

## **Συνοπτική παρουσίαση και τρέχουσες τάσεις κλάδου τροφίμων στην Σιγκαπούρη**

Η Σιγκαπούρη εισάγει πάνω από το 90% των τροφίμων της λόγω της ανυπαρξίας εκτάσεων γης διαθέσιμης για γεωργικές εκμεταλλεύσεις. Η διατροφή των 5,7 εκατομμυρίων κατοίκων της χώρας, βασίζεται κυρίως σε εξωτερικές πηγές για προμήθειες τροφίμων – δημιουργώντας ευκαιρίες για διεθνή προϊόντα και εταιρείες να εξαγάγουν στη Σιγκαπούρη. Η Αυστραλία, η Κίνα, η Ινδονησία, η Μαλαισία και οι Ηνωμένες Πολιτείες αποτελούν τους κύριους προμηθευτές τροφίμων της χώρας.

Η βιομηχανία τροφίμων και αγροτικών επιχειρήσεων της Σιγκαπούρης μπορεί να χωριστεί σε τρία τμήματα - λιανικό εμπόριο, υπηρεσίες εστίασης και παραγωγή/εισαγωγή τροφίμων.

### **1) Λιανεμπόριο**

Ο τομέας λιανικής πώλησης της Σιγκαπούρης κυριαρχείται από τρεις αλυσίδες σούπερ μάρκετ - NTUC FairPrice, Dairy Farm International και Sheng Siong Group.

Η NTUC Fairprice Co-operative Ltd ιδρύθηκε από το εργατικό κίνημα το 1973, με κοινωνική αποστολή να μετριάσει το κόστος ζωής στη Σιγκαπούρη. Ξεκινώντας με ένα σούπερ μάρκετ το 1973, αποτελεί σήμερα τον μεγαλύτερο λιανοπωλητή της Σιγκαπούρης που εξυπηρετεί πάνω από μισό εκατομμύριο αγοραστές καθημερινά, με ένα δίκτυο με περισσότερα από 130 καταστήματα. Ως ο κορυφαίος παίκτης στο λιανικό εμπόριο παντοπωλείων στη Σιγκαπούρη, η NTUC FairPrice προσφέρει μερικά από τα πλέον δημοφιλή διατροφικά προϊόντα στη χώρα και εξυπηρετεί τόσο τους καταναλωτές χαμηλότερων εισοδημάτων, όσο και τους καταναλωτές με υψηλότερο εισόδημα μέσω των διαφορετικών μορφών καταστημάτων, σούπερ μάρκετ και υπεραγορών.

Η Dairy Farm International είναι μέλος του Ομίλου Jardine Matheson και η διαχείριση των δραστηριοτήτων της γίνεται από το Χονγκ Κονγκ. Στη Σιγκαπούρη, αποτελούν την δεύτερη μεγαλύτερη αλυσίδα με βάση τα μερίδια αγοράς. Υπό το πλαίσιο της Dairy Farm International λειτουργούν στη Σιγκαπούρη διαφορετικές αλυσίδες καταστημάτων οι οποίες απευθύνονται, έκαστη, σε διαφορετικό κοινό - Τα σούπερ μάρκετ Cold Storage και Market Place απευθύνονται σε μεσαίου μεγέθους καταναλωτές, ενώ οι υπεραγορές Giant απευθύνονται σε καταναλωτές χαμηλότερων εισοδημάτων.

Η Sheng Siong Group, μια εγχώρια εταιρεία εισηγμένη στο Χρηματιστήριο της Σιγκαπούρης, είναι η τρίτη μεγαλύτερη αλυσίδα σούπερ μάρκετ με τα καταστήματα της να απευθύνονται κυρίως σε καταναλωτές που είναι "ευαίσθητοι" στις τιμές των προϊόντων που επιλέγουν. Η εταιρεία Sheng Siong Group αναμένεται να επεκτείνει την παρουσία της και να ανοίξει περισσότερα σούπερ μάρκετ σε νέους χώρους, πιθανότατα υπό διαφοροποιημένη ονομασία προσπαθώντας να απευθυνθεί με την σειρά της σε καταναλωτές υψηλότερων εισοδημάτων.

