



Bionext



Tendrapport Export Canada

Grote importafhankelijkheid wakkert behoefte lokale productie aan

Bionext maakt zich sterk voor méér duurzame biologische voeding en landbouw. Samen met boeren, handelaren, winkels en consumenten. We geven informatie, zorgen dat biologisch beter verkrijgbaar wordt en we bewaken en verbeteren de kwaliteit van het biologische product. Samen met de biologische sector zorgen we ervoor dat de biologische landbouw en voeding zich steeds verder ontwikkelt. En, heel belangrijk: We brengen mensen in contact met de bron van hun voedsel: de biologische boeren en tuinders!

Biologisch is goed voor mens, dier & milieu. Biologische boeren en tuinders werken niet ten koste van, maar samen mét de natuur. Dat levert lekkere en gezonde producten op én heeft grote voordelen voor dierenwelzijn, biodiversiteit, milieu en voedselzekerheid op de lange termijn (door het behoud van bodemvruchtbaarheid).

Opdrachtgever: Ministerie van Economische Zaken

Karen Stork, m.m.v. Adam Cull (Ministerie van Landbouw en Voeding, Canada)

December 2015

Colofon

Voorbeeld: Deze studie is een samenvatting van het resultaat van het project “Tendrapport Exportlanden” uitgevoerd door Bionext en gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken.

Het (gedeeltelijk) overnemen en/of kopiëren van dit rapport is uitsluitend toegestaan na overleg met Bionext. Bij overname of kopiëren van (delen van) dit rapport moet Bionext als auteur vermeld worden.

**Nadere informatie omtrent het project kan verkregen worden bij Bionext e-mail:
info@bionext.nl**

Bionext
Laan van Vollenhove 3221
3706 AR Zeist
telefoon 030 233 99 70
e-mail: info@bionext.nl
website: www.bionext.nl

Samenvatting

Canada is op Rusland na het grootste land ter wereld, met zowel Engels als Frans als officiële talen. Canada behoort tot de welvarendste landen ter wereld, de economie is sterk op export gericht en nauw verbonden met de economie van de Verenigde Staten.

Canadezen zijn trots op hun land en gewoonten en nationalistisch ingesteld als het gaat om de aankoop van producten. Gezien het klimaat is Canada echter een belangrijke importeur van biologische producten, ongeveer 80% van alle biologische levensmiddelen die in Canada worden vermarkt zijn geïmporteerd, vooral uit de VS, Mexico en Chili.

De exportwaarde biologische producten bedroeg in 2014 458 miljoen dollar¹. De export en import worden gefaciliteerd door Canadese 'equivalency arrangements' met andere landen, zoals Japan, de EU, de VS, Costa Rica, Taiwan en Zwitserland. De waarde van de biologische voedingsmarkt is in Canada sinds 2006 verdrievoudigd en zit daarmee in de top 10 van de wereld. Circa 20 miljoen mensen kopen er wekelijks biologische producten.

Voor de data verzameling van de biologische sector is er nog geen landelijk systeem, waardoor de data inconsistent en niet actueel zijn. Volgens de laatste berichten was de omzet van biologische producten in 2014 3,5 miljard Canadese dollars en heeft daarmee een marktaandeel van ongeveer 2,8%.

Waar het totaal aantal boerenbedrijven tussen 2001 en 2011 in Canada is afgenomen met 17%, groeide het aantal biologische boerenbedrijven met maar liefst 66,5 % en werd daarmee erg belangrijk voor de leefbaarheid van het platteland. Het aantal hectare biologische landbouwgrond besloeg in 2014 900.000 ha., ongeveer 2% van het totale landbouwoppervlak.

Door de groeiende vraag, lage prijzen voor conventionele producten en door stimuleringsinitiatieven wordt verwacht dat het aantal producenten zal toenemen, zodat ze in de pas blijven lopen met het toenemende aantal verwerkers.

De algemene verwachting is dat in Canada vooral de vraag naar biologische groente, fruit, vlees en gevogelte, zuivel, brood en granen zal toenemen. De intentie is om dat vooral in eigen land te laten produceren.

