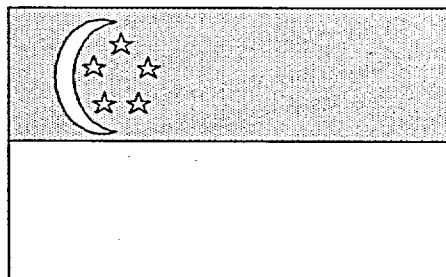


SINGAPOUR

**Conseils à l'intention des exportateurs canadiens de poisson
1994**



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20098758 7

DOCS

CA1 EA660 94S33 EXF

Singapore : guidelines for Canada

fish exporters 1994

32782066

SINGAPOUR
Conseils à l'intention des exportateurs canadiens de poisson
1994

SECRETARIAT DE LA LIAISON SECTORIELLE
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa, Canada K1A 0G2
Tél: (613) 995-1712
Télé: (613) 943-1103

Mars 1994

*Printed on
recycled paper*



*Imprimé sur du
papier recyclé*



RÉSUMÉ

Le rapport *Singapour: Conseils à l'intention des exportateurs canadiens de poisson 1994* présente une vue d'ensemble du marché singapourien du poisson et des fruits de mer, et contient de l'information sur divers aspects de l'économie singapourienne ainsi que sur les facteurs qui influent sur l'importation des produits de la pêche vers ce marché. Le rapport comprend également une fiche signalétique, un bref exposé sur le marché singapourien du poisson et des fruits de mer, des renseignements sur le pays, les habitudes de consommation, le secteur intérieur de la pêche à Singapour, la distribution, l'accès au marché, la documentation, les contacts commerciaux, les importateurs, distributeurs et utilisateurs, ainsi que sur le transport; il renferme aussi des statistiques.

AVIS AUX LECTEURS

Le haut-Commissariat du Canada à Singapour a déterminé dans le passé que le secteur de la pêche constituait un secteur prioritaire pour la promotion des exportations. Voilà qui attire l'attention sur l'existence de possibilités particulières que les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer sont incités à explorer. Le présent document a été préparé en vue de fournir aux exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer des renseignements généraux sur le marché singapourien. Ce rapport indique des débouchés susceptibles d'intéresser les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer, et fournit des renseignements sur les caractéristiques socio-économiques de Singapour, telles que la population, la superficie, le niveau de vie, la langue, les voyages d'affaires et la structure politique. Les renseignements relatifs au marché intérieur singapourien comprennent des données sur la demande, l'offre, les importations, les canaux de distribution, les possibilités de marketing, les industries intérieures, l'accès au marché, les transports et les habitudes de consommation à Singapour.

Le rapport décrit également divers éléments ayant trait à l'accès au marché, entre autres la documentation, les inspections, l'emballage, l'étiquetage, les conseils et la réglementation en matière de marketing. Une section du rapport traite des modes de transport à Singapour. Le rapport contient aussi une liste des principaux importateurs, distributeurs et utilisateurs de poisson et de fruits de mer à Singapour (p.15), une liste des centres du commerce international d'un bout à l'autre du Canada (p.23), ainsi qu'une liste des directions commerciales géographiques au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (p.22); celles-ci serviront de points de contact pour les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer intéressés par le marché singapourien. De plus, une liste des principaux contacts commerciaux en matière de relations commerciales Canada-Singapour est fournie, à titre de source d'information, aux personnes intéressées à faire des affaires avec Singapour.

Au cours de la préparation de ces lignes directrices, on a pris soin de s'assurer de l'exactitude des renseignements fournis. **Il est cependant conseillé aux exportateurs canadiens avisés qui font le commerce du poisson et des fruits de mer de vérifier tous les renseignements pertinents auprès de leurs contacts commerciaux et de s'en tenir strictement aux exigences et aux règlements établis par les autorités et les importateurs de Singapour.**

Le présent rapport fait partie d'une série de «Conseils par pays» en cours de préparation au Secrétariat de la liaison sectorielle du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Les questions concernant ce rapport ou d'autres rapports existants ou à venir doivent être adressées au Secrétariat de la liaison sectorielle (TOSA), au 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario). [Tél:(613) 995-1712, téléc:(613) 943-1103.]

Gary G. Smith d'**INFI-GAR Economic Services** a effectué la recherche, compilé les résultats et rédigé le rapport.

TABLE DES MATIÈRES

SINGAPOUR: FICHE SIGNALÉTIQUE	1
VUE D'ENSEMBLE DU COMMERCE ET DE L'ÉCONOMIE	2
LE MARCHÉ DU POISSON ET DES FRUITS DE MER EN BREF	3
LES PÊCHES INTÉRIEURES	7
LES TRANSPORTS	9
L'ACCÈS AU MARCHÉ	10
CONTACTS COMMERCIAUX	14
IMPORTATEURS, DISTRIBUTEURS, UTILISATEURS	15
APPENDICE STATISTIQUE	17
DIRECTIONS COMMERCIALES GÉOGRAPHIQUES	22
CENTRES DU COMMERCE INTERNATIONAL	23
BIBLIOGRAPHIE	24

SINGAPOUR : FICHE SIGNALÉTIQUE

GÉOGRAPHIE	Ville-État située à l'extrémité de la péninsule Malaise, la République de Singapour comprend l'île de Singapour et environ 54 autres îles plus petites; ensemble, elles ont une superficie approximative de 637 kilomètres carrés. Singapour est reliée à la péninsule Malaise, au nord, par une chaussée qui traverse le détroit de Johore.
CLIMAT	Tropical; mai est le mois le plus chaud (24-32 °C), et janvier, le mois le plus froid (23-30 °C), tandis que juillet est le mois le plus sec (70 mm de précipitations, en moyenne), et décembre, le mois le plus humide (257 mm de précipitations, en moyenne).
POPULATION	2,83 millions (fin 1992)
FUSEAU HORAIRE	Singapour a huit heures d'avance sur le temps universel et treize heures d'avance sur l'heure normale de l'Est.
MESURES	On se sert depuis longtemps du système britannique (impérial) à Singapour, mais le système métrique envahit graduellement les activités commerciales.
LANGUES	À Singapour, on parle l'anglais, le chinois, le malais et le tamoul.
GOVERNEMENT	République parlementaire ayant à sa tête un président, Singapour est gouvernée par un Premier ministre et son Cabinet. Le Parti d'action populaire, qui a pris le pouvoir en 1959 avec à sa tête Lee Kuan Yew, est toujours aux commandes de l'État. Singapour fait partie de l'Association des nations du Sud-Est asiatique (l'ASEAN) et pratique le non-alignement et le libre-échange en politique étrangère.
NIVEAU DE VIE	Le dynamisme économique de Singapour s'est traduit par de rapides améliorations sur le plan social. Le chômage, pour ainsi dire inexistant jusqu'en 1985, a atteint cette année-là 4,1 %, en raison de la récession, puis 6,5 % en 1986. Grâce à une croissance économique vigoureuse, cependant, il se maintient de nouveau à des niveaux très bas depuis 1987.
MONNAIE	Un dollar de Singapour = 100 cents.
CONGÉS	Les 1 ^{er} , 23 et 24 janvier, le 9 avril, les 1 ^{er} et 31 mai, le 4 juin, le 9 août, le 14 novembre et le 25 décembre sont jours fériés à Singapour.

VUE D'ENSEMBLE DU COMMERCE ET DE L'ÉCONOMIE

À comparer aux années antérieures, la croissance économique à Singapour a ralenti en 1991 (6,7 %) et en 1992 (5,8 %), et l'on ne s'attend pas à une amélioration importante en 1993, à moins que la demande aux États-Unis et en Europe ne fasse augmenter les exportations. Le produit national brut par habitant, maintenant supérieur à 14 300 \$ US, est le deuxième en importance en Asie, après le Japon, ce qui fait de Singapour, qui compte plus de 2,8 millions d'habitants, un riche bassin d'aspirants consommateurs. Le commerce se porte bien à Singapour, ce qui s'explique par les facteurs suivants : un contexte de libre-échange; l'efficacité des infrastructures locales (ports, aéroports, services financiers, etc.); le haut niveau de qualification de la main-d'oeuvre; le faible poids de la fiscalité; la vigueur de la monnaie; enfin, la stabilité du gouvernement, ce qui continue d'amener un grand nombre d'entreprises étrangères à s'établir à Singapour.