Ο υπόλοιπος τομέας είναι κατακερματισμένος και αποτελείται από μικρά, ως επί το πλείστον οικογενειακά καταστήματα που βρίσκονται σε κατοικημένες περιοχές και μια χούφτα εξειδικευμένα καταστήματα λιανικής πώλησης (delicatessen) που διακινούν προϊόντα υψηλής ποιότητας και απευθύνονται σε ενημερωμένους και εύπορους καταναλωτές, συμπεριλαμβανομένων των υψηλής κατάρτισης και εισοδημάτων δυτικών που εργάζονται στην χώρα (niche and higher-end consumers).

Τα εξειδικευμένα καταστήματα που στοχεύουν στην αγορά αυτή εισαγάγουν προϊόντα αειφόρου προέλευσης, αειφόρου καλλιέργειας και γενετικά μη τροποποιημένα (sustainably-sourced, sustainably-farmed and non-GMO products). Τα πλέον γνωστά από αυτά είναι τα Little Farms, Farm 'N Pantry και The Fishwives.

Το διαδικτυακό λιανικό εμπόριο συνεχίζει να κερδίζει έδαφος ιδιαίτερα μεταξύ των εργαζομένων ενηλίκων, καθώς τους παρέχει ευελιξία να ψωνίζουν όλο το εικοσιτετράωρο και παρέχουν παράδοση στο σπίτι. Το RedMart είναι ο μεγαλύτερος διαδικτυακός λιανοπωλητής παντοπωλείου στη Σιγκαπούρη και ανήκει στον Lazada που υποστηρίζεται από την Alibaba. Η Amazon ξεκίνησε την υπηρεσία Prime Now τον Ιούλιο του 2017 και τα προϊόντα παντοπωλείου είναι διαθέσιμα στην πλατφόρμα. *Αν και το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών εξακολουθεί να προμηθεύεται τα τρόφιμα του μέσω φυσικών καταστημάτων (76.2% το 2021) ένα ποσοστό καταναλωτών (ιδιαίτερα οι νεότερες γενιές) κάνουν τις αγορές τροφίμων τους αποκλειστικά μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες (13.8% το 2021). Οι προβλέψεις των ειδικών τοποθετούν το μερίδιο αγορών τροφίμων μέσω διαδικτυακών καταστημάτων σε ποσοστό 23.5% μέχρι το 2025.*

Κανάλια διανομής υπεραγορών και καταστημάτων λιανικής. Οι κύριες αλυσίδες σουπερμάρκετ προμηθεύονται προϊόντα είτε μέσω απευθείας εισαγωγών είτε μέσω τοπικών εισαγωγέων και διανομέων. Όταν οι πωλήσεις των προϊόντων είναι σημαντικές σε όγκο και ζήτηση, οι αλυσίδες σουπερ μάρκετ επιλέγουν όλο και περισσότερο να εισάγουν τα προϊόντα απευθείας.

Σε πολλές περιπτώσεις και για συγκεκριμένες χώρες από τις οποίες προέρχεται σημαντικό μερίδιο διαφοροποιημένων προϊόντων, για παράδειγμα την Αυστραλία, οι έμποροι λιανικής απευθύνονται σε εταιρείες διεκπεραίωσης (consolidators). Με αυτό τον τρόπο, οι εξαγωγείς που προμηθεύουν τις εταιρείες διεκπεραίωσης μπορούν να παραδίδουν παραγγελίες σε μικρότερους όγκους, σε σύγκριση με το μοντέλο της άμεσης εισαγωγής.

Η διανομή σε λαϊκές αγορές, μικροπωλητές, μικρά παντοπωλεία και συνοικιακά καταστήματα γίνεται συνήθως από διανομείς και ενδιάμεσους χονδρεμπόρους. Οι μεγαλύτεροι διανομείς έχουν συνήθως τις δικές τους

εγκαταστάσεις για να χειρίζονται ευπαθή αγαθά και δυνατότητες για επανασυσκευασία και διανομή στους πελάτες τους.

## **2) Υπηρεσίες Εστίασης**

Η Σιγκαπούρη έχει έναν ακμάζοντα και συνεχώς εξελισσόμενο τομέα υπηρεσιών εστίασης, ο οποίος και αντικατοπτρίζει σε μεγάλο βαθμό την κατάσταση της οικονομίας. Με μια, εκτός κρίσεων, σταθερή ροή διεθνών επισκεπτών και με δεδομένη την τάση των ντόπιων κατοίκων να τρώνε συχνά έξω, ο τομέας των υπηρεσιών εστίασης στη Σιγκαπούρη παρουσιάζει ιδιαίτερη ζωτικότητα.

