaccata o cucita.

Per ciò che concerne l'**importazione** dei prodotti, il regolamento la vieta per prodotti completamente sprovvisti di etichetta. Al contrario, è concessa l'importazione di prodotti non correttamente etichettati, purché vengano successivamente etichettati in Canada. In tal caso, inoltre, l'importazione va notificata ad un ufficiale del "*Competition Bureau*", agenzia di polizia nazionale che si occupa della sicurezza dei consumatori. Il nome del Paese d'origine del prodotto non va necessariamente specificato, almeno che sull'etichetta non venga riportato

² Pagine 491-504 dell'accordo CETA ([https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:22017A0114\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:22017A0114(01))) per riferimento specifico a tessuti ed abbigliamento



che si tratta di un prodotto importato: in tal caso, va necessariamente specificato qual è il Paese d'origine.

I prodotti devono anche rispettare determinati requisiti di **infiammabilità**. I prodotti senza superfici costituite da fibre sollevate, devono garantire un tempo di diffusione della fiamma superiore ai 3.5 secondi, mentre diversamente il tempo deve essere superiore ai 4 secondi.

I TREND DEL SETTORE

<https://files.constantcontact.com/27ad2648501/478c370f-f907-467d-b2df-7e0eeba20230.pdf>

Il settore della moda risulta uno dei principali all'interno del territorio canadese, con 50 000 persone impiegate dal settore nel solo territorio dell'Ontario.

Negli ultimi anni il settore sta ritornando ai livelli pre-pandemia. Nel 2022 la crescita del settore è stata pari al 19.6%, mentre nel 2001 la crescita ha raggiunto il 15%. Nel 2022 i volumi di vendita hanno superato del 6.3% quelli del 2019 , anno in cui la famiglia tipo canadese ha speso \$3344 in vestiti ed accessori.

Trendex North America, società di marketing intelligence specializzata nel settore dell'abbigliamento, ha definito alcune previsioni e trend per il 2023:

- è prevista una crescita delle vendite tramite e-commerce del 6.6%;
- il segmento dell'abbigliamento di lusso crescerà del 7%, a causa di una serie di fattori, tra i quali l'aumento del turismo;
- l'abbigliamento di seconda mano e sostenibile aumenterà i propri volumi di vendita, con una crescita pari al doppio dell'intero settore dell'abbigliamento

L' **importazione** d'abbigliamento dall'estero continua a rimanere uno dei driver principali delle vendite del settore. A Novembre 2022, la crescita delle importazioni risultava pari al +36.9%. L'aumento è imputabile a Cina, Vietnam, Bangladesh ed anche Italia, le cui esportazioni sono aumentate del 29.2%.



Canadian Apparel Imports						
	Current Month			Year to Date		
	Sept	Oct	Nov	Sept	Oct	Nov
Total	+42.7%	+26.9%	+28.5%	+38.9%	+37.7%	+36.9%
Men	+59.7%	+42.0%	+43.0%	+48.8%	+48.4%	+48.0%
Women	+40.0%	+23.7%	+28.4%	+39.5%	+37.9%	+37.2%
Children	+4.9%	+2.3%	+20.7%	+19.4%	+17.6%	+17.9%
All Other	+42.9%	+20.2%	+17.6%	+15.9%	+30.0%	+25.5%
China	+33.7%	+7.9%	+14.4%	+38.8%	+34.8%	+32.9%
Bangladesh	+72.0%	+101.4%	+51.1%	+44.0%	+44.3%	+45.0%
Vietnam	+45.5%	+45.6%	+80.9%	+48.5%	+54.3%	+56.7%
Cambodia	+82.5%	+7.9%	+28.6%	+33.2%	+29.5%	+29.5%
India	+44.4%	+20.0%	+9.9%	+65.7%	+61.5%	+56.5%

Importazioni d'Abbigliamento in Canada- Trendex North America, December 2022

Nel corso del 2022, 13 retailers esteri sono entrati a far parte del mercato canadese, contro gli 11 del 2021. Tra queste 13 new entry, 8 provengono dall'Europa e due, Emporio Armani e Fendi, dall'Italia. Infatti, il 29 Giugno 2022 il Gruppo Armani ha aperto il suo primo negozio a marchio Emporio Armani, presso lo Yorkdale Shopping Centre di Toronto

Foreign Apparel Retailers Opening First Store In Canada					
2020		2021		2022	
Retailer	Parent Country	Retailer	Parent Country	Retailer	Parent Country
Aeropostale	US	Alexander McQueen	UK	ACNE Studios	Netherlands
Ba&sh	France	Athleta	US	Alo Yoga	U.S.
Thom Browne	US	Big Frog T-shirts	US	Atelier Murro	Sweden
		Forever 21	US	Emporio Armani	Italy
		Golden Goose	Italy	Fendi	Italy
		Isaia	Italy	GANNI	Denmark
		Lucky Jeans	US	Karl Lagerfeld	Germany
		Punt Roma	Spain	Lafayette 148	U.S.
		Size	UK	Maison Kitsune	France
		The Webster	US	Marc Jacobs	U.S.
		Celine	France	Offline by Aerie	U.S.
				Psycho Bunny	U.S.
				Vilebrequin	France

Aperture di primi negozi da parte di dettaglianti esteri- Trendex North America, December 2022

Inoltre, lo studio di "Ryerson's Centre for the Study of Commercial Activity" mette in evidenza come, nel corso degli anni, sia diminuita la metratura dei negozi di abbigliamento all'interno dei centri commerciali, mentre è aumentata la dimensione media del singolo negozio. Ciò è imputabile al diffondersi dei grandi negozi di marchi quali H&M e Y&M, a discapito di realtà locali più piccole, come Sears Canada che è fallita nel 2008.