Les échanges bilatéraux entre le Canada et Singapour sont demeurés relativement stables en 1992, autour de 975 millions de dollars, mais les bases de l'expansion des exportations canadiennes vers Singapour et la région au cours des prochaines années ont été solidement jetées. Singapour continue d'investir beaucoup dans les infrastructures, afin de rendre la république de plus en plus concurrentielle et de plus en plus attrayante pour les milieux d'affaires étrangers. D'importants programmes visant à améliorer le style et les conditions de vie des Singapouriens sont également en cours; ainsi la population pourra-t-elle jouer un rôle plus actif dans l'avenir du pays.

L'approche stratégique se manifeste dans le Plan stratégique en matière d'économie, lancé au début de 1992, qui donne des lignes directrices concernant le développement de Singapour pour les trente à quarante prochaines années. Pour que ce plan soit couronné de succès, il faudra faire reposer les activités scientifiques et technologiques ainsi que des activités de recherche-développement sur de plus larges assises; accroître la productivité des travailleurs de Singapour; attirer de l'étranger des investisseurs et des partenaires stratégiques en technologie de pointe, dans le but de faire progresser de plus en plus l'industrie singapourienne; enfin, continuer d'encourager les entreprises de Singapour à se risquer en plus grand nombre à l'étranger (même si ce n'est que dans un contexte régional, au départ).

Il demeure essentiel de démontrer au milieu des affaires de Singapour que le Canada et les entreprises canadiennes sont intéressés à faire des affaires à Singapour, et, en collaboration avec des entreprises singapouriennes, sur d'autres marchés de la région. La concurrence sur ce marché vient des États-Unis, de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande, de l'Europe et du Japon; par conséquent, les Singapouriens oublient souvent que le Canada peut être un fournisseur ou un partenaire. Les relations économiques et commerciales entre le Canada et Singapour sont renforcées par la présence d'une communauté canadienne à Singapour, où certaines provinces ont d'ailleurs des bureaux de commerce et d'investissement. Environ 80 sociétés sont maintenant établies à Singapour, et bon nombre d'entre elles se servent de Singapour comme d'un tremplin pour leurs activités dans la région. La Canada-Singapore Business Association, la Canadian Alumni Association et la Canadian Association contribuent toutes de façon importante à la promotion de liens économiques et commerciaux entre le Canada et Singapour.

LE MARCHÉ DU POISSON ET DES FRUITS DE MER EN BREF

Singapour a beau ne compter que 2,8 millions d'habitants, elle est tout de même l'un des pays du monde où il se mange le plus de poisson, de crustacés et de coquillages par habitant (36 kilogrammes par année). La consommation totale y dépasse 115 000 tonnes par année, les importations répondant à la demande intérieure dans une proportion d'environ 85 %. Les Singapouriens préfèrent nettement le poisson frais, mais ils consomment aussi d'importantes quantités de poisson et de fruits de mer séchés qui sont des spécialités, comme les ailerons de requin, le calmar, la crevette, l'ormeau et les huîtres. Les consommateurs de Singapour font preuve d'énormément de discernement quand il s'agit de poisson et de fruits de mer, et ils continueront d'exiger des produits d'une qualité supérieure uniforme.

Le poisson et les fruits de mer congelés font lentement leur apparition sur les marchés de détail à Singapour; la présence d'un grand nombre d'étrangers qui demandent des produits spécialisés, tels que le saumon, la truite, les filets de morue, divers types de bâtonnets et de croquettes de poisson, y est pour quelque chose. On s'attend à l'avenir à ce que Singapour suive la tendance des autres pays industrialisés, où les aliments et les produits de la pêche préparés d'une manière commode sont de plus en plus en demande, étant donné que le nombre de femmes sur le marché du travail augmente. La popularité actuelle des aliments qui vont au four à micro-ondes ouvre aussi des créneaux de marché aux exportateurs canadiens. Les grands hôtels qui sont concentrés au centre-ville de Singapour sont pour leur part d'importants utilisateurs de produits de la pêche congelés, de grande valeur, et notamment de filets de poisson à chair blanche, de homard, de pétoncles et de saumon.

On s'attend à une augmentation de la demande de produits alimentaires en général, en raison de la croissance des dépenses privées et de l'afflux de touristes à Singapour. Il existe également d'autres créneaux de marché importants à exploiter auprès des traiteurs des lignes aériennes, des marchands de fournitures pour les bateaux de croisière, ainsi que dans les secteurs de la restauration-minute et des boissons, en rapide croissance. Parmi les catégories d'aliments où la demande a augmenté le plus à Singapour, mentionnons les produits laitiers, les produits de la pêche et de la mer, ainsi que les boissons. Les espèces de poisson dont la popularité a augmenté sont la castagnole, le macquereau espagnol, le vivaneau *Lutjanus johni*, la carangue jaune *Caranx crysos*, le poisson de corail, la daurade, le dorab, le serranidé et le mérrou.

Les principaux clients pour les produits de la pêche sont les grossistes (p. ex. Ben Foods, General Foods, Cold Storage), les détaillants (p.ex. Cold Storage, NTUC Fairprice), les traiteurs des lignes aériennes (SATS, CIAS) et les marchands de fournitures pour bateaux. Le poisson et les produits alimentaires sont généralement mis en marché par l'intermédiaire de distributeurs qui importent directement des fournisseurs. Les principaux distributeurs vendent directement aux grossistes, aux détaillants, aux institutions, ou directement aux consommateurs. Les distributeurs font de la publicité directe dans les journaux, à la télévision et dans les revues, et leurs budgets de publicité représentent 2 à 10 % de leur chiffre d'affaires. Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer qui songent au marché de Singapour peuvent également profiter de l'une des grandes foires du poisson ou de l'alimentation qui se tiennent chaque année dans la région pour établir ou consolider des relations d'affaires.

En plus d'être elle-même un marché en expansion, Singapour est un tremplin pour le commerce avec les autres pays de l'Asie du Sud-Est, et, en particulier, avec les cinq autres membres de l'ASEAN — l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est. La position centrale de Singapour dans la région, l'excellence de ses liaisons régionales et internationales dans le domaine des transports et des communications, et la multiplication des possibilités découlant d'une plus étroite coopération économique entre les pays membres de l'ASEAN ont rendu Singapour plus attrayante en tant que base d'exportation à l'étranger ou comme emplacement d'un siège social régional. Les entreprises canadiennes qui envisagent la possibilité à long terme de vendre leurs produits et services dans la région devraient choisir avec soin une méthode de commerce valable aussi bien pour leurs stratégies de marketing à Singapour que pour leurs stratégies de marketing dans la région.

LE HOMARD

Les importations de crustacés sur le marché de Singapour ont atteint au total 3 500 tonnes métriques en 1992, dont 15 tonnes de homard, selon les estimations. Considéré comme un mets délicat à Singapour, le homard se mange en général à l'occasion des fêtes et des célébrations. Il n'est cependant pas d'usage d'en manger à la maison; c'est plutôt dans les restaurants, les hôtels et chez les traiteurs qu'on en trouve. Le homard est importé vivant, de préférence; il est donc frais quand on le fait cuire. Quant au homard congelé, il est populaire auprès des hôtels, mais dans une moindre mesure; ces derniers en servent d'ailleurs souvent dans des buffets divers. La concurrence sur le marché vient surtout du homard et de la langouste capturés dans la région ou dans ses environs — c'est-à-dire de pays comme la Malaisie, le Bangladesh, l'Inde et le Sri Lanka —, ainsi que de la langouste provenant d'Australie. Certains importateurs locaux ont commencé à importer du homard de Boston et du Maine, mais on ignore s'il s'agit de homard d'origine canadienne.

Le homard est distribué principalement auprès des grossistes et des importateurs de poisson et de fruits de mer qui desservent le marché institutionnel, ce qui comprend les hôtels, les restaurants et les traiteurs. En général, le homard n'est pas populaire auprès des commerces de détail; en fait, il n'y a qu'une poignée de commerces de détail qui vendent des produits du homard. Comme c'est le homard vivant qui est le plus populaire, les principaux distributeurs ont pour la plupart des installations pour l'entreposage du poisson et des fruits de mer vivants qu'ils importent.

Les importations de poisson et de fruits de mer à Singapour sont soumises aux exigences habituelles : certificat d'origine, copie de la facture et certificat de salubrité standard. Les autorités sanitaires locales effectuent des vérifications au hasard sur les produits de la pêche. Comme les importations de poisson et de fruits de mer ne sont soumises à aucun droit de douane ou contingent, le homard est donc admis en franchise.

