



**ΣΕΒΕ - Σύνδεσμος Εξαγωγέων
ΙΕΕΣ - Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών
Ενημερωτικό σημείωμα για τη Σιγκαπούρη
Ημερ/νία: 5/11/2019**

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Η Σιγκαπούρη αποτελεί ένα σύγχρονο και επιτυχημένο πρότυπο Πόλης- Κράτους, κατορθώνοντας μέσα σε πέντε μόλις δεκαετίες από την ανεξαρτητοποίηση της από τη Μαλαισία (1965) να εδραιώσει μία εύρωστη οικονομία, ως παγκόσμιος εμπορικός κόμβος και ως το τρίτο μεγαλύτερο χρηματοπιστωτικό κέντρο στην Ασία.

Στην Πόλη Κράτος εδρεύουν 900 χρηματοπιστωτικά και τραπεζικά ιδρύματα, ενώ η γεωγραφική θέση του λιμένα της το καθιστά ένα από τα μεγαλύτερα παγκοσμίως, στη μεταφόρτωση εμπορευματοκιβωτίων.

Κατέχει, από καιρό, την πρώτη θέση παγκοσμίως, σε ότι αφορά στη διαδικασία εκτέλεσης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα, και αναγνωρίστηκε ως η 2η πιο ανταγωνιστική οικονομία από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (World Economic Forum, 2018), ενώ κατέλαβε την 6η θέση ως η λιγότερο διεφθαρμένη αγορά σύμφωνα με τον Οργανισμό Διεθνούς Διαφάνειας.

Η οικονομία της Πόλης-Κράτους στηρίζεται στο δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Δεν υπάρχει πρωτογενής τομέας λόγω του μεγέθους της, γεγονός που σημαίνει ότι η χώρα εισάγει πάνω από το 90% των, προς κατανάλωση, προϊόντων, διατροφής.

ΜΑΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗΣ

ΑΕΠ (σε τρέχουσες τιμές - 2018): \$364,2 δισ.

Κατά κεφαλήν ΑΕΠ (σε τρέχουσες τιμές - 2018): \$64.581,9

Ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης (2018): 3,1%

Εκτιμώμενος ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης 2020: 1,7%

Ανεργία (3ο τρίμηνο 2019): 2,3%

Πληθωρισμός (Σεπτέμβριος 2019): 0,5%

Εξαγωγές αγαθών & υπηρεσιών (% ΑΕΠ - 2018): 176,4%

Εισαγωγές αγαθών & υπηρεσιών (% ΑΕΠ - 2018): 149,8%

Εκροές Ξένων Άμεσων Επενδύσεων (% ΑΕΠ - 2018): 10,0%

Εισροές Ξένων Άμεσων Επενδύσεων (% ΑΕΠ - 2018): 22,5%

Χρέος Γενικής Κυβέρνησης (% ΑΕΠ - 2018): 112,2%

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ

Τα κύρια χαρακτηριστικά του πληθυσμού είναι η πολυπολιτισμική σύνθεση, ο διαχωρισμός σε κατοίκους (resident) και μη κατοίκους (non resident), η αυξανόμενη πληθυσμιακή γήρανση και η εξάρτηση από τις μεταναστευτικές ροές.

Περίπου το 33% του πληθυσμού είναι βουδιστές (πάνω από το 30% των Κινέζων), το 18% είναι χριστιανοί (περίπου 15% των Κινέζων και Ινδών) και 14% μουσουλμάνοι (σχεδόν το 100% των Μαλαισιανών).

Το βιοτικό επίπεδο των καταναλωτών είναι πολύ υψηλότερο από τον ασιατικό μέσο όρο. Το δυναμικό της αγοράς ενισχύεται από την παρουσία μιας μεγάλης κοινότητας αλλοδαπών, οι οποίοι διαθέτουν υψηλή αγοραστική δύναμη καθώς και, από τις μαζικές αφίξεις τουριστών, οι οποίοι αποτελούν σημαντική αγορά, η οποία δεν πρέπει να παραμελείται.

Ο καταναλωτής της Σιγκαπούρης είναι κοσμοπολίτης, απαιτητικός, προσεκτικός και ενημερωμένος. Η νέα γενιά καταναλωτών (millennials) επιδιώκει, μέσω των αγορών της, τον ενθουσιασμό, την έμπνευση και την ανταμοιβή από μια έντονη επαγγελματική ζωή. Οι ανάγκες της εξελίσσονται από «λειτουργικές» σε «συναισθηματικές», περνώντας από το «βασικό προϊόν» στο «προϊόν αυτοπραγμάτωσης».

Επιδιώκει να επωφεληθεί από τα προϊόντα τεχνολογίας, τα οποία ενισχύουν την ταυτότητά της και την ανταμείβουν για τη σκληρή δουλειά. Με τη λήψη αποφάσεων αγοράς που βασίζονται σε συγκεκριμένες ανάγκες, η νέα γενιά εξερευνά ολοένα και περισσότερο διαφοροποιημένα εμπορικά προϊόντα. Με ποσοστό διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας στο 145% το 2015 στο σύνολο του πληθυσμού (αριθμός συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας σε σύγκριση με τον συνολικό πληθυσμό), οι κάτοικοι της Σιγκαπούρης έχουν αλλάξει τον τρόπο κατανάλωσης και επιθυμούν να πραγματοποιούν τις αγορές τους, τόσο μέσω διαδικτύου, όσο και στα καταστήματα, εύκολα και απρόσκοπτα.

Η συμπεριφορά των καταναλωτών της Σιγκαπούρης επικεντρώνεται σε τρία βασικά σημεία:

1. Την πρακτική αξία του προϊόντος: ο κάτοικος της Σιγκαπούρης είναι πολύ προσεκτικός όσον αφορά στην εγγύτητα και την προσβασιμότητα του προϊόντος. Ομοίως, λόγω της έλλειψης χρόνου, το προϊόν πρέπει να είναι γρήγορα αναλώσιμο.

Λόγω της υψηλής αγοραστικής δύναμης, οι κάτοικοι προτιμούν να πληρώσουν περισσότερα για ένα προϊόν που θεωρούν πρακτικό, παρά λιγότερα για κάτι που είναι δύσχρηστο.

2. Την τιμή του προϊόντος: αν και με υψηλή αγοραστική δύναμη και με προθυμία να πληρώσει περισσότερο (σύμφωνα με τις προσδοκίες του), ο καταναλωτής επιθυμεί να ξοδέψει ένα λογικό ποσό και απολαμβάνει τις καλές προσφορές, «σχέση αξίας/χρήματος» («value for money»).