Σύμφωνα με την Στατιστική Υπηρεσία της Σιγκαπούρης, το 2019 υπήρχαν περισσότερα από 7.200 καταστήματα τροφίμων και ποτών στη Σιγκαπούρη, συμπεριλαμβανομένων των εστιατορίων, των καφέ, των σνακ μπαρ, των εστιατορίων γρήγορου φαγητού κ.λπ. Το 2019, υπήρχαν 491 καταστήματα γρήγορου φαγητού στη Σιγκαπούρη. Η Σιγκαπούρη είναι μια ανταγωνιστική αγορά για καταστήματα γρήγορου φαγητού και πολλές γνωστές δυτικές αλλά και ασιατικές αλυσίδες έχουν εδώ παραρτήματα.

Σύμφωνα με την στατιστική Υπηρεσία της Σιγκαπούρης τα έσοδα στο τμήμα διαδικτυακών παραγγελιών τροφίμων ( Online Food Delivery) προβλέπεται να φτάσουν τα 531,50 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2022. Τα έσοδα αναμένεται να παρουσιάσουν ετήσιο ρυθμό αύξησης (CAGR 2022-2026) 9,58%, με αποτέλεσμα ο προβλεπόμενος όγκος αγοράς αναμένεται να φτάσει τα 766,30 εκατομ. δολάρια ΗΠΑ έως το 2026. Το μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς αφορά την Παράδοση από Εστιατόριο σε Καταναλωτή με προβλεπόμενο όγκο αγοράς 377,30 εκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ το 2022. Τα μέσα έσοδα ανά χρήστη στο τμήμα διαδικτυακών παραγγελιών τροφίμων προβλέπεται να ανέλθουν στην Σιγκαπούρη σε 189,50 \$ ΗΠΑ το 2022. Στο ίδιο τμήμα, ο αριθμός των χρηστών αναμένεται να ανέλθει σε

3,9 εκατομμύρια χρήστες έως το 2026. Η διείσδυση των χρηστών θα είναι 47,2% το 2022.

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από το Rakuten Insight τον Απρίλιο του 2022, το 77 % των ερωτηθέντων στη Σιγκαπούρη δήλωσε ότι το GrabFood ήταν η εφαρμογή παράδοσης φαγητού που χρησιμοποιούσαν περισσότερο. Η εφαρμογή αναπτύχθηκε από τη startup της Σιγκαπούρης Grab, την πρώτη εταιρεία ανάλογου λογισμικού στη χώρα.

Το Συμβούλιο Τουρισμού της Σιγκαπούρης ανέφερε ότι το 2019, τελευταίο έτος προ πανδημικής κρίσης, η Σιγκαπούρη δέχτηκε 19,1 εκατομμύρια επισκέπτες που ξόδεψαν σε εισπράξεις 3,97 δισεκατομμυρίων S\$ σε τρόφιμα και ποτά το 2019. Η ευρωστία του κλάδου επικυρώθηκε όταν κυκλοφόρησε ο πρώτος Οδηγός Michelin της Σιγκαπούρης το 2016.

Κανάλια διανομής για υπηρεσίες εστίασης. Είναι ασυνήθιστο για εταιρείες παροχής υπηρεσιών εστίασης όπως ξενοδοχεία και όμιλοι εστιατορίων να εισάγουν οι ίδιες προϊόντα λόγω μικρού όγκου παραγγελιών. Για το λόγο αυτό εξαρτώνται κυρίως από τοπικούς διανομείς για τις όποιες προμήθειες.

### **3) Παραγωγή/εισαγωγή τροφίμων.**

Ο κλάδος παραγωγής και εισαγωγής τροφίμων της Σιγκαπούρης σύμφωνα με την SPRING Singapore, υπηρεσία που υπάγεται στο Υπουργείο Εμπορίου και Βιομηχανίας (Ministry of Trade and Industry) αποτελείται από 847 εταιρείες και συνεισφέρει περίπου στο 1% του ΑΕΠ της χώρας.

Με την επιστήμη και την τεχνολογία των τροφίμων να αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία στην αλυσίδα παραγωγής, οι εταιρείες παραγωγής τροφίμων της Σιγκαπούρης επενδύουν στην E&A για περισσότερα πρωτοποριακά και νεωτεριστικά προϊόντα στην αγορά και

επενδύουν ιδιαίτερα στις διαδικασίες παραγωγής και συσκευασίας για να προσφέρουν στους καταναλωτές προϊόντα καλύτερης ποιότητας.