Les acheteurs n'ont pas suffisamment conscience de l'offre de homard canadien sur le marché singapourien, continuant de préférer les espèces de homard locales. Idéalement, les exportateurs canadiens de homard devraient donc travailler avec des importateurs locaux à l'organisation de campagnes de promotion du homard, et tenter de sensibiliser davantage les consommateurs au produit. La coordination de promotions axées sur le homard canadien, dans les principaux débouchés institutionnels, constituerait une méthode efficace pour répandre plus largement l'usage de produits du homard canadiens. La force du Canada tient surtout à l'image et à la réputation des produits canadiens.

En général, le homard canadien est perçu comme étant de qualité supérieure à celle du homard d'ailleurs, mais son point faible, c'est son prix plus élevé qui le rend moins concurrentiel sur le marché local. Il semble également y avoir un manque d'empressement et de flexibilité de la part des exportateurs canadiens qui ne sont pas disposés à consacrer le temps et les ressources nécessaires pour percer sur ce marché. Si l'on recourt à la stratégie de promotion appropriée, on pourra sensibiliser davantage les gens au homard canadien et accroître la demande pour ce produit dans un avenir rapproché.

LE CONCOMBRE DE MER SÉCHÉ

En Asie du Sud-Est et à Singapour, entre autres, la consommation de concombre de mer est très répandue chez les Chinois; à Singapour, on le considère du reste comme un mets délicat. Les principaux fournisseurs sont les Philippines, l'Inde, le Sri Lanka, la Nouvelle-Calédonie et le Sabah (Malaisie orientale), mais Singapour en réexporte vers la Malaisie et Taïwan. Le concombre de mer se mange surtout hors du foyer; il s'agit d'ailleurs du mets préféré dans les réceptions et les mariages chinois ainsi que lors des célébrations du Nouvel An chinois. Juillet et août sont par ailleurs de bons mois pour l'exportation du concombre de mer à cause du festival de l'Esprit affamé. Le *Microthela fuscogilva* semble être l'espèce préférée habituellement, mais aussi l'une des plus coûteuses; le *Metriatyla scabra* est une autre espèce populaire à Singapour.

LE SAUMON

Encore relativement faible, la demande de saumon sur le marché de Singapour provient surtout des utilisateurs institutionnels haut de gamme, comme les hôtels et les restaurants européens. Singapour n'importe presque pas de saumon, et l'on ne peut pas trouver de statistiques globales sur ce produit auprès des informateurs commerciaux locaux. Les importations de saumon sont classées dans la catégorie «poisson en général».

Les Norvégiens, qui dominent le marché à Singapour et participent de façon dynamique à chaque activité importante consacrée au poisson et aux fruits de mer dans la région, sont les principaux concurrents des producteurs canadiens de saumon. Même si le saumon norvégien a été mis en évidence et que la population y est très sensibilisée, on ne s'attend pas à une hausse spectaculaire de la consommation de saumon dans un avenir rapproché, étant donné les goûts, le manque de familiarité avec l'espèce et les habitudes alimentaires de la population locale, composée de Chinois à 76 %. Toute augmentation importante de la consommation de saumon à Singapour viendra d'un accroissement de la consommation chez les touristes, et celle-ci se produira surtout dans les hôtels et les restaurants.

C'est pourquoi les efforts publicitaires devraient être dirigés vers ce segment du marché. Les grands courtiers institutionnels, les marchands de fournitures pour bateaux, les distributeurs de poisson et de fruits de mer et les commerçants d'épicerie fine sont les principaux importateurs de saumon. Ils importent surtout des filets de saumon, du saumon fumé, du saumon congelé ou du saumon frais, entier. Les produits du saumon entrent en franchise à Singapour et ne sont soumis à aucune barrière commerciale officielle. L'importateur singapourien doit enregistrer la transaction auprès des autorités agricoles locales. Grâce à l'implantation de TRADENET, un système de traitement informatique entièrement automatisé, on peut maintenant enregistrer toute transaction commerciale de façon électronique, sans documentation encombrante.

Les importateurs singapouriens de saumon nous ont fait savoir qu'ils considéraient le saumon canadien comme étant quelque peu inférieur au produit norvégien. Ils estiment en effet que le prix du saumon norvégien défie la concurrence; les exportateurs norvégiens leur fournissent d'ailleurs un excellent service après-vente, ce qui fait que les importateurs singapouriens sont très fidèles à leurs fournisseurs norvégiens. Quelques sociétés norvégiennes qui font le commerce du saumon ont établi des coentreprises avec des sociétés locales de Singapour, dans le but d'obtenir une plus grande part du marché local du saumon. Les exportateurs canadiens de saumon à Singapour doivent donc promouvoir leurs produits de façon plus vigoureuse à Singapour, s'ils veulent se tailler une plus large part du marché. Cibler les hôtels et les restaurants peut être une façon de faire voir davantage les produits canadiens du saumon.

LA CREVETTE

Singapour importe chaque année plus de 20 000 tonnes de crevettes de Birmanie, de Thaïlande, de Malaisie, de Chine, d'Inde et d'Indonésie. Les exportations indonésiennes de crevettes vers Singapour ne sont cependant pas signalées dans les statistiques officielles, même s'il est bien connu qu'un volume important de crevettes d'Indonésie est soit transformé soit ré-emballé à Singapour afin d'être réexporté vers d'autres destinations. Les usines de transformation de Singapour achètent aussi des crevettes de l'État voisin du Johore, en Malaisie, où certains Singapouriens ont investi dans la culture de la crevette. En raison de la rigueur de ses normes de contrôle de la qualité, Singapour a l'avantage de transformer des crevettes à valeur ajoutée et des crevettes en paquets destinés aux consommateurs.

LES CÉPHALOPODES

Le calmar et la seiche sont très populaires auprès de la population chinoise de Singapour. Sur les marchés locaux, ils se vendent frais ou réfrigérés, mais on trouve aussi des produits transformés, comme le calmar entier, nettoyé, et les filets. Les calmars entiers ou évidés sont importés, mais les filets de seiche sont plus en demande pour la retransformation. Les boulettes de seiche constituent un autre produit populaire. L'éventail des préférences des importateurs singapouriens va des produits de petite taille, destinés à la distribution sur le marché local, au calmar et à la seiche de grande dimension, destinés à la retransformation et à la réexportation. Le *Loligo* et l'*Illex* sont les espèces de calmars que l'on préfère.

LES PÊCHES INTÉRIEURES

Le commerce du poisson et des fruits de mer à Singapour a franchi une nouvelle étape : délaissant le rôle traditionnel d'intermédiaire, Singapour s'est hissée en ce domaine au rang d'important centre de transformation. Au total, les importations de poisson et de fruits de mer transformés sont passées à 118 millions de dollars environ en 1984 à 220 millions l'an dernier. Au cours des cinq dernières années, l'industrie locale de la transformation du poisson et des fruits de mer, de fournisseur du marché intérieur, est devenue fournisseur de marchés étrangers plus importants comme le Japon, les États-Unis et l'Europe. Dans le domaine de la transformation des aliments en général, la tendance est d'ailleurs aux industries tournées vers l'exportation.

Les entreprises qui s'engagent dans des projets et des services ayant trait à l'agro-technologie disposent d'incitations fiscales et de subventions de l'État. Singapour favorise ainsi la participation du secteur privé, y compris celle des entreprises étrangères. Voici quelques-uns des domaines d'investissement possibles :

1. la technologie relative aux écloseries de crevettes et de poisson, dans laquelle on se concentre sur la sélection génétique en vue d'accroître la production et de produire des variétés plus résistantes à la maladie;
2. les systèmes de technologie destinés à l'élevage intensif de la crevette et du poisson dans des réservoirs et des pistes où la production se fait dans un contexte contrôlé;
3. les aliments artificiels destinés aux crevettes et au poisson, ainsi que les régimes alimentaires particuliers aux divers stades de la croissance, à l'amélioration de la croissance et de la coloration, aux fins prophylactiques ou thérapeutiques, et aux étapes larvaires dans les écloseries.

LA FLOTTE

La flotte singapourienne pêche surtout au large, dans la mer de Chine méridionale et dans certaines parties de l'océan Indien. La flotte s'adonne aussi à certaines activités de pêche à l'intérieur des eaux territoriales qui entourent l'extrémité de la péninsule Malaise. La flotte hauturière singapourienne comprend environ 150 bateaux de 20 à 80 tonnes, sur lesquels travaillent un millier de pêcheurs. Les navires pêchent cinq à sept jours par semaine et réfrigèrent immédiatement le poisson entier dès le débarquement.