Η τιμή παραμένει μία σημαντική διάσταση των αγορών, αλλά με διαφορετικό τρόπο, αφού μπορεί να την υποστηρίξει. Σύμφωνα με μελέτη της κυβέρνησης της Σιγκαπούρης, οι καταναλωτές προσελκύονται ιδιαίτερα από τις εκπτωτικές

τιμές (discount price) και προτιμούν να περιμένουν προσφορές προώθησης-κουπόνια (catering, τουρισμός, ένδυση υπόδηση) στο διαδίκτυο, τις οποίες αποθηκεύουν μέσω εφαρμογών. Ειδικότερα ενδιαφέρονται για προσφορές που σχετίζονται με την πιστωτική τους κάρτα. Επίσης το 52% των καταναλωτών παρακολουθεί διαδικτυακά σχόλια και το 46% ζητά συμβουλές από φίλους ή συναδέλφους.

3. Η επιλογή και η ποιότητα του προϊόντος: ο καταναλωτής της Σιγκαπούρης είναι εκλεπτυσμένος, καλά εκπαιδευμένος και πάνω απ' όλα, εκτεθειμένος στο δυτικό πολιτισμό (ειδικότερο στον τρόπο διατροφής καθώς το 90% των προϊόντων είναι εισαγόμενα). Είναι ένας ενημερωμένος καταναλωτής με υψηλές απαιτήσεις και προσδοκίες όσον αφορά στην ποιότητα.

Ειδικότερα στον τομέα της διατροφής, πρέπει να σημειωθεί ότι οι καταναλωτές γίνονται όλο και πιο ευσυνείδητοι σε ότι αφορά στην υγεία, γεγονός που με τη σειρά του ενθαρρύνει, όχι μόνο την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, αλλά και υγιεινών προϊόντων, υψηλής διατροφικής αξίας (ή προϊόντα που πληρούν μια συγκεκριμένη ανάγκη όπως εκείνα χωρίς γλουτένη, χωρίς καρύδα, χωρίς αυγά κ.λπ). Επιπλέον, τα νοικοκυριά φαίνεται ότι υιοθετούν έναν τρόπο ζωής προσανατολισμένο περισσότερο στη δυτική κατανάλωση, τείνοντας να αγοράζουν όλο και περισσότερα τρόφιμα που συχνά συναντώνται στις δυτικές κοινωνίες (ψωμί, ζυμαρικά, δημητριακά, πράσινες σαλάτες) παρά τα παραδοσιακά (ρύζι). Τέλος, είναι πρόθυμοι να πληρώσουν πολύ ακριβά για ένα προϊόν υψηλής διατροφικής αξίας και ποιότητας καθώς και χωρίς χημικά πρόσθετα.

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Περίοδος: 2016-2018

ι. Διμερές Εμπόριο Ελλάδας - Σιγκαπούρης

Το **συνολικό διμερές εμπόριο** της Ελλάδας με τη Σιγκαπούρη ανήλθε σε 464,0 εκατ. ευρώ το 2018 έναντι 493,0 εκατ. ευρώ το 2017, παρουσιάζοντας μείωση κατά 29,0 εκατ. ευρώ, η οποία οφείλεται στη μείωση των ελληνικών εξαγωγών κατά 32,9 εκατ. ευρώ στο διάστημα 2017-2018, δηλαδή 7,2%. Οι ελληνικές εξαγωγές ανήλθαν στο ποσό των 424,6 εκατ. ευρώ το 2018, ενώ το 2017 διαμορφώθηκαν στα 457,4 εκατ. ευρώ. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 2016 οι ελληνικές **εξαγωγές** ανέρχονταν στα 279,6 εκατ. ευρώ και κατέγραψαν σημαντική άνοδο κατά 177,9 εκατ. ευρώ, δηλαδή 63,6% στο διάστημα 2016-2017. Αναφορικά με τις ελληνικές **εισαγωγές** από τη Σιγκαπούρη, αυτές διατηρήθηκαν σε χαμηλά επίπεδα το 2018 και συγκεκριμένα σε 39,4 εκατ. ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 3,9 εκατ. ευρώ συγκριτικά με το 2017. Το **εμπορικό ισοζύγιο** της Ελλάδας παρέμεινε πλεονασματικό αλλά μειώθηκε κατά 36,8 εκατ. ευρώ και διαμορφώθηκε στο ποσό των 385,1 εκατ. ευρώ το 2018.

Πίνακας 1. Διμερές εμπόριο Ελλάδας-Σιγκαπούρης

(σε εκατ. €)	2018	2017	2016	Διαφορά 18/17	ΕΤ 18/17	ΜΕΤ 18/16
Εξαγωγές	424,6	457,4	279,6	-32,9	-7,2%	23,2%
Εισαγωγές	39,4	35,6	41,2	3,9	10,9%	-2,1%
Συνολικό Εμπόριο	464,0	493,0	320,7	-29,0	-5,9%	20,3%
Εμπορικό Ισοζύγιο	385,1	421,9	238,4	-36,8	-8,7%	27,1%

Πηγή: Eurostat, **Επεξεργασία:** ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, **ΕΤ:** Ετήσια Τάση, **ΜΕΤ:** Μέση Ετήσια Τάση

Τα πετρελαιοειδή αποτελούν τη σημαντικότερη κατηγορία προϊόντων που αποστέλλουμε στη Σιγκαπούρη με εξαγωγές 353,4 εκατ. ευρώ και μερίδιο 83,2% για το 2018. Όπως βλέπουμε στον Πίνακα 2, η σημαντική μείωση των εξαγωγών πετρελαιοειδών κατά 39,4 εκατ. ευρώ επηρεάζει κατά κόρον και τη μεταβολή των συνολικών εξαγωγών της χώρας οι οποίες κινήθηκαν επίσης καθοδικά. Εξαιρώντας τα πετρέλαια, οι λέβητες, μηχανές, συσκευές και μηχανικές επινοήσεις είναι η δεύτερη σημαντικότερη **κατηγορία προϊόντων που εξάγονται από την Ελλάδα στη Σιγκαπούρη** με μερίδιο 5,9%, ενώ ακολουθούν το αργίλιο και τεχνουργήματα (1,3% μερίδιο), οι μηχανές, συσκευές, υλικά ηλεκτρικά (1,1%), βάτες και υφάσματα μη υφασμένα, σπάγκοι, σχοινιά (1,0%), φαρμακευτικά και άλλες κατηγορίες προϊόντων (0,7%), τεχνουργήματα από πέτρες, γύψο, τσιμέντο, αμίαντο, μάρμαρο (0,6%), καπνά και υποκατάστατα καπνού (0,6%) και όργανα και συσκευές φωτογραφίας (0,5%).