Canadian Mall Apparel Specialty Stores Gross Leasable Area (Millions Sq. Ft.)				
	2001	2006	2013	2022
Womens Apparel	2.59	2.66	2.46	2.15
Mens Apparel	0.62	0.44	0.36	0.31
Childrens Apparel	0.30	0.41	0.32	0.30
Unisex Apparel	2.23	2.94	4.03	4.75

Canadian Mall Apparel Specialty Stores Average Sq. Ft.				
	2001	2006	2013	2022
Womens Apparel	2,597	2,743	3,310	3,524
Mens Apparel	2,576	2,708	3,156	3,255
Childrens Apparel	2,377	2,731	3,403	4,241
Unisex Apparel	4,181	5,161	6,011	7,603

Area totale di negozi di abbigliamento e metratura media nel negozio di abbigliamento- Ryerson's Centre for the Study of Commercial Activity

ACCESSORI

www.statista.com

Guanti, scarpe, cravatte, cappelli, cinture

In Canada il mercato di accessori di abbigliamento maschili, quali guanti, cravatte e cappelli ha totalizzato \$1.213 miliardi nel 2023 fino a Settembre ed è attesa una crescita dell'1.6% annuo. La spesa ed il numero di prodotti acquistati per abitante sono rispettivamente pari a \$31.28 e 2.1 pezzi; in Italia invece, il ricavo medio è pari a \$51.05 mentre il numero di prodotti per abitante è pari a 1.6. Ciò evidenzia una differenza nel prezzo medio degli accessori di abbigliamento, imputabile perlopiù ad una differenza di prezzo delle pellicce, che risultano più care in Italia.

Il mercato femminile invece registra ricavi totali pari a \$1.98 miliardi nel 2023 ed una crescita prevista pari all'1.85%. In tal caso la spesa media è pari a \$51.07 (contro i \$67.02 italiani) e il numero di prodotti per abitante è pari a 3.8, mentre in Italia è pari a 1.6.

In generale, è stato registrato un decremento significativo della vendita di **cappelli** in Canada negli anni del Covid. Differentemente dall'Italia, dove il mercato sembra in ripresa e le vendite nell'ultimo anno sono paragonabili a quelle del 2019, in Canada la situazione non è in miglioramento. Inoltre, la piattaforma di business intelligence Statista non prevede grandi novità per il prossimo quinquennio. In Canada, il mercato dei cappelli maschili risulta quello più colpito nei volumi dagli effetti post pandemia, al contrario di cinture, guanti e cravatte che hanno mostrato un trend costante.

Nonostante i fattori macroeconomici particolarmente determinanti di questi anni, i prezzi dei prodotti non hanno mostrato una tendenza particolare, fatta eccezione per gli **accessori in pelle** che hanno visto aumentare il proprio prezzo. In ogni caso, nel 2023 il mercato sta ritornando ai livelli pre-pandemia ed è prevista un'ulteriore crescita nel prossimo quinquennio.

Orologi, gioielleria, valigie, portafogli

I ricavi in questo segmento ammontano a \$6.02 miliardi nel 2023, ed è attesa una crescita del 2.59% annuo fino al 2026. I ricavi per persona ammontano a \$155.5 dollari, cifra paragonabile ai \$152.5 dollari spesi in Italia. Inoltre, ben il 30.8% dei ricavi totali è generato tramite le vendite



online. In generale, è possibile affermare che le vendite siano su livelli più elevati rispetto al 2019.

SCAMBI CANADA-ITALIA

https://www.infomercatiesteri.it/scambi_commerciali.php?id_paesi=39

La bilancia commerciale del settore tessile e dell'abbigliamento pende a favore dell'Italia, che ha visto nel 2022 incrementare le proprie esportazioni e diminuire le importazioni.

I prodotti tessili hanno subito l'aumento più elevato di esportazioni, così come il decremento più significativo delle importazioni, portando all'incremento del 65,92% delle esportazioni nette. Per ciò che concerne gli articoli di abbigliamento e in pelle, le esportazioni nette sono aumentate circa del 55%, confermando come il made in Italy sia sempre più apprezzato in Canada.

IMPORT DAL CANADA			
<i>dati in mln di €</i>	2020	2021	2022
Prodotti tessili	2,25	2,66	2,07
		18,22%	-22,18%
Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	10,15	10,93	10,18
		7,68%	-6,86%
Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	3,98	6,56	5,89
		39,33%	-11,38%

EXPORT IN CANADA			
<i>dati in mln di €</i>	2020	2021	2022
Prodotti tessili	42,53	52,8	85,26
		24,15%	61,48%
Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	202,84	227,1	345,39
		11,96%	52,09%
Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	149,12	198,97	303,99
		25,05%	34,55%

BILANCIA COMMERCIALE			
<i>dati in mln di €</i>	2020	2021	2022
Prodotti tessili	40,28	50,14	83,19
		24,48%	65,92%
Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	192,69	216,17	335,21
		12,19%	55,07%
Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	145,14	192,41	298,1
		32,57%	54,93%