LA DISTRIBUTION

La Division des pêches du ministère du Développement national de Singapour exploite les installations et l'infrastructure de distribution dans deux ports de débarquement de Singapour. Le plus grand des deux, Jurong, reçoit 85 % de tout le poisson qui entre à Singapour (qu'il s'agisse du produit des pêches intérieures ou du poisson de l'étranger). Le marché de gros pour les prises locales fonctionne chaque nuit à Jurong : c'est à ce moment qu'une centaine d'entreprises vendent leurs produits étalés sur des éventaires, soit aux enchères, soit directement aux détaillants. Trois à quatre mille acheteurs se présentent chaque nuit pour 200 à 300 tonnes de poisson. Pongo, l'autre port important, ne s'occupe cependant que des navires et des arrivages locaux. À cause du haut niveau de température et du manque de réfrigération sur les marchés locaux, le produit doit être vendu avant le milieu de l'avant-midi pour être frais.

Quant au poisson invendu, il doit être jeté ou transformé en farine. Les prises locales ne répondent qu'à 20 % de la demande intérieure de poisson frais, mais on importe tous les jours du poisson bon marché des pays voisins — la Malaisie et la Thaïlande —, ce qui contribue à la satisfaction de la population chinoise locale, qui préfère le poisson frais au poisson congelé.

LES DÉBARQUEMENTS

Voici quelles ont été les principales espèces débarquées par la flotte de pêche singapourienne en 1992 : poissons de mer, n.d.a. (3 254 tonnes métriques), décapodes du groupe des Natantia, n.d.a. (1 014 tonnes métriques), moules brunes *Perna perna* (893 tonnes métriques), raies, n.d.a. (500 tonnes métriques), poissons-chats de mer, n.d.a. (489 tonnes métriques) et poissons-lézards, n.d.a. (487 tonnes métriques).

L'AQUICULTURE

L'aquiculture a été encouragée ces dernières années, car Singapour fait face à des pressions pour trouver de nouvelles méthodes de production intérieures de poisson et de fruits de mer. L'aquiculture à Singapour se pratique surtout le long des estuaires et des côtes, où des cages flottantes sont utilisées pour l'élevage du poisson dans des fermes privées. On compte environ 70 fermes d'élevage de ce genre à Singapour. Il existe des possibilités de produire du mérrou, du vivaneau *Lutjanus johni*, du vivaneau, de la carangue palomète *Hemicaranx leucurus*, du serranidé, de la perche, du chanidé ainsi que des mollusques tels que les moules, les crabes de palétuviers, les crevettes banana et le homard.

L'industrie aquicole singapourienne produit environ 1 % des approvisionnements intérieurs, soit approximativement 1 500 tonnes par an. S'ils sont maintenus dans une eau à température élevée et nourris constamment, les fingerlings peuvent être prêts pour la mise en marché en six mois. On produit à Singapour certaines espèces de valeur supérieure qui peuvent être exportées. À court terme, l'aquiculture à Singapour fait face à certains problèmes de développement et autres problèmes connexes, mais les perspectives de production aquicole à long terme paraissent stables.

LE SECTEUR DE LA TRANSFORMATION

Singapour se sert de son secteur de la transformation pour maintenir son importance comme centre important du commerce d'entrepôt dans la région. Le poisson est importé, congelé, mis en boîte, fumé et réemballé selon les normes internationales de réexpédition. Dix à quinze mille tonnes de poisson ou de fruits de mer congelés (des crevettes, du thon et du calmar, surtout) entrent ainsi à Singapour pour y être classifiées, réemballées et réexportées vers le Japon, les États-Unis et l'Europe.

Des problèmes relatifs à des déficiences sur le plan de la santé et de l'hygiène ont nui aux exportations de Singapour dans le passé, mais ce genre de problème est en train de diminuer, semble-t-il. Le ministère de la Production primaire a introduit un programme dans le but d'aider les usines de transformation du poisson locales à moderniser leurs techniques de transformation et à améliorer la manutention du poisson. La majeure partie du réempaquetage des produits de la pêche s'effectue sur les quais, et les réexportations représentent 35 % des exportations totales.

LES TRANSPORTS

Singapour dispose d'un réseau de transport très développé qui continue de prendre de l'expansion et de s'améliorer. Le pays est relié à la fois par chemin de fer et par route à la Malaisie et à la Thaïlande, grâce à la chaussée du Johore, et l'île elle-même a un réseau routier bien asphalté. Quarante-quatre lignes aériennes internationales, dont la Singapore Airlines, desservent l'aéroport international. Le port de Singapour, qui dispose de vastes installations pouvant accueillir des paquebots et des cargos, y compris des porte-conteneurs, se classe au deuxième rang mondial pour l'achalandage. Le port est géré d'une manière efficace, et ses installations sont continuellement modernisées.

LE TRANSPORT MARITIME

Singapour a un excellent port franc. La Port of Singapore Authority (PSA) exploite cinq terminaux qui présentent environ deux millions de mètres carrés d'espace d'entrepôt, couvert ou en plein air, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la zone de libre-échange. La PSA dispose aussi de sa propre force policière et de ses propres services d'incendie. En 1992, Singapour a été l'un des ports du monde les plus achalandés, puisqu'elle a accueilli 81 000 navires et manutentionné quelque 238,4 millions de tonnes de fret maritime. Il existe un service de navigation régulier entre Singapour et le Canada, mais il peut être coûteux d'expédier de petites commandes. On continue d'investir de façon importante dans les installations portuaires, puisqu'on a inauguré en 1992 le terminal à conteneurs de Brani et qu'il existe des plans ambitieux en vue de construire un méga-port à Pasir Panjang; ce dernier aurait la capacité d'accueillir trois fois plus de conteneurs que toutes les installations existantes réunies.

LE TRANSPORT AÉRIEN

Singapour est actuellement desservie par l'aéroport ultra-moderne de Changi, dont les deux pistes accueillent 44 transporteurs aériens internationaux, et un nouveau terminal actuellement en construction augmentera les capacités d'accueil, qui sont déjà excellentes. En 1992, 720 000 tonnes de fret aérien sont passées par Singapour. Les Singapore International Airlines (la compagnie d'aviation nationale) ont des vols directs sur Vancouver depuis 1988, et Singapour est également desservie quatre fois par semaine par Air Canada qui emprunte la route transatlantique depuis Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax à destination de Singapour. Air Canada et Les Lignes aériennes Canadien international ont aussi des vols quotidiens qui relient le Canada à Singapour, grâce à une combinaison de correspondances avec d'autres transporteurs.

LE TRANSPORT ROUTIER

Singapour dispose d'un réseau routier efficace, qui comprend 2 686 kilomètres de routes bien asphaltées, dont 77 kilomètres d'autoroute et 458 kilomètres de grandes routes.

LE TRANSPORT FERROVIAIRE

Les chemins de fer ne sont pas très développés à Singapour, mais il existe tout de même une voie ferrée de 26 kilomètres de long, à écartement de 1 mètre, qui relie l'île au réseau ferroviaire malais, au nord. Singapour a par ailleurs mené à bien la construction d'un réseau de transport en commun. Le travail s'est effectué en deux temps : le premier tronçon a été mis en service en 1988, et le second, en 1990. Un million de passagers empruntent chaque jour le transport en commun, et le prolongement du réseau est prévu.

L'ACCÈS AU MARCHÉ

LA DISTRIBUTION

En raison de sa très forte densité de population sur un territoire fort peu étendu, Singapour est fondamentalement un pays cantonné dans une ville. L'importation de produits de la pêche à Singapour se fait habituellement par l'intermédiaire de sociétés de commerce extérieur établies, qui ont des succursales à Singapour. Habituellement, ces sociétés s'occupent de la vente et du service après-vente, et fournissent l'aide qui s'y rapporte.

À Singapour, il est extrêmement important de fournir un service après-vente si l'on veut gagner la confiance des importateurs singapouriens, car ceux-ci hésiteront peut-être à faire affaire avec un exportateur lointain. Par conséquent, les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer devraient choisir avec soin l'agent qui répondra à leurs besoins sur le plan de la commercialisation. Les sociétés de commerce extérieur singapouriennes vendent généralement leurs produits aux détaillants aussi bien qu'aux grossistes. Les agents et distributeurs singapouriens désigneront également des sous-agents ou distributeurs sur les marchés voisins, afin d'assurer une mise en marché efficace dans d'autres régions.

Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer pourraient trouver avantageux d'ouvrir une succursale à Singapour pour desservir le marché local, ou se servir de Singapour comme d'une base d'opération pour le marketing et le soutien des ventes dans la région. Le statut d'«Operational Headquarters» (OHQ) à Singapour procure diverses incitations fiscales aux entreprises étrangères. On entend par OHQ une entité constituée en société à Singapour aux fins de la fourniture de services de gestion à des filiales et à des associés. Les activités menées par le biais d'un casier postal et les entreprises sans consistance ne répondent pas aux critères d'admissibilité au statut d'OHQ.

LES MARCHÉS DE GROS

Singapour compte environ 16 000 entreprises qui pratiquent le commerce de gros et de détail sur le marché local; celles-ci vont de l'entrepôt ultra-moderne au petit magasin du coin exploité par son propriétaire, en passant par les magasins à rayons à la pointe du progrès et les points de vente à l'occidentale. Il existe très peu de grossistes importants à Singapour, en raison surtout de la faible dimension du pays. Alors que les petits grossistes sur le marché de Singapour font souvent crédit aux détaillants qui entreposent leurs produits, les sociétés de commerce extérieur plus importantes s'occupent de la vente en gros et exploitent de vastes entrepôts. Ces sociétés approvisionnent également les détaillants à partir de leurs gros entrepôts, et, comme Singapour est un important centre de distribution régional, les grandes sociétés de commerce extérieur desservent souvent un marché beaucoup plus étendu, à l'intérieur de la région.

Singapour compte six zones franches, soit cinq pour le fret maritime et une pour le fret aérien. Établies à Singapour en 1969, les zones franches fournissent des installations et des services pour l'entreposage et la réexportation de marchandises soumises à des droits de douane et contrôlées. Les principales caractéristiques des zones franches sont l'entreposage gratuit, pendant soixante-douze heures, du fret maritime conventionnel importé; l'entreposage, pendant vingt-huit jours, du fret destiné au transbordement ou à la réexportation; et l'entreposage, pendant sept jours, du fret conteneurisé destiné à l'exportation.

L'ENTREPOSAGE

Comme les installations d'entreposage de Singapour sont plus que suffisantes, la cité-État sert d'important port de transbordement et de centre d'entreposage et de distribution. La capacité d'entreposage à Singapour dépasse les deux millions de mètres carrés; on trouve dans les ports des entrepôts divers : entrepôts à niveaux multiples, automatisés, réfrigérés, climatisés, et entrepôts de transit. Les marchandises livrées dans les trois jours suivant le déchargement des navires ne sont pas soumises aux droits d'entreposage dans les entrepôts publics. Au bout de trois jours, les frais sont basés sur une échelle mobile de taux qui changent chaque semaine. Le fret destiné au transbordement peut être entreposé gratuitement pendant vingt-huit jours au plus, après quoi, des droits sont perçus en fonction d'un tarif à échelle mobile. Nombreuses sont les grandes sociétés de commerce extérieur qui possèdent et exploitent de vastes installations d'entreposage.

À Singapour, les bassins d'amarrage destinés aux navires océaniques et aux navires côtiers font plus de 15 kilomètres de long et sont flanqués de remises de transit, d'entrepôts et de voies d'accès. Grâce à la très grande efficacité de sa force de sécurité, la Port of Singapore Authority assure un haut niveau de sécurité dans les entrepôts.

LES LICENCES

Tous les importateurs de produits de la pêche doivent détenir une licence de la Division des pêches du ministère de la Production primaire. Celle-ci expire le 31 décembre de l'année où elle a été demandée.

LES INSPECTIONS

Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer peuvent s'éviter certains délais d'inspection et d'autres sources de confusion en envoyant aux autorités douanières appropriées, avant l'exportation de la marchandise, un échantillon du produit accompagné de sa description. Les décisions rendues par les autorités douanières ne sont cependant que des recommandations; elle n'ont donc pas force exécutoire. Les autorités douanières peuvent en effet décider d'envoyer un échantillon de la marchandise au contrôleur des douanes pour qu'il rende une décision sur la classification du produit, et ce sont les décisions de ce genre qui sont considérées comme ayant force exécutoire. Si la documentation appropriée accompagne la marchandise, le dédouanement de la documentation prendra habituellement deux heures environ.

LA RÉGLEMENTATION DES IMPORTATIONS

La plupart des produits peuvent entrer à Singapour en vertu d'une licence générale ouverte, sans qu'il soit nécessaire de détenir une licence particulière en cours de validité ou une permission préalable. Il faut cependant obtenir l'autorisation des autorités compétentes en matière de sécurité, de santé ou d'environnement, dans le cas des produits pharmaceutiques et des produits chimiques, des armes et des explosifs de même que d'un certain nombre d'autres produits.

LES PRIX ET LES CONDITIONS

Les estimations devraient être libellées en dollars de Singapour ou en dollars canadiens ou américains, C.A.F. Singapour. Au cours des premiers stades de la discussion, alors que l'acheteur singapourien veut simplement avoir une idée du prix, les prix F.A.B. sont acceptables, pourvu qu'ils soient accompagnés d'une estimation des coûts de l'assurance et du fret. Les expéditeurs de fret canadiens peuvent aider à fournir cette estimation.

LES MODALITÉS DE PAIEMENT

Les importateurs singapouriens établis ont la réputation d'être d'excellents payeurs, mais au début, il vaut mieux demander à être payé par lettre de crédit irrévocable, ce qui est pratique courante et acceptable à Singapour. Une fois que les relations d'affaires sont bien établies, on peut recourir à diverses conditions de crédit, mais celles-ci devraient presque toujours être précédées d'un chèque de crédit courant.

L'ÉTIQUETAGE ET L'EMBALLAGE

Il n'y a pas de normes d'emballage prescrites, mais les paquets devraient pouvoir supporter la chaleur et l'humidité intenses des mois d'été, ainsi qu'un éventuel entreposage à l'extérieur de courte durée. Les aliments préemballés doivent être étiquetés de façon à ce que la désignation du contenu de l'aliment soit indiquée en anglais, en lettres capitales d'au moins un seizième de pouce de haut; l'étiquette doit en outre préciser s'il s'agit d'un aliment composé ou mélangé, et donner la quantité minimum en unités métriques, le nom et l'adresse du fabricant ou du vendeur, ainsi que le pays d'origine. Une description du contenu du paquet peut être ajoutée sur le devant de l'étiquette, à condition que ce qui est écrit dans une autre langue ne soit pas contraire à ce qui est écrit en anglais ou ne vienne pas le modifier. Les représentations figurées ne doivent pas induire en erreur quant à la nature ou à l'origine véritables de l'aliment.

LES DROITS DE DOUANE

Le système tarifaire de Singapour est fondé sur la Nomenclature du Conseil de coopération douanière. Environ deux cinquièmes des droits sont perçus en fonction d'un pourcentage, tandis que deux cinquièmes sont des droits *ad valorem*, suivant ce qui est le plus élevé. Singapour n'impose ni droits ni contingents sur le poisson ou les produits du poisson, et les échantillons sans valeur commerciale entrent en franchise. Dans le cas d'échantillons de valeur, les voyageurs devraient communiquer avec le haut-Commissariat du Canada avant leur départ pour Singapour.

LES FACTURES COMMERCIALES

Bien qu'il n'y ait pas de prescription particulière quant au contenu des factures commerciales, il est conseillé d'inscrire les renseignements suivants : 1) la date et le lieu d'expédition; 2) le marquage des colis et leur ordre numérique; 3) la description exacte des marchandises (p. ex. description commerciale d'usage, selon l'espèce, la quantité, la catégorie, le poids [brut et net] en unités métriques, l'accent étant mis sur les facteurs susceptibles d'avoir un effet sur la valeur du produit; 4) le prix convenu des marchandises, qui comprend le prix à l'unité et le coût total FAB usine, plus l'expédition, l'assurance et les autres frais; 5) les modalités de livraison et de paiement; enfin, 6) la signature d'un représentant autorisé de l'entreprise expéditrice.

LES CERTIFICATS DE SALUBRITÉ

Les autorités exigent pour les produits de la pêche exportés à Singapour des certificats de salubrité délivrés par les organismes compétents au Canada. En raison de la complexité des règlements en matière de santé et d'hygiène, les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer devraient également obtenir des renseignements avant l'expédition de la marchandise, soit de l'importateur, soit directement auprès du haut-Commissariat du Canada à Singapour. Tous les chargements de produits de la pêche importés à Singapour doivent être accompagnés d'un certificat de salubrité délivré par les autorités du pays d'origine.