Πίνακας 2. Σημαντικότεροι **εξαγωγικοί κλάδοι** Ελλάδας προς τη Σιγκαπούρη (Top 10)

(σε εκατ. €)	2018	2017	2016	Διαφορά 18/17	Μερίδιο 18	ΕΤ 18/17	ΜΕΤ 18/16
Σύνολο	424,6	457,4	279,6	-32,9	100,0%	-7,2%	23,2%
Πετρελαιοειδή	353,4	392,8	219,7	-39,4	83,2%	-10,0%	26,8%
Λέβητες, μηχανές, συσκευές, μηχανικές επινοήσεις	25,1	18,8	18,4	6,3	5,9%	33,3%	16,9%
Αργίλιο & τεχν/τα	5,7	5,2	3,5	0,5	1,3%	9,5%	28,2%
Μηχανές, συσκευές, υλικά ηλεκτρικά	4,8	8,8	5,9	-4,0	1,1%	-45,0%	-9,2%
Βάτες & υφάσματα μη υφασμένα, σπάγκοι, σχοινιά	4,2	2,8	3,2	1,4	1,0%	49,5%	13,7%
Φαρμακευτικά	3,2	2,7	2,1	0,5	0,7%	18,1%	23,4%
Άλλα προϊόντα	3,0	2,0	3,4	0,9	0,7%	45,8%	-6,8%
Τεχν/τα από πέτρες, γύψο, τσιμέντο, αμίαντο, μάρμαρο	2,4	2,1	5,1	0,3	0,6%	13,9%	-32,0%
Καπνά & υποκατάστατα	2,4	3,2	3,0	-0,8	0,6%	-26,0%	-11,6%
Όργανα & συσκευές φωτογραφίας	2,3	1,3	1,3	1,0	0,5%	75,9%	32,2%

Πηγή: Eurostat, **Επεξεργασία:** ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, **ΕΤ:** Ετήσια Τάση, **ΜΕΤ:** Μέση Ετήσια Τάση

Αναφορικά με τις **εισαγωγές που πραγματοποιεί η Ελλάδα από τη Σιγκαπούρη**, τα φαρμακευτικά προϊόντα έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο (61,7%), ενώ ακολουθούν οι

λέβητες, μηχανές, συσκευές και μηχανικές επινοήσεις (19,7% μερίδιο). Πέραν των κατηγοριών αυτών, η Ελλάδα εισάγει από τη Σιγκαπούρη πλαστικά (3,3% μερίδιο), οργανικά χημικά προϊόντα (3,0%), όργανα & συσκευές φωτογραφίας (1,7%), παρασκευάσματα δημητριακών (1,2%), μόλυβδο και τεχνουργήματα (1,0%), αλλά και αυτοκίνητα οχήματα, ελκυστήρες, ποδήλατα, ξυλεία και τεχνουργήματα από ξύλο και καουτσούκ (0,9% αντίστοιχα).

Πίνακας 3. Κυριότεροι **κλάδοι εισαγωγών** Ελλάδας από τη Σιγκαπούρη (Top 10)

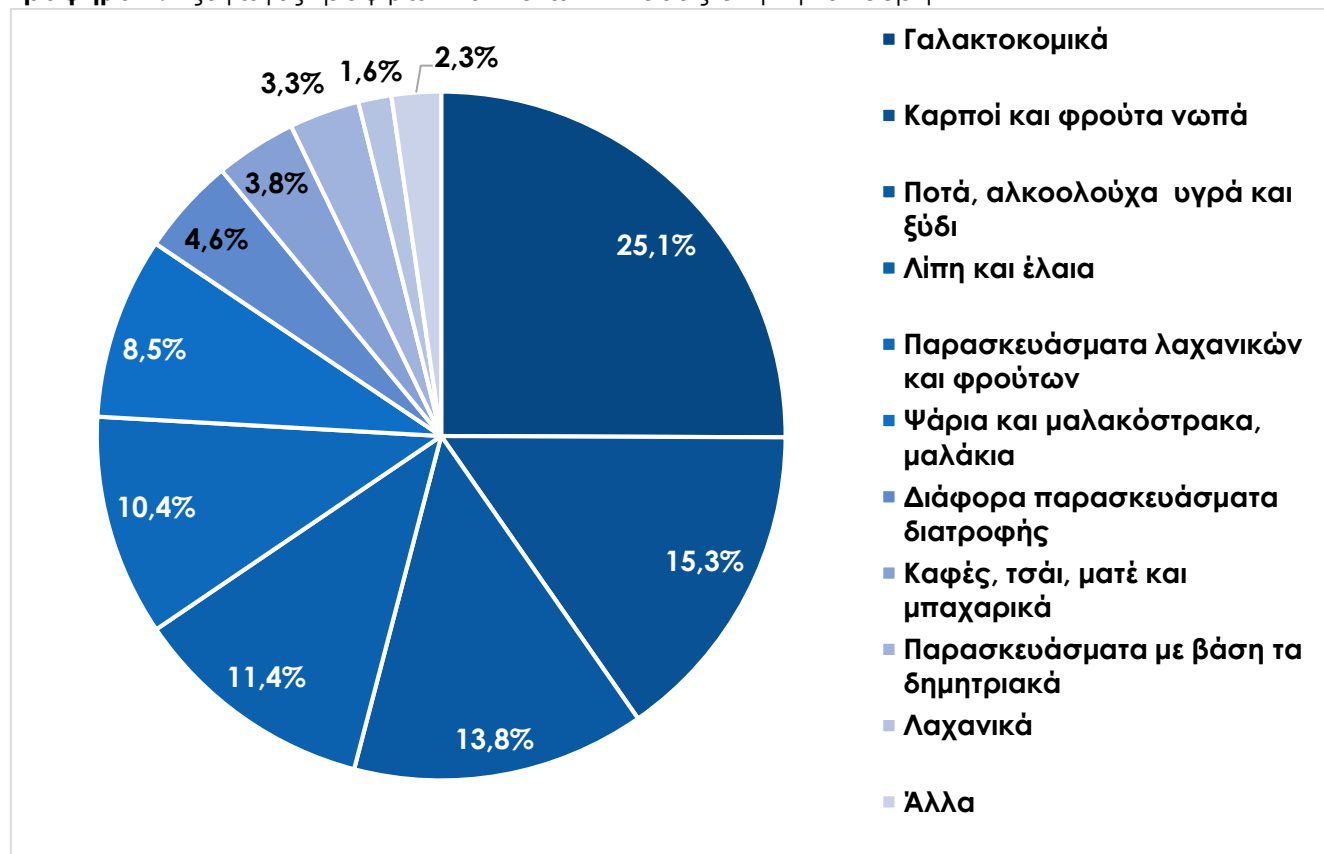
(σε εκατ. €)	2018	2017	2016	Διαφορά 18/17	Μερίδιο 18	ΕΤ 18/17	ΜΕΤ 18/16
Σύνολο	39,4	35,6	41,2	3,9	100,0%	10,9%	-2,1%
Φαρμακευτικά	24,3	23,5	24,8	0,9	61,7%	3,7%	-1,0%
Λέβητες, μηχανές, συσκευές, μηχανικές επινοήσεις	7,8	4,2	7,3	3,5	19,7%	82,8%	3,2%
Πλαστικές ύλες	1,3	2,0	1,4	-0,7	3,3%	-35,5%	-4,8%
Οργανικά χημικά προϊόντα	1,2	1,1	2,1	0,1	3,0%	4,5%	-25,5%
Όργανα & συσκευές φωτογραφίας	0,7	0,5	1,5	0,1	1,7%	28,7%	-33,8%
Παρ/τα δημητριακών	0,5	0,5	0,5	0,0	1,2%	-5,6%	-2,5%
Μόλυβδος & τεχν/τα	0,4	0,0	0,0	0,4	1,0%	na	na
Αυτοκίνητα οχήματα, ελκυστήρες, ποδήλατα	0,4	0,5	0,3	-0,1	0,9%	-23,0%	13,5%
Ξυλεία & τεχν/τα από ξύλο	0,4	0,3	0,1	0,1	0,9%	19,2%	75,2%
Καουτσούκ	0,3	0,1	0,3	0,2	0,9%	135,0%	15,0%