¹ https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/COTA_GlobeAndMail_2014.pdf



Inhoudsopgave

Samenvatting	1
1 Algemene informatie Canada	3
1.1 Het land	3
1.2 Inwoners en oppervlakte	3
1.3 Economische ontwikkelingen	3
1.4 Culturele aspecten	3
2 Biologische marktinformatie Canada	4
2.1 Actuele marktinformatie	4
2.2 Verhouding landbouwareaal bio en omzet bio	4
2.3 Standaard	5
2.4 Onderzoek	6
2.5 Productcategorieën:	6
2.6 Distributiestructuur	6
2.7 Consumenten	7
2.8 Import en export	8
3 Verwachtingen en kansen	9
4 Bronnen en informatie	10



Algemene informatie Canada

1.1 Het land

Canada is een land in het noorden van Noord-Amerika. In het zuiden wordt het door de Verenigde Staten begrensd en in het oosten door de Atlantische Oceaan. De westelijke grens wordt gevormd door de Amerikaanse staat Alaska en de Grote Oceaan en in het noorden ligt de Noordelijke IJszee. De hoofdstad van Canada is Ottawa en de grootste steden zijn Toronto, Montreal, Vancouver en Calgary. Het is een tweetalig land waar zowel Engels als Frans een officiële status hebben.

1.2 Inwoners en oppervlakte

Canada is met een oppervlakte van 9.984.670 km² op Rusland na het grootste land ter wereld. De meeste van de 34.834.841 (2014) inwoners van Canada wonen in een strook van 200 kilometer langs de grens met de Verenigde Staten. De noordelijke delen van de provincies zijn dan ook schaars bevolkt.

Canada is altijd een immigratieland geweest en er zijn mensen vanuit de hele wereld te vinden. In het westen zijn veel Oekraïners neergestreken. Op vele plaatsen wonen Nederlandstalige immigranten, die er vooral in de jaren na de Tweede Wereldoorlog naar toe zijn gegaan. Ook uit Azië zijn velen naar Canada getrokken, vooral naar de westkust waar veel Canadezen van Chinese origine wonen. In de jaren '80 en '90 zijn veel Chinezen vanuit Hongkong naar Vancouver geëmigreerd. In Quebec zijn gemeenschappen uit Haïti en Franstalig Afrika.

1.3 Economische ontwikkelingen

Canada heeft een hoog ontwikkelde industriële markteconomie, die sterk op de export is gericht en nauw verbonden is met de economie van de Verenigde Staten. Met een bruto nationaal product (bnp) per hoofd van de bevolking van \$43.100 (2013) behoort Canada tot de welvarendste landen ter wereld. Ongeveer driekwart van de beroepsbevolking is werkzaam in de dienstensector, die daarmee verreweg de belangrijkste is. Bosbouw, mijnbouw en visserij zijn eveneens belangrijke bronnen van inkomsten. Landbouw is vooral van belang in de prairies en delen van Ontario.

1.4 Culturele aspecten

Nederlanders en Canadezen spreken meestal snel 'dezelfde taal'. Toch zijn er culturele en sociale verschillen waarmee u rekening moet houden.

In de verschillende regio's bestaan er verschillen in sociale gebruiken. Dit heeft te maken met de uitgestrektheid van het land en de verschillende cultuurhistorische achtergronden. In Ontario is de overeenkomst met de Amerikaanse sociale gebruiken het grootst. In Quebec neemt de zakenlunch een belangrijke plaats in. In het westen vindt zakendoen vaak in een ontspannen sfeer plaats. Bij een bespreking is het gebruikelijk visitekaartjes uit te wisselen. De functiebenaming speelt een grote rol. Een regionale verkoper kan gerust 'Marketing Manager' genoemd worden, terwijl een verkoopdirecteur voor een 'Vice President Sales' kan doorgaan.