Le certificat exigé doit indiquer clairement que les produits ont subi l'inspection de salubrité qui s'impose et qu'ils sont propres à la consommation humaine; il doit en outre énumérer les additifs que peuvent contenir les produits. Comme il existe à Singapour plusieurs règlements relatifs à la conservation, aux additifs, à la coloration des aliments, au contenu en histamines, etc., les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide afin de déterminer si ces règles s'appliquent aux additifs particuliers qu'ils utilisent devraient communiquer avec le haut-Commissariat du Canada à Singapour.

LES LETTRES DE TRANSPORT

Mis à part le fait que la lettre de transport maritime doit indiquer le poids de la marchandise, en kilos, il n'y a pas de règlement qui précise la forme ou le nombre des lettres maritimes qui sont exigées de toute cargaison qui entre à Singapour. Normalement, la lettre de transport maritime indique : 1) le nom de l'expéditeur; 2) le nom et l'adresse du destinataire; 3) le port de destination; 4) la description des marchandises; 5) la liste du fret et des autres charges; 6) le nombre de lettres de transport maritime que comprend la série au complet; 7) l'accusé de réception à bord des marchandises destinées à l'expédition, daté et signé par le représentant du transporteur. Ces renseignements doivent correspondre à ceux qui se trouvent sur les factures et les colis. Les lettres de transport maritime libellées directement «à l'ordre de» sont acceptées. Dans le cas des chargements expédiés par avion, la lettre de transport aérien remplace la lettre de transport maritime.

LE BORDEREAU D'EXPÉDITION

Bien que le bordereau d'expédition ne soit pas requis, il est utile de l'inclure afin d'accélérer le dédouanement au port d'entrée. Sur ce bordereau doivent être indiqués le contenu détaillé de chaque caisse ou de chaque conteneur faisant partie du chargement, le poids brut et le poids net, ainsi que la valeur CAF de chaque marchandise. Notons en outre que, dans la mesure du possible, la documentation requise devrait être acheminée séparément au destinataire avant le départ des marchandises, pour qu'elle puisse être présentée à la douane avec les documents de déclaration. Le fait d'insérer ces documents dans les colis expédiés entraînera des délais. De plus, les désignations et les descriptions figurant sur les documents devraient, chaque fois que possible, adopter les termes du Système harmonisé (SH) ou des tarifs nationaux du pays de destination.

CONTACTS COMMERCIAUX

CONTACTS CANADIENS À SINGAPOUR

Haut-Commissariat du Canada

IBM Towers, 14th Floor
80 Anson Road, P.O Box 845
Singapore 0207
Republic of Singapore
Tél. : (011-65) 225-6363
Télé. : (011-65) 225-2450/226-1541

CONTACTS SINGAPOURIENS

High Commission for the Republic of Singapore

Two United Nations Plaza, 25th Floor
New York, New York 10017
Tél. : (212) 826-0840/1/2/3/4
Télé. : (212) 826-2964

Consul honoraire

a/s Russell & Dumoulin
#1700-1075 West Georgia Street
Vancouver, British Columbia V6E 3G2
Tél. : (604) 631-4868
Télé. : (604) 689-7503

IMPORTATEURS, DISTRIBUTEURS, UTILISATEURS

Il n'est pas simple d'exporter directement à Singapour : il faut souvent visiter Singapour, se renseigner à propos du marché et rencontrer les importateurs, les utilisateurs finals, les distributeurs, les agents et les fonctionnaires de l'État chargés du commerce avec lesquels on pourrait être appelé à traiter. Les exportateurs doivent mettre sur pied un réseau de contacts à Singapour et établir d'étroites relations de travail avec plusieurs personnes clés. Compte tenu de l'évolution constante de la situation, la liste d'importateurs, de distributeurs et d'utilisateurs ci-dessous ne peut être ni éternelle ni complète. Aussi les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer feraient-ils bien de vérifier tous les renseignements pertinents auprès de leurs contacts commerciaux et de s'en tenir strictement aux prescriptions des importateurs et des autorités de Singapour.

ALLSWELL MARKETING

3 Jalan Jamal
Upper East Coast Road
Singapore 1545
Contact : Loy Niap Mong
Tél. : (65) 442-7398
Télé. : (65) 747-7604
Produit : homard

BEN FOODS PTE LIMITED

230B Pandan Loop
Singapore 0512
Tél. : (65) 778-6655
Télé. : (65) 777-2869
Produits : aliments en conserve,
saumon, fournitures pour bateaux

CHANGI INTERNATIONAL AIRPORT SERVICES PTE LIMITED

Changi Airport
Singapore 1781
Tél. : (65) 542-5589
Télé. : (65) 545-5741
Produit : traiteur auprès des lignes
aériennes

COLD STORAGE TRADING

2 Enterprise Road
Singapore 2262
Tél. : (65) 261-8411
Télé. : (65) 265-0443
Produit : poisson et fruits de mer,
fournitures pour bateaux

EURACO FINEFOOD PTE LIMITED

Blk. #17, Units 01-119/120
Pasir Panjang Wholesale Centre
Singapore 0511
Contact : Sebastian Tan
Tél. : (65) 777-5433
Télé. : (65) 779-0730
Produit : homard

FUJI TRADING PTE LIMITED

24 Chia Ping Road
Singapore 2261
Tél. : (65) 264-1755
Télé. : (65) 265-0443
Produits : fournitures pour bateaux

GENERAL FOOD CORP. PTE LTD.

1 Second Chin Bee Road
Off International Road, Jurong
Singapore 2261
Tél. : (65) 268-1055/5152
Télé. : (65) 250-9065
Produits : aliments en conserve,
saumon fumé

GLOBE TRADING

110 Wishart Road
Unit 01-06, Pender Court
Singapore 0409
Contact : Joseph Lim
Tél. : (65) 273-0402
Télé. : (65) 273-5761
Produit : homard

HAI LEE SEAFOOD TRADING CO.

Blk. 25, Defu Lane 10
Units 01-208
Singapore 1953
Contact : Chia Yong Ching
Tél. : (65) 280-5489
Télé. : (65) 280-8711
Produits : nageoires de requin,
homard

HARPER GILFILLAN (S) PTE LTD.

154 West Coast Road Building
Singapore 0512
Tél. : (65) 779-2611
Télé. : (65) 778-6707
Produits : aliments en conserve

HOCK BEE FROZEN FOOD ENTERPRISES PTE LIMITED

10 Fishery Port Road
Jurong Industrial Estate
Singapore 2261
Tél. : (65) 268-9144
Télé. : (65) 265-3609
Produits : saumon, poisson et fruits
de mer en général

KHIM THYE TRADING PTE LIMITED

Block 4005, Depot Lane #01-93,
Singapore 0410
Tél. : (65) 273-5390
Produits : aliments en conserve

LAP PTE LIMITED

Blk. 1034, Eunus Ave. 5, Unit 01-42
Singapore 1440
Contact : Choy Choong Yip
Tél. : (65) 747-4103
Télé. : (65) 747-6719
Produit : homard

MALAYAN REFRIGERATING COMPANY PTE LIMITED

232 Pandan Loop
Singapore 0512
Tél. : (65) 778-8787
Télé. : (65) 778-3966
Produits : poisson et fruits de mer
congelés, saumon fumé congelé

MARKETPLACE TRADING

51 Tannery Lane, Unit 07-01
Sharely Warehouse
Singapore 1334
Contact : Tommy Lim
Tél. : (65) 747-9890
Télé. : (65) 741-9890
Produit : homard

MEDISCIENCE MANUFACTURING TRADING (S) PTE LIMITED

#06-04 Cuppage Plaza
Singapore 0923
Tél. : (65) 732-0357
Télé. : (65) 454-1003
Produit : thon

PACIFIC TRADERS PTE LIMITED

18 Dublin Road
Singapore 0923
Tél. : (65) 235-4078
Produits : aliments en conserve

ROYFON TRADING PTE LIMITED

1 Fishing Port Road
Singapore 2261
Tél. : (65) 265-1949
Produit : saumon

SATS CATERING PTE LIMITED

SATS Building, Changi Airport
Singapore 1781
Tél. : (65) 542-5555
Télé. : (65) 542-1197
Produit : traiteur auprès des lignes aériennes

SEAFOOD DISTRIBUTORS (S) 1989 PTE LIMITED

48 Hillview Building
Singapore 2366
Contact : Raymond Loh
Tél. : (65) 760-2376
Télé. : (65) 760-0853
Produit : homard

SEAWIN PTE LIMITED

50/54 Peck Seah Street
Singapore 0207
Tél. : (65) 220-8155
Télé. : (65) 224-6926
Produits : fournitures pour bateaux

SHANGHAI FOOD SPECIALTIES PTE LIMITED

14 Littel Road
Singapore 1953
Tél. : (65) 285-4511
Produits : aliments en conserve, poisson et fruits de mer en général

SIN WA SHUL SUPPLY PTE LTD.