Πηγή: Eurostat, **Επεξεργασία:** ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, **ΕΤ:** Ετήσια Τάση, **ΜΕΤ:** Μέση Ετήσια Τάση

ii. Ελληνικές εξαγωγές Τροφίμων και Ποτών στη Σιγκαπούρη

Οι **εξαγωγές τροφίμων και ποτών** της Ελλάδας στη Σιγκαπούρη διαμορφώθηκαν στο ποσό των 3,9 εκατ. ευρώ, παρουσιάζοντας μείωση κατά 111,6 χιλ. ευρώ στο διάστημα 2017-2018. Τα γαλακτοκομικά αποτελούν τη σημαντικότερη κατηγορία προϊόντων σε ποσοστό 25,1%, ενώ ακολουθούν οι καρποί και τα φρούτα νωπά (15,3% μερίδιο), τα ποτά, αλκοολούχα υγρά και ξύδι (13,8%), τα λίπη και έλαια (11,4%), παρασκευάσματα λαχανικών και φρούτων (10,4%), ψάρια και μαλακόστρακα, μαλάκια (8,5%), διάφορα παρασκευάσματα διατροφής (4,6%), καφές, τσάι, ματέ και μπαχαρικά (3,8%), παρασκευάσματα με βάση τα δημητριακά (3,3%) και τα λαχανικά (1,6%).

Γράφημα 1. Εξαγωγές τροφίμων και ποτών Ελλάδα στη Σιγκαπούρη



Πηγή: Eurostat, Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ

Πίνακας 4. Εξαγωγές τροφίμων και ποτών Ελλάδα στη Σιγκαπούρη (Top 10)

(σε χιλ. €)	2018	2017	2016	Διαφορά 18/17	Μερίδιο 18	ΕΤ 18/17	ΜΕΤ 18/16
Σύνολο	3.948,3	4.059,9	2.722,6	-111,6	100,0%	-2,7%	20,4%
Γαλακτοκομικά	989,5	1.181,7	815,8	-192,2	25,1%	-16,3%	10,1%
Καρποί και φρούτα νωπά	602,2	608,4	417,4	-6,2	15,3%	-1,0%	20,1%
Ποτά, αλκοολούχα υγρά και ξύδι	543,1	448,1	206,6	95,0	13,8%	21,2%	62,1%
Λίπη και έλαια	451,7	416,4	311,8	35,3	11,4%	8,5%	20,4%
Παρασκευάσματα λαχανικών και φρούτων	410,0	538,2	332,4	-128,1	10,4%	-23,8%	11,1%
Ψάρια και μαλακόστρακα, μαλάκια	337,1	183,5	131,2	153,6	8,5%	83,7%	60,3%
Διάφορα παρασκευάσματα διατροφής	180,5	199,2	194,1	-18,7	4,6%	-9,4%	-3,6%
Καφές, τσάι, ματέ και μπαχαρικά	150,6	130,7	76,1	19,9	3,8%	15,2%	40,7%
Παρασκευάσματα με βάση τα δημητριακά	130,5	148,1	83,4	-17,6	3,3%	-11,9%	25,1%

Λαχανικά	61,5	63,6	47,0	-2,2	1,6%	-3,4%	14,4%
----------	------	------	------	------	------	-------	-------

Πηγή: Eurostat, **Επεξεργασία:** ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, **ΕΤ:** Ετήσια Τάση, **ΜΕΤ:** Μέση Ετήσια Τάση

Τα ελληνικά τρόφιμα και ποτά είναι ευπρόσδεκτα από τους Σιγκαπούριους, οι οποίοι είναι εξασκημένοι να αναγνωρίζουν την υψηλή ποιότητα και διατροφική αξία τους. Σχετική ώθηση έχει δοθεί από τα τέσσερα ελληνικά εστιατόρια που δραστηριοποιούνται στην τοπική εστίαση καθώς και την απευθείας πτήση Αθήνα-Σιγκαπούρη, η οποία βοηθά στο να αφήσει η χώρα μας το αποτύπωμά της στη Σιγκαπούρη.

Σημείωση για το κρασί:

Το 2017 οι εξαγωγές ελληνικού οίνου παρουσίασαν αύξηση 123,24%, ανερχόμενες στα 331.966 ευρώ, σε σχέση με το 2016, όταν ανήλθαν στα 148.698 ευρώ. Η αύξηση αυτή δικαιολογείται από την έναρξη λειτουργίας τριών ελληνικών εστιατορίων την περίοδο 2016-2017. Για την edραίωση της παρουσίας του ελληνικού οίνου στη Σιγκαπούρη επιβάλλεται, ούτως ή άλλως, η στρατηγική προβολής και προώθησης εφεξής, καθώς η κατάργηση των ανωτέρω φόρων θα δράσει πολλαπλασιαστικά στις εξαγωγές των, ήδη edραιωμένων ανταγωνιστών μας όπως Γαλλία, Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία, Αμερική.