Het is de gewoonte om bij het voorstellen de voornaam te gebruiken. Een Canadees zal uw voornaam meteen in het gesprek gebruiken. Het is een goede zaak om dan ook uw gesprekspartner met de voornaam aan te spreken. Na enige formele inleidingen wordt het gesprek inhoudelijk van aard. Wees goed voorbereid en neem ter plekke beslissingen, als u daartoe het mandaat heeft. Heeft u geen mandaat, zorg dan voor een snelle follow-up. Een Canadees is minder direct dan een Amerikaan. Hij zal minder snel het initiatief nemen om een besproken zaak af te ronden. Uw zakenrelatie zal het waarderen als u hem of haar voor de lunch uitnodigt. Verwacht u (te) laat te komen op een afspraak, bel dan om uw zakenrelatie in te lichten.

1.4.1 Do's-and-don'ts

Canadezen zijn trots op hun land en gewoonten. Zij hebben er moeite mee om over één kam te worden geschoren met Amerikanen.

Roken is niet toegestaan in publieke gebouwen, behalve in speciale rookkamers. Roken wordt steeds minder geaccepteerd.

In het algemeen geldt: beter te formeel dan te informeel gekleed. Bij een informele bijeenkomst (bijvoorbeeld een barbecue) voldoet de in Nederland gebruikelijke vrijetijdskleding uitstekend.²

2 Biologische marktinformatie Canada

2.1 Actuele marktinformatie

Volgens industrieel analisten is de biologische voedselmarkt de meest dynamische en snelst groeiende sector van de wereld voedselmarkt. De waarde van de biologische voedingsmarkt is in Canada sinds 2006 verdrievoudigd en is momenteel de vijfde ter wereld.

De data verzameling in Canada wordt uitgevoerd door vrijwilligers, provinciale organisaties en een aantal overheden. Zolang er geen landelijk systeem is blijven de data inconsistent. In november 2013 bracht de COTA (Canada Organic Trade Association) het rapport 'The National Organic Market: Growth, Trends and Opportunities' uit, dat een beeld schetst van de biologische markt in Canada. Cijfers uit dat jaar wijzen uit dat het marktaandeel biologisch 2,8 procent bedroeg, met een omzet van 2,37 miljard euro (3,25 miljard Canadese dollars). Volgens de laatste berichten van de COTA is dat in 2014 gestegen naar 3,5 miljard Canadese dollars. In Canada kopen 20 miljoen mensen wekelijks biologische producten³.

2.2 Verhouding landbouwareaal bio en omzet bio

Het economische belang van de landbouw is de laatste tientallen jaren drastisch afgenomen, en bedraagt nu nog ca. 2% van het bnp. De sterk gemechaniseerde sector produceert voor de binnenlandse markt en in toenemende mate voor de export. Canada telt ca. 280.000, vaak grote landbouwbedrijven (gemiddeld 247 ha groot), die ca. 8,5% cultuurgrond in gebruik hebben. Sinds de jaren tachtig is de totale productie, die jaarlijks met ca. 2,5% toeneemt, verder geïntensiveerd; er zijn steeds minder bedrijven met steeds meer grond. De belangrijkste agrarische gebieden liggen in de provincies Alberta, Saskatchewan en Manitoba.

² <http://www.rvo.nl/onderwerpen/internationaal-ondernemen/landenoverzicht/canada/dos-and-donts>

³ <http://www.ota.com/canada-ota/learn-about-organic-canada>



Het allerbelangrijkste product is nog steeds tarwe, grotendeels afkomstig uit bovengenoemde prairieprovincies. Van de daar geproduceerde tarwe wordt ca. 75% geëxporteerd. Andere belangrijke producten zijn: haver, gerst, gemengde granen, maïs (vooral in Ontario), rogge, aardappelen, oliehoudende gewassen als vlas en raapzaad, en in veel mindere mate peulvruchten, suikerbieten, groenten, tabak (Ontario), voedergranen en fruit.⁴