118-120 Pasir Panjang Road
Singapore 0511
Tél. : (65) 472-1300
Télé. : (65) 475-5809
Produits : fournitures pour bateaux

SINGAPORE FOOD INDUST. PTE

234 Pandan Loop
Singapore 0512
Tél. : (65) 778-6655
Télé. : (65) 778-4238
Produits : saumon congelé, saumon fumé

SJ LOW BROTHERS & CO. PTE

141 Middle Road
GSM Building #04-03,
Singapore 0718
Tél. : (65) 338-8566/9
Produits : aliments en conserve, saumon

TAN YONG JOO AQUATIC PRODUCTS IMPORT/EXPORT

No. 18 Carpenter Street
Singapore 0105
Contact : Tan Kee Joo
Tél. : (65) 280-3693
Télé. : (65) 285-1521
Produit : homard

TENNECO PTE LIMITED

121 Defu Lane 10
Singapore 1953
Contact : Tan Hai Yong
Tél. : (65) 743-4711
Télé. : (65) 743-8837
Produits : poisson et fruits de mer en général, homard

TONG HIN PTE LIMITED

Tong Xin Complex
127 Ubi Avenue 4,
Singapore 1440
Tél. : (65) 746-5111
Télé. : (65) 742-5160
Produits : fournitures pour bateaux

TRI-MARINE ASSOCIATION PTE LIMITED

15 Fishery Port Road
Singapore 2261
Tél. : (65) 265-6388/268-5915
Télé. : (65) 265-4992
Produits : saumon, thon

UNIVERSE MARKET ENTERPRISE

26 Tuas Avenue 8,
Singapore 2262
Tél. : (65) 861-0033
Produit : béluga, crevette, calmar, seiche, homard, pétoncles

WONG CDK PTE LIMITED

20 Maxwell Road, 06-01,
Maxwell House
Singapore 0106
Tél. : (65) 222-5241/2
Produits : aliments en conserve

APPENDICE STATISTIQUE

INDICATEURS MACRO-ÉCONOMIQUES DE SINGAPOUR

	1989	1990	1991	1992
PIB selon les prix du marché (en milliards \$ S)	56,8	63,4	69,5	75,0
Croissance réelle du PIB (%)	9,2	8,3	6,7	5,8
Prix à la consommation (%)	2,4	3,4	3,4	2,3
Exportations FAB (en milliards \$ US)	44,7	52,6	58,9	63,4
Importations CAF (en milliards \$ US)	49,7	60,5	66,0	72,1
Compte courant (en milliards \$ US)	2,5	1,8	3,3	2,9
Taux de change (moyen) (\$ S : \$ US)	2,0	1,8	1,7	1,6
Population, en millions (au milieu de l'année)	2,7	2,7	2,8	2,8

Source : Economist Intelligence Unit, Singapore, Country Report, 3^e trimestre 1993.

COMMERCE EXTÉRIEUR DE SINGAPOUR (en milliards de dollars US)

Principales exportations, 1992		Principales importations, 1992	
Machines et équipement	34,9	Machines et équipement	34,6
Combustibles minéraux	8,3	Combustibles minéraux	9,2
Produits manufacturés	4,4	Produits manufacturés	9,2
Produits chimiques	4,1	Produits chimiques	5,4
Aliments	1,8	Aliments	3,0
Matières brutes	1,4	Matières brutes	1,1
Total, incluant autres	63,4	Total, incluant autres	72,1

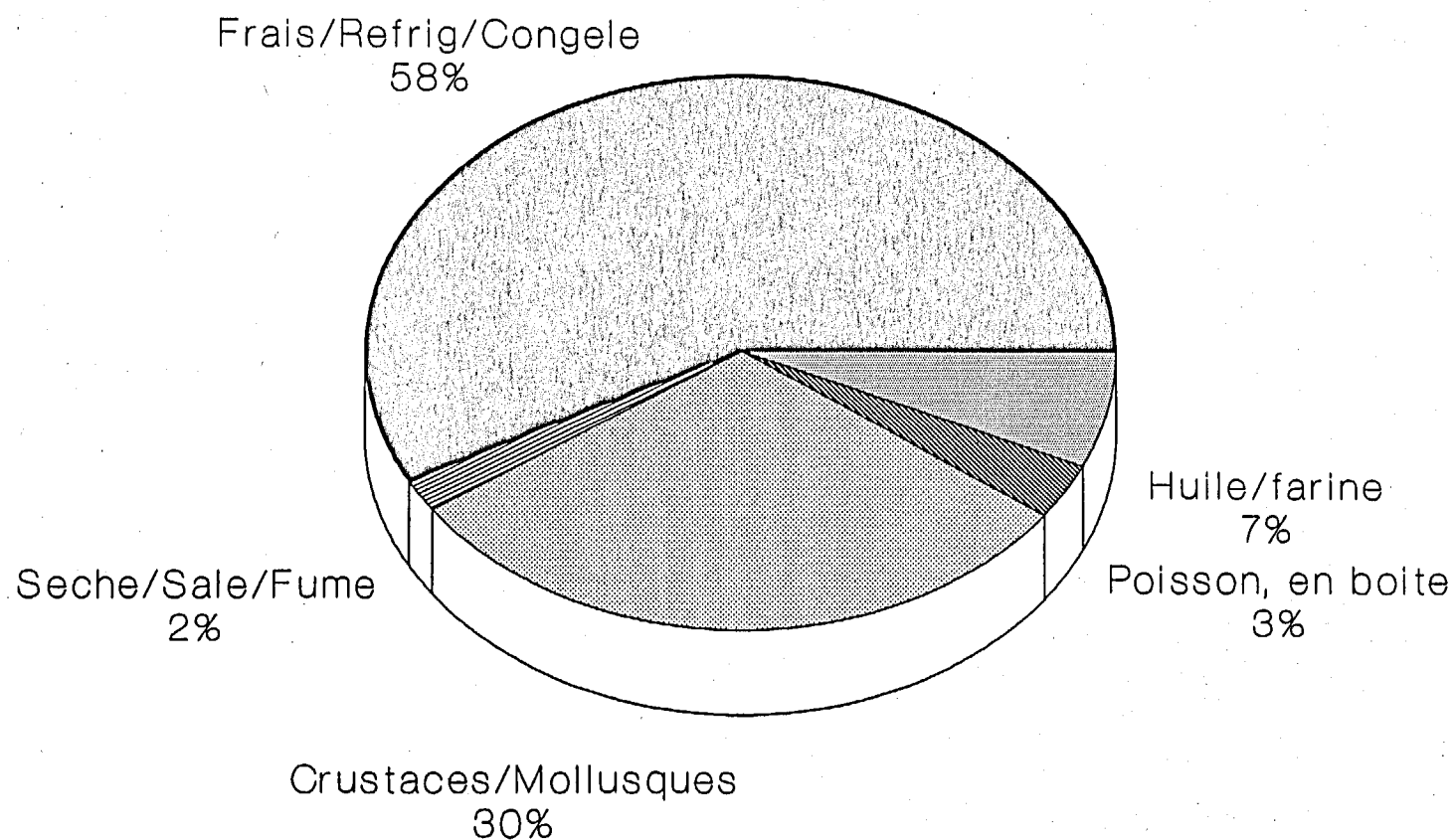
Source : Economist Intelligence Unit, Singapore, Country Report, 3^e trimestre 1993.

DIRECTION DES ÉCHANGES DE SINGAPOUR

Destination des exportations, 1992	% du total	Origine des importations, 1992	% du total
États-Unis	21,1	Japon	21,1
Malaisie	12,5	États-Unis	16,5
Hong Kong	7,8	Malaisie	14,7
Japon	7,6	Arabie saoudite	5,1
Thaïlande	6,2	Taïwan	4,0
Allemagne	4,2	Allemagne	3,2
Pays-Bas	3,1	Chine	3,1

Source : Economist Intelligence Unit, Singapore, Country Report, 3^e trimestre 1993.