Τον Νοέμβριο του 2016, η κυβέρνηση της Σιγκαπούρης κυκλοφόρησε έναν Χάρτη Μετασχηματισμού Βιομηχανίας για τον κλάδο, με όραμα την ανάπτυξη της Σιγκαπούρης ως τον κορυφαίο επισιτιστικό και διατροφικό κόμβο της Ασίας. Δεδομένων των περιορισμένων γεωργικών πόρων, αυτός ο τομέας εξαρτάται ουσιαστικά από τις εισαγωγές συστατικών και πρώτων υλών.

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι δεν καταναλώνονται τοπικά όλα τα εισαγόμενα τρόφιμα και προϊόντα της αγροτοβιομηχανίας, με σχεδόν το 20 έως 25% όλων των εισαγόμενων τροφίμων να επανεξάγονται στην περιοχή και πέραν αυτής.

Στη Σιγκαπούρη βρίσκονται τα περιφερειακά κεντρικά γραφεία πολλών παγκόσμιων εταιρειών και βάση εμπορών βασικών προϊόντων και πρώτων υλών που εξυπηρετούν την περιοχή. Καθώς η περιοχή του ASEAN συνεχίζει να αναπτύσσεται οικονομικά, οι περιφερειακές αγορές προσβλέπουν στη Σιγκαπούρη για τάσεις και πρότυπα ποιότητας καθιστώντας τη Σιγκαπούρη σημαντικό κόμβο εμπορίου και διανομής τροφίμων και αγροτικών προϊόντων.

## **Ευκαιρίες εισόδου στην αγορά της Σιγκαπούρης για ελληνικά διατροφικά προϊόντα.**

Υπάρχει ενδιαφέρον της αγοράς για τις ακόλουθες κατηγορίες:

- γαλακτοκομικά
- ποιοτικά κρέατα
- θαλασσινά
- υγιεινή διατροφή
- βιολογικά τρόφιμα
- προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας

### **Ανταγωνιστικό περιβάλλον.**

Η Σιγκαπούρη έχει μια εξαιρετικά ανεπτυγμένη ανοιχτή και προσανατολισμένη στο εμπόριο οικονομία της αγοράς λόγω της σχετικά εύκολης πρόσβασης στην αγορά και των ελάχιστων εμπορικών φραγμών.

Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας στη Σιγκαπούρη είναι:

- Θετική αξιολόγηση ελληνικών τροφίμων ως υψηλής ποιότητας
- Αποδοχή υψηλών πρότυπων ασφάλειας τροφίμων καθώς αποτελούμε μέρος της Ε.Ε.
- Αντίθετες εποχές παραγωγής τροφίμων από το νότιο ημισφαίριο
- Θαλάσσια και αεροπορική σύνδεση μεταξύ Ελλάδας και Σιγκαπούρης

Η διαφοροποίηση του εφοδιασμού αποτελεί μέρος της πολιτικής επισιτιστικής ασφάλειας της χώρας για την αντιμετώπιση οποιασδήποτε πιθανής διακοπής του εφοδιασμού. Ως εκ τούτου, αξίζει να σημειωθεί ότι ενώ η αγορά παρουσιάζει ελάχιστους φραγμούς εισόδου για τους έλληνες εξαγωγείς, τα προϊόντα μας θα πρέπει να ανταγωνιστούν με πολλές παγκόσμιες μάρκες τροφίμων και επιχειρήσεων στην αγορά.

### **Δασμοί, κανονισμοί και τελωνεία**

Η Σιγκαπούρη δεν έχει δασμούς στα τρόφιμα και τα αγροτικά προϊόντα – εκτός από τα αλκοολούχα ποτά. Τα αλκοολούχα ποτά επιβαρύνονται με ειδικό φόρο κατανάλωσης, ο οποίος βασίζεται στον κωδικό του προϊόντος και στην αλκοολική περιεκτικότητα του προϊόντος π.χ. στα κρασιά επιβάλλουν ειδικό φόρο κατανάλωσης 88,00 S\$ ανά λίτρο αλκοόλ. Σύμφωνα με τη Συμφωνία Ελεύθερου Εμπορίου Σιγκαπούρης-Ε.Ε. ισχύει ο ειδικός φόρος κατανάλωσης 60,00 S\$ ανά λίτρο αλκοόλ.