Waar het aantal boerenbedrijven tussen 2001 en 2011 in Canada is afgenomen met 17%, groeide het aantal biologische boerenbedrijven met maar liefst 66,5 % en werd daarmee erg belangrijk voor de leefbaarheid van het platteland. Gemiddeld is 8% van de boeren jonger dan 35 jaar, in de biologische groep is dat 12%. 1,8% van de boeren bedrijven werkt biologisch en biedt daarmee 3,75% van de agrarische werknemers werk. Het aantal biologische boeren is in 2013 vanwege de wereldwijde recessie wel afgenomen, vooral in de Prairie regio (Saskatchewan), tot 3513. Het aantal hectare bleef echter licht groeien en besloeg in 2014 900.000 ha., ongeveer 2% van het totale landbouwooppervlak.⁵ Saskatchewan heeft het grootste aantal biologische bedrijven, 97% daarvan betreft vollegrondse teelt. Bovendien is in Canada 67 ha bos en 71.820 ha bestemd voor 'wild-oogst', waarvan meer dan de helft voor maple syrup.

Door de groeiende vraag, lage prijzen voor conventionele producten en door stimuleringsinitiatieven wordt verwacht dat het aantal producenten zal toenemen, zodat ze in de pas blijven lopen met het toenemende aantal verwerkers.⁶

In 2012/2013 produceerden 209 biologische boeren meer dan 950.000 hectoliter melk, wat 1,2% van de totale Canadese productie bedroeg. Geschat wordt dat er tussen de 15.000 en 16.000 melkkoeien zijn, waarvan de meeste in Ontario en Quebec.

Sinds half 2012 bestaan in Canada de 'Organic Aquaculture Standards', waarbij in 2013 16 bedrijven waren aangesloten, die bij 42 locaties beheren en onder andere mosselen (Atlantic region), kaviaar en finfish (Ontario en British Columbia) en zeewieren produceren.

2.3 Standaard

Op verzoek van de biologische sector en consumenten is de Canada Organic Regime opgericht, om standaarden te ontwikkelen (Organic Products Regulation) waar biologische producten aan moeten voldoen. Sinds 30 juni 2009 zijn deze standaard van kracht en alleen producten die hieraan voldoen mogen het 'Canada Organic' logo dragen. De Canadian Food Inspection Agency (CFIA) ziet toe op monitoring en handhaving van deze standaard. De door de Canada Organic Regime geaccrediteerde Certification Bodies zien toe op naleving van de standaard. In 2015 zijn na jaren van onderzoek en gesprekken met betrokkenen onder toezicht van de Canadian General Standards Boards de Canadian Organic Standards herzien⁷. Middels webinars worden aangesloten bedrijven in de gelegenheid gesteld om de belangrijkste wijzigingen te weten te komen.

⁴ <http://www landenweb.nl/canada/economie>

⁵ https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/COTA_GlobeAndMail_2014.pdf

⁶ Bron: The world of organic agriculture, FiBL and IFOAM

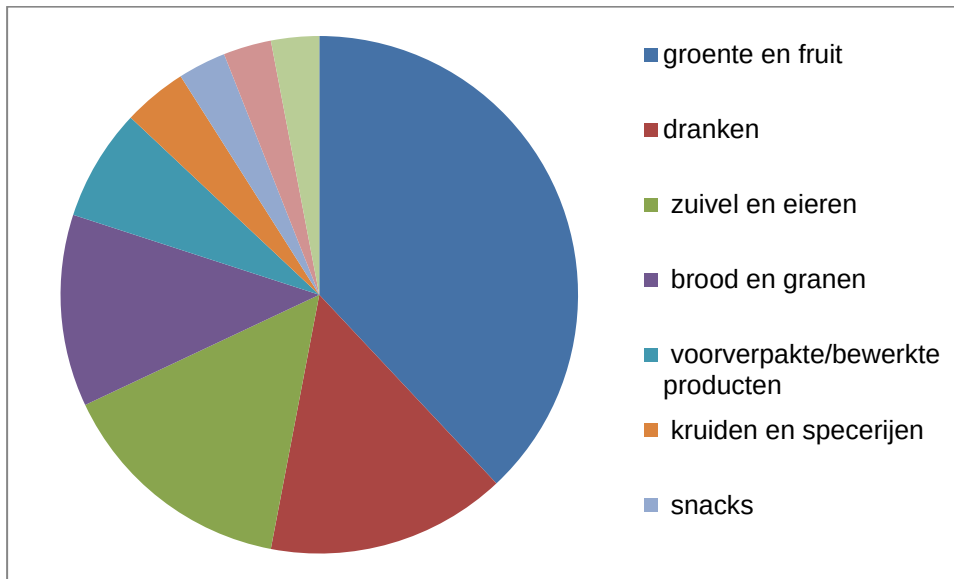
⁷ <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-2009-176/index.html>