Σημείωση για τη φέτα:

Η κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων και ειδικότερα λευκών τυριών δεν ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένη στην εσωτερική αγορά της χώρας, καθώς τα εθνικά groups (Κινέζοι, Ινδοί, Μαλαισίιοι), τα οποία αποτελούν τον μόνιμο πληθυσμό της Πόλης Κράτους, δεν αναγνωρίζουν το λευκό τυρί ως βασικό χαρακτηριστικό της παραδοσιακής διατροφής τους, όπως συμβαίνει στις μεσογειακές χώρες.

Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια οι διατροφικές συνήθειες των κατοίκων επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την παρουσία μεγάλου ποσοστού ξένου εργατικού δυναμικού που βρίσκεται στη χώρα (1,6 εκ.) καθώς και από την παρουσία 17 εκ. τουριστών το χρόνο και, ως εκ τούτου η διατροφική κουλτούρα έχει αρχίσει σταδιακά να δυτικοποιείται. Άλλωστε η κοσμοπολίτικη Σιγκαπούρη είναι δεκτική σε νέες γεύσεις.

Όσον αφορά στη φέτα, δυστυχώς το γνήσιο ελληνικό προϊόν συνυπάρχει με πληθώρα λευκών τυριών, τα οποία καταχρηστικά χρησιμοποιούν την ονομασία ΦΕΤΑ στην αγορά λιανικής στη Σιγκαπούρη, αποπροσανατολίζοντας το καταναλωτικό κοινό, το οποίο ούτως ή άλλως δεν είναι εξοικειωμένο με την ποικιλία και τις ιδιαιτερότητες των λευκών τυριών και ούτε εκπαιδευμένο να ξεχωρίζει την γνήσια φέτα από τις δεκάδες απομιμήσεις της.

Σημείωση για το ελαιόλαδο:

Τα ευρήματα μελέτης του 2010 (2010 National Nutrition Survey) δείχνουν ότι η κατανάλωση υγιέστερων ελαίων αυξήθηκε τα τελευταία χρόνια, ωστόσο η κατανάλωση κορεσμένων λιπών εξακολουθεί να θεωρείται πολύ υψηλή. Σύμφωνα με την έρευνα περίπου 7 στους 10 Σιγκαπούριους καταναλώνουν πάρα πολλά κορεσμένα λίπη. Για αυτό το λόγο η μελέτη τονίζει την ανάγκη κατανάλωσης ποιοτικότερου λίπους παρά λιγότερου. Ως αποτέλεσμα αυτού, οι παραγωγοί ελαιόλαδου της ΕΕ αναμένεται να κερδίσουν από αυτή την αυξανόμενη ευαισθητοποίηση για τα υγιή έλαια.

iii. Παγκόσμιες εισαγωγές Σιγκαπούρης

Οι **παγκόσμιες εισαγωγές** της Σιγκαπούρης παρουσιάζουν μία σημαντικά ανοδική τάση τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα αυτές να διαμορφωθούν στο ποσό των 313,7 εκατ. ευρώ το 2018, αυξημένες κατά 23,6 εκατ. ευρώ συγκριτικά με το 2017. Οι μηχανές, συσκευές και υλικά ηλεκτρικά είναι η σημαντικότερη κατηγορία προϊόντων που εισάγονται από τη Σιγκαπούρη σε ποσοστό 27,4%, ενώ ακολουθούν τα πετρελαιοειδή (23,7%) μερίδιο, οι λέβητες, μηχανές, συσκευές, μηχανικές επινοήσεις (14,3%), τα μαργαριτάρια, οι πολύτιμες πέτρες και οι απομιμήσεις κοσμημάτων (5,5%), τα όργανα και οι συσκευές φωτογραφίας (3,3%), τα αερόπλοια και διαστημόπλοια (3,2%), οι πλαστικές ύλες (2,4%), οργανικά χημικά προϊόντα (1,9%), αυτοκίνητα οχήματα, ελκυστήρες, ποδήλατα (1,5%) και διάφορα προϊόντα των χημικών βιομηχανιών (1,4%).

Πίνακας 5. Κυριότεροι **κλάδοι εισαγωγών** Σιγκαπούρης (Top 10)

(σε δις. €)	2018	2017	2016	Διαφορά 18/17	Μερίδιο 18	ΕΤ 18/17	ΜΕΤ 18/16
Σύνολο	313,7	290,1	263,8	23,6	100,0%	8,1%	9,1%
Μηχανές, συσκευές, υλικά ηλεκτρικά	86,0	82,4	76,7	3,6	27,4%	4,4%	5,9%
Πετρελαιοειδή	74,4	64,1	46,1	10,3	23,7%	16,1%	27,0%
Λέβητες, μηχανές, συσκευές, μηχανικές επινοήσεις	44,9	40,0	38,3	4,9	14,3%	12,4%	8,3%
Μαργαριτάρια, πολύτιμες πέτρες, απομιμήσεις κοσμημάτων	17,3	17,8	18,5	-0,5	5,5%	-3,0%	-3,4%
Όργανα & συσκευές φωτογραφίας	10,2	9,9	10,0	0,3	3,3%	3,2%	1,1%
Αερόπλοια ή διαστημόπλοια	10,0	7,1	6,1	2,9	3,2%	40,7%	28,0%
Πλαστικές ύλες	7,4	6,8	6,0	0,6	2,4%	9,0%	10,6%
Οργανικά χημικά προϊόντα	5,9	5,5	4,9	0,4	1,9%	7,1%	9,1%
Αυτοκίνητα οχήματα, ελκυστήρες, ποδήλατα	4,6	4,4	5,0	0,2	1,5%	4,2%	-4,1%
Διάφορα προϊόντα των χημικών βιομηχανιών	4,4	4,4	3,7	-0,1	1,4%	-1,4%	9,3%

Πηγή: International Trade Center (ITC), **Επεξεργασία:** ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, **ΕΤ:** Ετήσια Τάση, **ΜΕΤ:** Μέση Ετήσια Τάση

iv. Παγκόσμιες εισαγωγές τροφίμων και ποτών Σιγκαπούρης

Αναφορικά με τις **εισαγωγές τροφίμων και ποτών** που πραγματοποιεί η Σιγκαπούρη, αυτές ανήλθαν σε 9,9 δις. ευρώ το 2018 σημειώνοντας μικρή μείωση κατά 6,8 εκατ. ευρώ. Τα ποτά, αλκοολούχα υγρά και ξύδι είναι η σημαντικότερη κατηγορία προϊόντων σε ποσοστό 24,9%, ενώ ακολουθούν τα γαλακτοκομικά (9,4%

μερίδιο), τα ψάρια και μαλακόστρακα, μαλάκια και τα κρέατα (7,4% αντίστοιχα), διάφορα παρασκευάσματα διατροφής (7,2%), τα λίπη και έλαια (7,2%), οι καρποί και τα φρούτα νωπά (5,8%), τα παρασκευάσματα δημητριακών (4,9%), το κακάο και τα παρασκευάσματα αυτού (4,8%) και τα λαχανικά (4,7%).