Όλα τα αγαθά που εισάγονται ή παρασκευάζονται στη Σιγκαπούρη υπόκεινται σε Φόρο Αγαθών και Υπηρεσιών (GST) 7% και εφαρμόζεται με βάση την αξία για όλα τα φορολογητέα και μη φορολογητέα αγαθά. Ο φορολογητέος ΦΠΑ υπολογίζεται με βάση την αξία Κόστους, Ασφάλισης και Ναύλων (CIF) συν όλους τους δασμούς και άλλα χρεώσιμα έξοδα, είτε εμφανίζονται είτε όχι στο τιμολόγιο.



## **Προϋποθέσεις εισαγωγής.**

Ο Οργανισμός Τροφίμων της Σιγκαπούρης (Singapore Food Agency - SFA) είναι Αρχή που υπάγεται στο Υπουργείο Περιβάλλοντος και Υδάτινων Πόρων (Ministry of the Environment and Water Resources), και ιδρύθηκε την 1η Απριλίου 2019 για να επιβλέπει την ασφάλεια των τροφίμων και την ασφάλεια και καταλληλότητα των τροφίμων από τη φάρμα μέχρι το πιάτο του καταναλωτή. Η SFA αποτελεί συνέχεια της πρώην Αρχής Γεωργίας Τροφίμων και Κτηνιατρικών Θεμάτων της Σιγκαπούρης, την Εθνική Υπηρεσία Περιβάλλοντος και την Αρχή Επιστημών Υγείας. Οι εξαγωγείς μπορούν να επισκεφθούν τις εμπορικές εισαγωγές τροφίμων της SFA ( commercial food imports ) για τους όρους εισαγωγής του προϊόντος που τους ενδιαφέρει. Η ευθύνη για τη διασφάλιση ότι τα τρόφιμα που εισάγονται στη Σιγκαπούρη είναι ασφαλή και πληρούν όλους τους τοπικούς κανονισμούς ανήκει στον τοπικό εισαγωγέα.

Σημειώνεται ότι όλες οι εμπορικές εισαγωγές τροφίμων που πραγματοποιούνται στη Σιγκαπούρη πρέπει να προέρχονται από διαπιστευμένες εταιρείες τροφίμων και από εγκεκριμένες χώρες. Επιπλέον, μόνο έμποροι που έχουν άδεια ή είναι εγγεγραμμένοι στην SFA μπορούν να φέρουν εμπορικές αποστολές τροφίμων.

## **Συσκευασία /Ετικέτες.**

Οι εξαγωγείς μπορούν να επισκεφθούν τις οδηγίες σήμανσης για εισαγωγείς και κατασκευαστές τροφίμων (<https://www.sfa.gov.sg/food-information/labelling-packaging-information/labelling-guidelines-for-food-importers-manufacturers>).

Σημειώνεται ότι ο Οργανισμός Τροφίμων της Σιγκαπούρης (SFA) διαχειρίζεται την πιστή εφαρμογή των νόμων περί πώλησης τροφίμων και

τους κανονισμούς διάθεσης τροφίμων της Σιγκαπούρης για να διασφαλίσει ότι τα τρόφιμα που διατίθενται προς πώληση στη Σιγκαπούρη είναι ασφαλή για κατανάλωση και για την προστασία της δημόσιας υγείας. Οι απαιτήσεις σήμανσης των τροφίμων βάσει του Νόμου και των Κανονισμών είναι κυρίως για την υποστήριξη του καθεστώτος ασφάλειας των τροφίμων. Η SFA λαμβάνει οδηγίες από τον οργανισμό καθορισμού διεθνών προτύπων τροφίμων, την Επιτροπή Codex Alimentarius<sup>1</sup>, όταν εξετάζει τις απαιτήσεις σήμανσης για τη Σιγκαπούρη.

Η ετικέτα των τροφίμων είναι ένα από τα πιο σημαντικά και άμεσα μέσα για τους πωλητές στο να κοινοποιούν τις πληροφορίες του προϊόντος στους αγοραστές. Είναι ένα από τα κύρια μέσα με τα οποία οι καταναλωτές διαφοροποιούν τα μεμονωμένα τρόφιμα και τις επωνυμίες για να κάνουν ενημερωμένες επιλογές τροφίμων στο σημείο πώλησης, πριν τα καταναλώσουν. Βοηθά επίσης τους καταναλωτές να αναγνωρίσουν ένα προϊόν διατροφής σε περίπτωση περιστατικού ασφάλειας τροφίμων. Όλα τα προσυσκευασμένα προϊόντα διατροφής προς πώληση στη Σιγκαπούρη πρέπει να φέρουν ετικέτα σύμφωνα με τις γενικές απαιτήσεις σήμανσης των Κανονισμών Τροφίμων.