2.4 Onderzoek

Na de Organic Science Cluster I, een onderzoeksprogramma dat van 2009 tot 2013 liep is er nu Organic Science II (2013-2018). De Canadese overheid heeft hiervoor 8 miljoen Canadese dollars beschikbaar gesteld. Het is een industry-supported onderzoeks- en ontwikkelingsprogramma met thema's als concurrentieversterking, bewustwording, marktgroei en duurzaamheid. 200 onderzoekers werken samen om de biologische productie te bevorderen.

2.5 Productcategorieën:



Productcategorieën gemeten in kruidenierswinkels, hypermarkten en drogisterijen.

38% groente en fruit
15% dranken
15% zuivel en eieren
12% brood en granen
7% voorverpakte/bewerkte producten
4% kruiden en specerijen
3% snacks
3% bulk
3% vlees, kip en vis⁸

2.6 Distributiestructuur

Canada heeft ongeveer 1500 biologische handels- en verwerkingsbedrijven, wat een stijging inhoudt van 14% t.o.v. 2012. De toename wordt verklaard vanuit de toenemende vraag van consumenten naar biologische producten. In de belangrijkste supermarkten verschijnen steeds meer nieuwe producten en de schapruimte neemt toe. De toenemende zorgen over dierenwelzijn en het gebruik van antibiotica zijn aanleiding voor retailers om in gesprek te gaan met producenten om hun productiemethode aan te passen.

⁸ The Nielsen Company 2012 (Website COTA)



Afzetkanaal	2006	2012
Supermarkten, hypermarkten en drogisterijen	59%	45%
Natuurvoedingswinkel en online	33%	29%
Boerenmarkten, groenteabonnements en boerderijverkoop	7%	13%
Catering	1%	12%
Coöperaties	0,5%	0,5%

Walmart Canada heeft eind 2015 ongemerkt diverse biologische producten onder het Great Value-huismerk in de schappen gelegd. Er zijn zo'n 12 biologische Great Value-producten te vinden op de website www.walmart.ca die er niet eerder waren. De producten, die variëren van koekjes tot pasta tot popcorn, zijn allemaal voorzien van het Canadese biologo. Dit is een ontwikkeling die eerder al plaats heeft gevonden bij Walmart in de Verenigde Staten. Daar begon 's werelds grootste retailer in 2014 met de verkoop van een verzameling biologische producten onder het biomerkt Wild Oats, tegen prijzen die 25 procent lager liggen dan van vergelijkbare producten. "Ze hebben dit in de VS al gedaan. Hiermee willen ze de prijs van bioproducten verlagen en de producten hiermee toegankelijk maken voor iedereen", zegt retailexpert Keith Howlett. Volgens experts kan deze ontwikkeling druk zetten op de conventionele supermarktketens zoals Loblaw, Sobeys, Metro en Safeway. Deze supermarkten moeten nu niet alleen hun biologische aanbod versterken bij hun discount-labels die direct concurreren met Walmart, maar ze moeten nu ook letten op de prijzen van concurrerende producten. Loblaw verkoopt 275 huismerkproducten onder zijn PC Organics-label, terwijl Sobeys 160 biologische producten onder zijn huismerk aanbiedt.⁹ Overige belangrijke retailers zijn Cost-Co and Whole Foods.