Πίνακας 6. Κυριότεροι **κλάδοι εισαγωγών τροφίμων & ποτών** Σιγκαπούρης (Top 10)

(σε εκατ. €)	2018	2017	2016	Διαφορά 18/17	Μερίδιο 18	ΕΤ 18/17	ΜΕΤ 18/16
Τρόφιμα & Ποτά	9.901,1	9.907,9	9.402,7	-6,8	100,0%	-0,1%	2,6%
Ποτά, αλκοολούχα υγρά & ξύδι	2.462,9	2.299,7	2.159,3	163,2	24,9%	7,1%	6,8%
Γαλακτοκομικά	934,8	888,5	790,1	46,2	9,4%	5,2%	8,8%
Ψάρια & μαλακόστρακα, μαλάκια	737,3	719,4	714,3	17,9	7,4%	2,5%	1,6%
Κρέατα	728,9	755,5	732,1	-26,6	7,4%	-3,5%	-0,2%
Διάφορα παρ/τα διατροφής	716,3	638,1	639,4	78,2	7,2%	12,2%	5,8%
Λίπη & έλαια	709,8	959,6	563,5	-249,8	7,2%	-26,0%	12,2%
Καρποί & φρούτα νωπά	576,8	592,5	607,5	-15,7	5,8%	-2,6%	-2,6%
Παρ/τα δημητριακών	483,9	452,3	440,6	31,6	4,9%	7,0%	4,8%
Κακάο & παρ/τα	476,7	437,4	540,2	39,3	4,8%	9,0%	-6,1%
Λαχανικά	465,0	476,9	493,0	-11,9	4,7%	-2,5%	-2,9%

Πηγή: International Trade Center (ITC), **Επεξεργασία:** ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, **ΕΤ:** Ετήσια Τάση, **ΜΕΤ:** Μέση Ετήσια Τάση

Η ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ

Το 70% των μεγαλύτερων εταιρειών εμπορίου τροφίμων είναι εγκατεστημένο στη Σιγκαπούρη, από την οποία διακινείται το 20% των τροφίμων παγκοσμίως.

Ο τομέας του λιανεμπορίου τροφίμων στη Σιγκαπούρη είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος και ανταγωνιστικός. Η βιομηχανία αποτελείται από μια σειρά μεγάλων σούπερ μάρκετ/υπεραγορών, παντοπωλείων (convenience stores), «mom and pop» παραδοσιακών καταστημάτων και εξειδικευμένων λιανέμπορων.

Σύμφωνα με το στατιστική υπηρεσία της Σιγκαπούρης, οι πωλήσεις στα καταστήματα τροφίμων της χώρας ξεπέρασαν τα \$6.000.000.000 δολάρια το 2018.

Οι αναλυτές του κλάδου αναφέρουν ότι ο τομέας κυριαρχείται από τρεις βασικούς παίκτες:

1. NTUC Fair Price Cooperative

Ο μεγαλύτερος λιανοπωλητής της Σιγκαπούρης (σούπερ μάρκετ, υπεραγορές, βενζινάδικα και παντοπωλεία), με μερίδιο αγοράς 34%. Προμηθεύεται από consolidators¹, διανομείς, τοπικούς εισαγωγείς και απευθείας από εξαγωγείς.

2. Dairy Farm Group

Ο δεύτερος μεγαλύτερος λιανοπωλητής στη Σιγκαπούρη (supermarkets, hypermarkets, καταστήματα gourmet και παντοπωλεία), με μερίδιο αγοράς 16%. Προμηθεύεται από consolidators, διανομείς, τοπικούς εισαγωγείς και απευθείας από εξαγωγείς.

3. Sheng Siong Supermarket Chain

Supermarkets με τμήματα "wet & dry"². Συναντώνται κυρίως στην επαρχία. Προμηθεύεται από διανομείς, τοπικούς εισαγωγείς και απευθείας από εξαγωγείς.

Μικρότεροι παίκτες στο λιανεμπόριο είναι:

- [Prime Supermarkets](#), με 20 καταστήματα κυρίως στην επαρχία και προσανατολισμό σε καταναλωτές με μικρότερο προϋπολογισμό.
- Τα ιαπωνικά καταστήματα [Meidi-Ya Singapore](#)
- [Mustafa Supermarket](#) στην «Μικρή Ινδία». Εισάγουν από διάφορες χώρες.
- Παραδοσιακές αγορές και τα μανάβικα "Mom and Pop".

Η Σιγκαπούρη αποτελεί τον 5 μεγαλύτερο πελάτη της ΕΕ σε τρόφιμα και ποτά με σύνολο εξαγωγών ύψους 2 δις ευρώ ετησίως.

Η Σιγκαπούρη είχε εθελοντικά μηδενίσει τα δασμολογικά εμπόδια στην κυκλοφορία αγαθών με την ΕΕ πολύ πριν την υπογραφή της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών ΕΕ-Σιγκαπούρης εκτός από τέσσερις κατηγορίες: αλκοολούχα ποτά, αυτοκίνητα και μέρη αυτών, ορυκτά καύσιμα και προϊόντα καπνού,

Το κρασί και τα αλκοολούχα ποτά βαρύνονται με ειδικό φόρο 88 USD (περίπου 50 ευρώ) ανά λίτρο καθαρής αλκοόλης και η μπίρα με 60 USD (περίπου 37,5 ευρώ) ανά λίτρο καθαρής αλκοόλης. Ο φόρος που εισπράττεται μπορεί να εφαρμοστεί κατ' αξία (% της μεταφερόμενης αξίας) ή να υπολογιστεί κατ' αναλογία της μεταφερόμενης ποσότητας (π.χ. φόρος ανά χιλιόγραμμο). Ο ιστότοπος της τελωνειακής υπηρεσίας της Σιγκαπούρης, www.customs.gov.sg, αναφέρει λεπτομερώς τον ακριβή κατάλογο των προϊόντων που υπόκεινται σε δασμούς.

Η ΣΕΣ προβλέπει την προστασία των 196 ΓΕ της ΕΕ με την εγγραφή τους στο Μητρώο ΓΕ Σιγκαπούρης, μετά την κύρωση της Συμφωνίας από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και ακολουθώντας την απαιτούμενη διαδικασία (αίτηση εγγραφής-έλεγχος-γνωμοδότηση-αποδοχή-κατοχύρωση). Οι Γεωγραφικές Ενδείξεις της χώρας μας, οι οποίες αναμένεται να αιτηθούν την εγγραφή τους είναι φέτα, ούζο (μαζί με την Κύπρο), ελιά Καλαμάτας, μαστίχα Χίου, Ρετσίνα Αττικής, Σάμος (κρασί).