Ορισμένα προσυσκευασμένα προϊόντα διατροφής (π.χ. τρόφιμα ειδικής χρήσης, τρόφιμα με ισχυρισμούς θρεπτικών ή υγιεινών ιδιοτήτων κ.λπ.) απαιτούν ειδικές ετικέτες για να πληρούν τις πρόσθετες απαιτήσεις σήμανσης.

Οι εισαγωγείς, οι διανομείς, οι κατασκευαστές, οι παραγωγοί, οι συσκευαστές και οι έμποροι λιανικής θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι τα προσυσκευασμένα τρόφιμά τους φέρουν σωστή ετικέτα πριν καταστήσουν το προϊόν διαθέσιμο προς πώληση στη Σιγκαπούρη. Οι υποχρεωτικές πληροφορίες σήμανσης στις ετικέτες των τροφίμων είναι σημαντικές για να συμβάλουν στην προστασία της δημόσιας υγείας και ασφάλειας και είναι σε μεγάλο βαθμό σύμφωνες με τις αρχές των διεθνών προτύπων τροφίμων.

## **Μάρκετινγκ των προϊόντων και των υπηρεσιών - Είσοδος στην αγορά.**

Κατά την άποψη του Γραφείου, οι υποψήφιοι έλληνες εξαγωγείς πριν προχωρήσουν στην προώθηση των προϊόντων τους στη Σιγκαπούρη θα έπρεπε να εξετάσουν τα ακόλουθα:

- *Η επίσκεψη στην χώρα πριν από την εξαγωγή θα τους βοηθήσει να κατανοήσουν καλύτερα τις ευκαιρίες της αγοράς, την αλυσίδα εφοδιασμού και την τιμολόγηση.*
- *Σε γενικές γραμμές, κατά τις επαφές σας με δυνητικούς συνεργάτες, ιδιαίτερα στις μεγαλύτερες και πιο αναγνωρισμένες εταιρείες του κλάδου, θα αντιμετωπίσετε έλλειψη προθυμίας συνεργασίας, στην αρχή τουλάχιστον. Ο λόγος είναι η πληθώρα προσφορών συνεργασίας που δέχονται σε πάγια βάση οι εταιρείες που ασχολούνται με τον τομέα των τροφίμων, μιας που η Σιγκαπούρη έχει καταφέρει να προσελκύσει το σύνολο των διεθνών γνωστών εταιρειών στο χώρο.*
- Η ανάθεση σε εισαγωγέα/διανομέα (ή αντιπρόσωπο) πρέπει να γίνει κατόπιν ενδελεχούς ελέγχου. Η στενή συνεργασία ανάμεσα στα δύο μέρη αποτελεί προϋπόθεση για την οικοδόμηση μιας μακροπρόθεσμης σχέσης προκειμένου να αποκτηθεί μερίδιο αγοράς. Είναι καλύτερο η συνεργασία να γίνει κατ' αποκλειστικότητα, δεδομένου του μικρού μεγέθους της αγοράς
- Η ένωση των δυνάμεων π.χ. μια ένωση παραγωγών ή από ένα κλαδικό φορέα δημιουργεί ευκαιρίες για συλλογικό μάρκετινγκ εξαγωγών και logistics.
- Η συμμετοχή σε μια διεθνή εμπορική έκθεση θεωρείτε προϋπόθεση για την γνωριμία με τους αγοραστές. Η έκθεση Food and Hotel Asia, που πραγματοποιείται στη Σιγκαπούρη, αποτελεί την πλέον σημαντική έκθεση τροφίμων στην περιοχή. *Πλήρης κατάλογος όλων των Διεθνών Εκθέσεων τροφίμων στην Σιγκαπούρη για το προσεχές διάστημα, έχει αναρτηθεί στον*

διαδικτυακό τόπο: [http://10times.com/Singapore /food & beverages /tradeshows.](http://10times.com/Singapore/food&beverages/tradeshows)

- Η ύπαρξη γραφείου αντιπροσωπείας αποτελεί σημαντικό μοχλό δημιουργίας και ενίσχυσης του δικτύου των πελατών.