2.7 Consumenten

In 2014 kochten 20 miljoen Canadezen wekelijks biologische producten. British Colombia is relatief de sterkste markt voor biologische producten in Canada; 66% van de inwoners koopt wekelijks bioproducten. De grootste markt echter is in Ontario.

Canadezen zijn nationalistisch: ze zullen Canadese producten prefereren boven buitenlandse producten, maar de prijs is nog altijd één van de belangrijkste factoren bij aankoopkeuzes.

Sinds 2008 organiseren de Canada Organic Trade Association (COTA), de Canadian Organic Growers (COG) en Canadian Health Food Association gezamenlijk de Organic Week. Grote retailers als Loblaw en Sobeys haken hierbij aan, evenals honderden onafhankelijke winkeliers en natuurvoedingswinkels. Canadezen worden zich steeds bewuster van wat ze eten en waar het geproduceerd wordt. Gezonde voeding, het ondersteunen van lokale bedrijven, dierenwelzijn en de milieubelasting van gangbare teelt zijn de overwegingen van Canadezen om biologische producten te kopen. Het belangrijkste voor hen is wat er niet in zit.

Een plaats waar Canadezen veel wordt bijgebracht over biologische voeding is de The Big Carrot¹⁰, een coöperatie in Toronto, waar consumenten naast een enorm aanbod levensmiddelen en verzorgingsproducten ook terecht kunnen voor gratis voedingsadviezen, educatiedagen en lezingen.

⁹ <http://www.biojournaal.nl/artikel/21152/Walmart-Canada-stunt-met-bio-producten>

¹⁰ www.thebigcarrot.ca



2.7.1 Consumentenprofiel

Canadese consumenten tonen een grote voorkeur voor producten met het Canada Organic logo en kiezen bij voorkeur voor lokaal of op zijn minst voor in Canada geproduceerd voedsel. Zuivelproducten, roasted-in-Canada koffie, sojadrinks, eieren en brood zijn de belangrijkste Canadese producten voor consumenten.



Van de mensen in Canada die wekelijks het meest biologisch kopen:

- is 66% British Columbians
- is 63% afkomstig uit de grootste steden van Canada
- heeft 62% kinderen jonger dan 2 jaar
- is 62% tussen 35 en 44 jaar oud
- is 61% universitair opgeleid

Meer dan de helft van de Canadese consumenten gelooft dat biologische landbouw beter is voor het milieu en bijna de helft beschouwt het als beter voor de gezondheid, vindt ecologische duurzaamheid een belangrijk aspect om voor bioproducten te kiezen en wil kiezen voor GMO-vrije voeding. 98% van de biologische consumenten verwacht het komende jaar meer te spenderen aan biogroente en -fruit.

2.8 Import en export

2.8.1 Import

Canada is een belangrijke importeur van biologische producten, ongeveer 80% van alle biologische levensmiddelen die in Canada worden vermarkt zijn geïmporteerd. Het meeste wordt geïmporteerd uit de VS, Mexico en Chili, aangevuld door diverse andere landen. (AAFC).¹¹

De belangrijkste producten die vanuit de VS worden zijn geïmporteerd zijn groenten (top 3: sla, spinazie en wortelen) en fruit (top 3: aardbeien, appels en blauwe bessen).

Adam Cull, Sector Specialist bij het ministerie van Landbouw en Voeding van Canada: 'Vanwege het klimaat en de tekorten in de aanvoer in Noord Amerika importeert Canada de meeste verse goederen in het winterseizoen. Sommige retailers geven de voorkeur aan een jaarrond aanvoer, dus we importeren jaarrond groenten en fruit met uitschieters in de winter. Het is moeilijk om aan te geven waar Canada de meeste behoefte aan heeft, omdat we nog een beperkte handelsdata verzameling hebben. In ieder geval heeft Canada beperkt biologische teelt en is het land sterk afhankelijk van import en uiteraard voor tropisch fruit, groenten, noten, suiker, vanille, olijven, etcetera.'