¹ Consolidator: A company that buys a supply of particular goods or services from different places and then offers them for sale to the public

² Αγορές με φρέσκα προϊόντα (λαχανικά, ψάρια, κρέας) που συνήθως χαρακτηρίζονται από την υγρασία στο έδαφος (wet) και ξηρά τρόφιμα, είδη ρουχισμού κ.λπ. (dry)

Εισαγωγή προϊόντων διατροφής

Η κανονιστική λειτουργία της Αγροδιατροφικής και Κτηνιατρικής Υπηρεσίας της Σιγκαπούρης (Agri Food & Veterinary Authority of Singapore, www.ava.gov.sg) θεωρείται υψίστης σημασίας για την πιστοποίηση των εισαγόμενων τροφίμων που καταναλώνονται στην Πόλη –Κράτος, καθώς το 90% της εγχώριας κατανάλωσης εξαρτάται από τις εισαγωγές, λόγω της μικρής επιφάνειας της χώρας, η οποία δεν επιτρέπει τη διάθεση γης για την ανάπτυξη αγροτικής οικονομίας σε όγκο, ικανό να καλύπτει τις ανάγκες της χώρας.

Εφαρμόζοντας αυστηρές προδιαγραφές, πρότυπα ασφάλειας ποιότητας και εξονυχιστική διαδικασία πιστοποίησης αλλοδαπών εισαγωγών στη χώρα (άδειες εισαγωγής), η Σιγκαπούρη κατάφερε το 2017 να κατέχει την τέταρτη θέση παγκοσμίως με τα υψηλότερα πρότυπα ασφάλειας στον τομέα τροφίμων.

Λόγω επίσης της γεωστρατηγικής θέσης της χώρας, η Σιγκαπούρη είναι ο κόμβος της ΝΑ Ασίας στην αποθήκευση και διακίνηση σιτηρών, φοινικέλαιου, καουτσούκ (παγκόσμια τιμολόγηση καουτσούκ) και ζάχαρης.

Ο κτηνιατρικός έλεγχος εισαγομένων ζώντων οργανισμών και η έγκριση/ η έκδοση πιστοποιητικών εισαγωγής σε αλλοδαπές εταιρείες τροφίμων και κυρίως προϊόντων ζωικής προέλευσης (προϊόντα ζωικής προέλευσης-νωπά και επεξεργασμένα κρέατα), μέσω επιτόπιων ελέγχων και δοκιμών (στα σφαγεία), πραγματοποιείται από Agri Food and Veterinary Authority of Singapore.

Ως προς τα προϊόντα κρέατος που εισάγονται στην Σιγκαπούρη, πλέον θα μειωθεί κατά πολύ, ο χρόνος απόκτησης της άδειας εισαγωγής, καθώς η Σιγκαπούρη θα αναγνωρίσει τα κτηνιατρικά πρότυπα, τα πιστοποιητικά και τους κανόνες ελέγχου που χρησιμοποιεί η ΕΕ, σε σχέση με τον επιτόπιο έλεγχο κάθε μονάδας (σφαγείου, μονάδες επεξεργασίας τροφίμων) ξεχωριστά, από κλιμάκια της Αγροδιατροφικής και Κτηνιατρικής Υπηρεσίας Σιγκαπούρης που γινόταν έως τώρα.

Οι Κτηνιατρικές Υπηρεσίες Ελλάδος-Σιγκαπούρης βρίσκονται στο στάδιο ανταλλαγής των απαραίτητων δικαιολογητικών που θα επιτρέψουν την εισαγωγή προϊόντων κρέατος από την χώρα μας στη Σιγκαπούρη. Η διαδικασία είναι χρονοβόρα και διαρκεί τουλάχιστον ένα χρόνο. Η εφαρμογή της Συμφωνίας Ελευθέρου Εμπορίου ΕΕ-Σιγκαπούρης αναμένεται να απλοποιήσει την εν λόγω διαδικασία, καθώς προβλέπεται αμοιβαία αναγνώριση προτύπων ασφάλειας τροφίμων.

ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η Σιγκαπούρη είναι μια από τις κύριες πλατφόρμες εισόδου στις αγορές της ΝΑ Ασίας, μια προθήκη για όλα τα καταναλωτικά προϊόντα και μια δοκιμαστική αγορά για βιομηχανικά προϊόντα. Η αύξηση των πωλήσεων διαμορφώνεται, από τη γνώση της αγοράς και του ανταγωνισμού, τη συνεκτίμηση των τοπικών κανόνων και πρακτικών.

Η συμμετοχή σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις ενδείκνυται ως ο ασφαλέστερος τρόπος για να έρθει κανείς σε επαφή με την αγορά και να γνωρίσει τους υποψήφιους συνεργάτες του, καθώς αποτελεί το θερμόμετρο της τοπικής αγοράς για τους

εκθέτες, δίνοντας τους τη δυνατότητα να αξιολογήσουν τον ανταγωνισμό και τα δίκτυα διανομής.

Όλα τα εισαγόμενα εμπορεύματα πρέπει να καλύπτονται από άδεια εισαγωγής, η οποία για να αποκτηθεί απαιτείται να δηλωθεί το εμπόρευμα μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας αναφοράς που είναι προσβάσιμη στη διεύθυνση: www.tradenet.gov.sg («TradeNet System»)

Η Σιγκαπούρη χρησιμοποιεί το Εναρμονισμένο Σύστημα (ΕΣ) για την παρακολούθηση των εισαγωγών. Περίπου εξήντα είδη αγαθών υφίστανται ιδιαίτερο έλεγχο από τις αρχές. Ο κατάλογος αυτών των ελεγχόμενων εισαγωγών είναι διαθέσιμος στον ιστότοπο της τελωνειακής υπηρεσίας της Σιγκαπούρης <https://www.customs.gov.sg/businesses/importing-goods/controlled-and-prohibited-goods-for-import>. Περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, όλους τους τύπους φαρμακευτικών προϊόντων, τσίχλες, φρούτα, ζώα, καπνός, τσιγάρα, CD και DVD, οπτικοακουστικό υλικό (ειδικότερα για στρατιωτική χρήση).