¹¹ <http://www5.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/5619-eng.pdf>



2.8.2 Export

De exportwaarde biologische producten bedroeg in 2014 458 miljoen dollar¹². De export en import worden gefaciliteerd door Canadese 'equivalency arrangements' met andere landen, zoals Japan, de EU, de VS, Costa Rica, Taiwan en Zwitserland. Hierdoor heeft Canadese export toegang tot 95% van de biologisch wereldmarkt.

Biologische geïmporteerde producten vanuit landen waarmee Canada een equivalentie overeenkomst heeft gesloten moeten gecertificeerd zijn door een instantie die is geaccrediteerd in dat land en dat is erkend door Canada. Deze producten mogen dan het Canadese biologische logo voeren¹³. Met Mexico, Japan en Zuid Korea lopen onderhandelingen om ook tot handelsverdragen te komen. Het huidige handelsverdrag met de EU houdt in dat Canada alleen producten van Canadese oorsprong mag exporteren naar de EU, terwijl Canada alle producten vanuit de EU accepteert. Er zijn onderhandelingen gaande om die afspraken te versoepelen.

Canada exporteert een breed palet aan biologische producten. Zoals van de 'broodmand van de wereld' verwacht kan worden is tarwe het belangrijkste exportproduct. Maar ook haver, gerst, linzen, lijnzaad, erwten, spelt, sojabonen, mais, zonnebloemen, en esdoornsiroop en voorverpakte en kant-en-klare producten in elke categorie¹⁴. Maar ook 'superfoods', zoals hennep worden geëxporteerd. Het merendeel van de export gaat naar de Verenigde Staten, de Europese Unie en Japan.

3 Verwachtingen en kansen

Het rapport van de COTA, The Organic Market: Growth, Trends and Opportunities, 2013 schetst de volgende verwachtingen en kansen:

- De Canadese consumentenmarkt moet verder verbreden en verdiepen.
- De verwachting is dat in Canada vooral de vraag naar groente, fruit, vlees en gevogelte, zuivel, brood en granen zal toenemen.
- Er moet vooral lokaal en Canadees geproduceerd voedsel komen, dat middels direct marketing verkocht wordt.
- Er is behoefte aan opschaling en het bouwen aan relaties met trendsetters en innovators.
- Foodservice niches zoals verse koffie en salades slaan goed aan, wat is het volgende product?
- Ontwikkelen van de biologische vlees- en gevogeltesector
- Verbeteren van onderzoek, om de weerstanden en motivatie van consumenten te begrijpen
- Verbeteren van een systeem om teelt-, productie-, verkoop- en groeicijfers te verzamelen en analyseren, zodat de ontwikkeling van de sector en consumententrends beter gemonitord kan worden.¹⁵

¹² https://ota.com/sites/default/files/indexed_files/COTA_GlobeAndMail_2014.pdf

¹³ <http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/equivalence-arrangements/eng/1311987562418/1311987760268>

¹⁴ <http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/statistics-and-market-information/by-product-sector/organic-products/organic-production-canadian-industry/canada-s-organic-industry-at-a-glance-2009/?id=1276292934938>

¹⁵ The Canadian Organic Market: Growth, Trends and Opportunities, 2013 COTA



4 **Bronnen en informatie**

www.otacanada.ca Canada Organic Trade Association

<http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/eng/1300139461200/1300140373901> Informatie over certificering, standaarden en labels.

www.unfi.ca UNFI Canada is Canada's grootste distributeur van biologische, Natuurlijke, kosher en ethnische levensmiddelen en verzorgingsproducten. UNFI Canada is onderdeel van UNFI, de grootste distributeur van Noord-Amerika van deze producten.

www.cog.ca Canadian Organic Growers

www.chfa.ca Canadian Health Food Association

<http://www.inspection.gc.ca> Canadian Food Inspection Agency

www.usc-canada.org Internationale non profit ontwikkelingsorganisatie, met programma's voor voedselzekerheid, biodiversiteit, klimaatveranderings- en armoedebestrijding.

www.certifiedorganic.bc.ca Certified Organic Association in British Columbia

<http://www.agr.gc.ca> Canadese Ministerie van Landbouw en Voeding