Ο εισαγωγέας-διανομέας είναι ο πιο κλασικός διαμεσολαβητής για την είσοδο των προϊόντων στην αγορά. Ενδεικτικά, ο συντελεστής διάρθρωσης των τιμών (ο λόγος μεταξύ της προτεινόμενης δημόσιας τιμής και της τιμής πώλησης εκ του εργοστασίου) μπορεί να κυμαίνεται από 3 έως 5. Εξαρτάται, όχι μόνο από το περιθώριο του διανομέα και τον όγκο των επενδύσεών του, αλλά και το περιθώριο των λιανοπωλητών. Ο εισαγωγέας-διανομέας μόλις καθοριστεί η πράξη πώλησης και οριστούν οι τρόποι πληρωμής:

- αγοράζει και μεταπωλεί,
- αποτελεί ασφαλή πηγή εισοδήματος για τον εξαγωγέα.
- αποθηκεύει τα προϊόντα και εξασφαλίζει τις απαραίτητες ενέργειες μάρκετινγκ, γεγονός που εξηγεί ένα μερικές φορές υψηλό περιθώριο στη δομή των τιμών,
- ασχολείται με τις τοπικές διαδικασίες (εισαγωγή, εκτελωνισμό κλπ.) και ενδεχομένως με τη μεταφορά.

Αντιπρόσωπος θεωρείται ο πωλητής που ειδικεύεται σε ένα είδος προϊόντος ή υπηρεσίας. Οι προμήθειες ποικίλλουν σημαντικά ανάλογα με τον τομέα, το επίπεδο διανομής του συγκεκριμένου προϊόντος (μαζική ή επιλεκτική διανομή), τον όγκο και την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας. Για παράδειγμα, για ορισμένα βασικά προϊόντα διατροφής (F&B), οι προμήθειες κυμαίνονται μεταξύ 3-5% του ποσού των παραγγελιών, αλλά το εύρος μπορεί να φτάσει έως και 10-15% για τα προϊόντα πολυτελείας σε επιλεκτική διανομή (αρώματα, μόδα).

Ο αντιπρόσωπος έχει συνήθως καλό δίκτυο πελατών και εξασφαλίζει έναν γρήγορο κύκλο εργασιών στην εταιρεία.

Δεν υπάρχει διάταξη η οποία να προβλέπει την αποζημίωση εμπορικού αντιπροσώπου, σε περίπτωση που ο κύριος υπόχρεος τερματίσει τη σύμβασή του. Το σημείο αυτό αποτελεί μέρος της συμβατικής ελευθερίας μεταξύ των μερών.

Η επιλογή του δικαίου της Σιγκαπούρης ως εφαρμοστέου δικαίου σε μια σύμβαση διεθνούς αντιπροσωπείας, είναι επομένως μια επιλογή που πρέπει να θεωρείται ότι υπόκειται σε οποιοσδήποτε διατάξεις εμπορικής σύμβασης, αλλοδαπού δικαίου, που ενδέχεται να ισχύουν για τη σύμβαση αυτή.

Έμπορος Χονδρικής (wholesaler): Πρόκειται για ένα υβριδικό σχήμα μεταξύ του εισαγωγέα-διανομέα και του αντιπροσώπου. Προτιμά γενικά την αγορά και μεταπώληση, αλλά δεν λαμβάνει καμία υποχρέωση εμπορίας. Είναι δύσκολο να περιοριστεί γεωγραφικά και να επιβληθεί επιλεκτική διανομή.

Ο χονδρέμπορος αντιπροσωπεύει μια ενδιαφέρουσα εναλλακτική για προϊόντα ευρείας διανομής (μη επιλεκτικά), για εταιρείες που αναζητούν όγκο και για ad-hoc εργασίες αποθέματος. Το «κλείδωμα» της πληρωμής παραμένει θεμελιώδες, καθώς και οι ρήτρες μη επιστροφής των αποθεμάτων.

Έμπορος Λιανικής / Μεγάλο κατάστημα: Η απευθείας συνεργασία με έναν λιανοπωλητή επιτρέπει στον εξαγωγέα να μεγιστοποιεί το ακαθάριστο περιθώριο κέρδους του. Είναι σημαντικό ο λιανοπωλητής να μην συρρικνώνει το περιθώριο λιανικής πώλησης με το περιθώριο διανομής.

Η απευθείας πώληση στο κατάστημα λιανικής βοηθά να γνωρίζει και να ελέγχει τους όρους πώλησης του προϊόντος του. Επιτρέπει, επίσης, την αποφυγή του περιθωρίου του διανομέα ή της προμήθειας του αντιπροσώπου.

Συμβουλευτική / Εξαγωγική Εταιρεία: Αυτοί οι διαμεσολαβητές παρέχουν εμπορική και διοικητική υποστήριξη και μηχανισμούς προώθησης στον εξαγωγέα που δεν είναι εγκατεστημένος στην αγορά-στόχο. Είναι «το γραφείο σας» στη χώρα εξαγωγής.

- Διαθέτουν έλεγχο των δικτύων και των τοπικών διοικητικών-εμπορικών πρακτικών
- Εργάζονται με χρονομεριστική μίσθωση για πολλές εταιρείες, κοστίζουν μόνο ένα κλάσμα από το κόστος ενός διευθυντή εξαγωγών πλήρους απασχόλησης.
- Παρέχουν πλήρη τοπική υποστήριξη, όπως τη χρήση του γραφείου τους κατά τις επισκέψεις σας στη Σιγκαπούρη.
- Οι υπηρεσίες τους προσαρμόζονται στις ανάγκες του εξαγωγέα. Δημιουργούν μακροπρόθεσμες συνεργασίες με δίκτυα και αποτελούν συχνά το βήμα πριν από τη δημιουργία του γραφείου σας ή της κοινοπραξίας σας με τοπικούς εταίρους.

PIGGY-BACK: πρόκειται για τεχνική διανομής που συνίσταται στη χρήση του κυκλώματος ή δικτύου μιας μεγαλύτερης εταιρείας ήδη εγκατεστημένης στην στοχευόμενη περιοχή του μάρκετινγκ. Εξοικονομείται το κόστος διανομής, αλλά προπαντός προσφέρει τη δυνατότητα γρήγορης χρήσης ενός συστήματος που έχει ήδη αποδείξει την αξία του.

Κατάλληλο για βιομηχανικά προϊόντα, συνίσταται στην αξιοποίηση ενός ιστορικού ή παραδοσιακού πελάτη και τη χρήση των τοπικών του θέσεων για την ανάπτυξη πωλήσεων μαζί του, ή με άλλους επαγγελματίες του κλάδου, ανάλογα με τον τύπο του προϊόντος. Οι εταιρείες μεταφορών παρέχουν γενικά υλικοτεχνική και τεχνική βοήθεια. Το σύστημα αυτό είναι φθηνό, επειδή επιτρέπει στο διανομέα να διατηρεί τον προμηθευτή του.

Πηγές:

- Γραφείο ΟΕΥ Σιγκαπούρης
- World Bank
- Trading Economics
- United States Department of Agriculture
- The Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (Chafea)