IMPORTATIONS DE PRODUITS DE LA PECHE A SINGAPOUR (toutes destinations)



Source: FAO

APPENDICE STATISTIQUE

EXPORTATIONS SINGAPOURIENNES DE PRODUITS DE LA PÊCHE (toutes destinations)

Groupe de produits	q = tm	1988	1989	1990	1991
Poisson, frais, réfrigéré ou congelé	q	84 575	79 522	90 635	95 520
Poisson, séché, salé ou fumé	q	2 259	3 078	2 175	1 855
Crustacés et mollusques	q	26 404	28 173	30 676	41 377
Poisson, en boîte	q	2 552	2 582	2 050	2 667
Crustacés et mollusques, en boîte	q	1 957	2 132	2 329	2 747
Huile	q	64	114	61	106
Farine	q	6 696	12 078	7 428	7 209
TOTAL	q	356 193	359 071	414 810	499 950

Source : *Annuaire de la FAO, Statistiques des pêches : Produits, vol. 73, Section A-8.*

IMPORTATIONS SINGAPOURIENNES DE PRODUITS DE LA PÊCHE (toutes provenances)

Groupe de produits	q = mt	1988	1989	1990	1991
Poisson, frais, réfrigéré ou congelé	q	113 879	103 594	104 092	120 987
Poisson, séché, salé ou fumé	q	4 761	4 165	4 232	4 024
Crustacés et mollusques	q	48 316	46 859	64 125	60 170
Poisson, en boîte	q	8 607	7 055	6 513	6 786
Crustacés et mollusques, en boîte	q	2 256	2 451	2 854	3 198
Huile	q	431	509	543	444
Farine	q	25 180	26 169	15 357	13 762
TOTAL	q	370 311	366 126	361 582	460 545

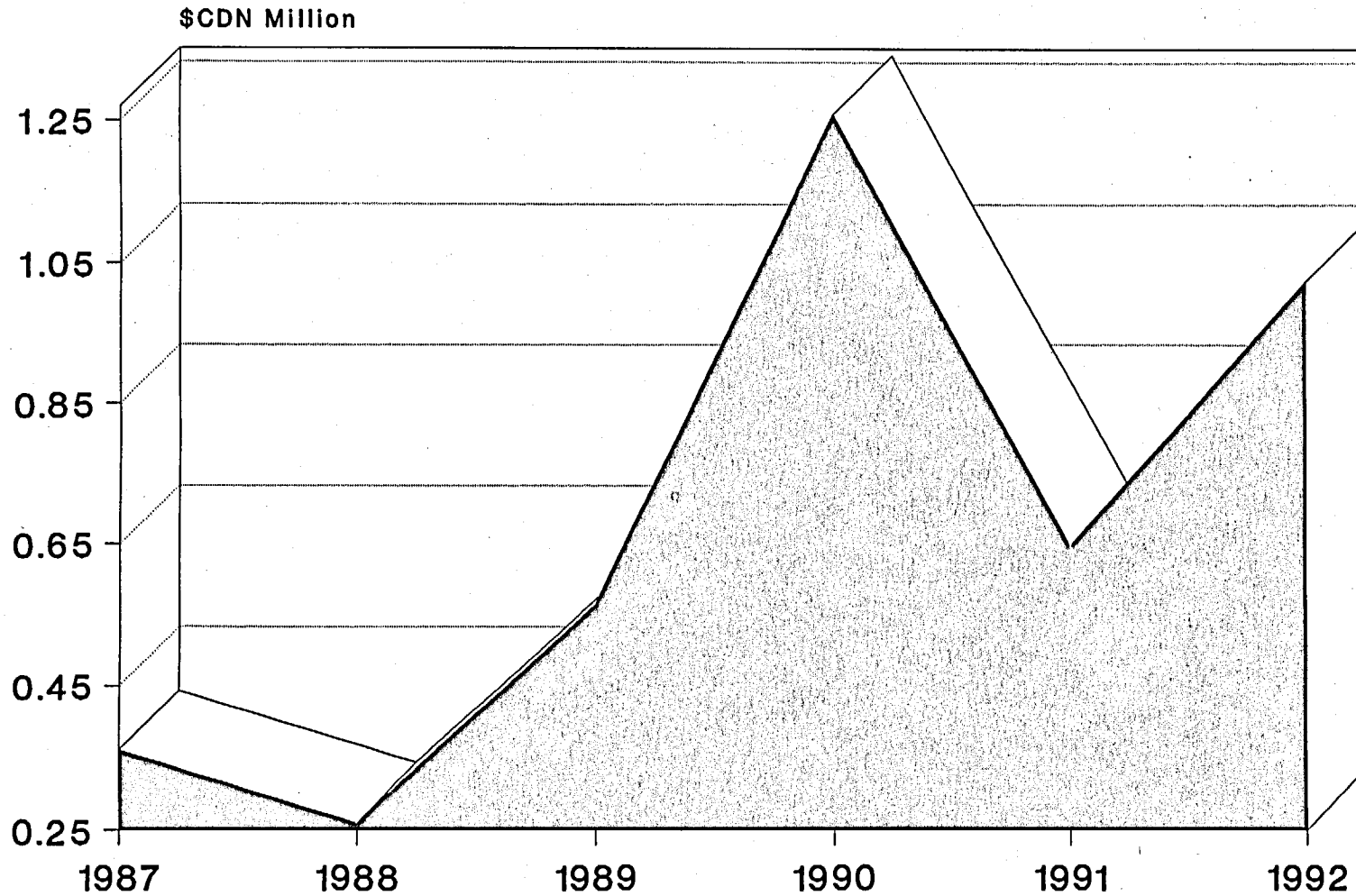
Source : *Annuaire de la FAO, Statistiques des pêches : Produits, vol. 73, Section A-8.*

EXPORTATIONS CANADIENNES VERS SINGAPOUR (groupements sommaires)

Description	\$ CAN	1987	1988	1989	1990	1991
Poisson, entier ou habillé, frais ou congelé		212 000	147 000	141 000	527 000	355 000
Poisson, filets et blocs, frais ou congelé		76 000	64 000	15 000	—	18 000
Poisson, conservé mais non en boîte		—	11 000	8 000	16 000	9 000
Poisson, en boîte		—	—	24 000	—	2 000
Autres aliments et produits provenant de la pêche		72 000	37 000	377 000	717 000	243 000
TOTAL, TOUS LES PRODUITS DE LA PÊCHE		360 000	259 000	565 000	1 260 000	627 000

Source : *Statistique Canada, Exportations : Commerce de marchandises. Catalogue 65-202, annuel, 1991.*

EXPORTATIONS CANADIENNES DE POISSON ET DE FRUITS DE MER VERS SINGAPOUR



Source: Statistique Canada

APPENDICE STATISTIQUE

EXPORTATIONS CANADIENNES VERS SINGAPOUR (par produit)

S.H.	Description	Qté = tonne	Valeur = \$ CAN	1992 Qté	1992 Valeur	1991 Qté	1991 Valeur
	POISSON DE FOND			1	8 000	—	—
0303.7916	Morue charbonnière, congelée/entière/habillée			—	7 000	—	—
0304.2021	Flétan du Groenland, filets/congelé			—	1 000	—	—
0304.2041	Morue, Atlantique, filets/congelé			—	—	—	—
	POISSON PÉLAGIQUE			—	2 000	214	320 000
0302.1211	Saumon, Atlantique, d'élevage, frais/entier/habillé			—	2 000	—	—
0302.1212	Saumon, Atlantique, sauvage, frais/entier/habillé			—	—	1	12 000
0302.1221	Saumon, quinnat, d'élevage, frais/entier/habillé			—	—	—	2 000
0303.1040	Saumon, sockeye, congelé/entier/habillé			—	—	—	3 000
0303.1050	Saumon, rose, congelé/entier/habillé			—	—	—	2 000
0303.5000	Hareng, congelé/entier/habillé			—	—	21	21 000
0303.7400	Macquereau, congelé/entier/habillé			—	—	191	267 000
0305.4120	Saumon, sauvage, fumé			—	—	—	9 000
1604.1113	Saumon, rose, en boîte hermétiquement close			—	—	1	2 000
1604.1114	Saumon, sockeye, en boîte hermétiquement close			—	—	—	—
	CRUSTACÉS ET COQUILLAGES			36	421 000	21	249 000
0306.1400	Crabe, congelé			—	—	—	—
0306.1410	Crabe, chair/congelé			—	—	—	1 000
0306.1420	Crabe, non décortiqué/congelé			—	—	—	2 000
0306.2100	Langouste, non congelée			—	2 000	—	—
0306.2210	Homard, vivant			8	122 000	7	98 000
0306.2400	Crabe, non congelé			—	2 000	—	—
0306.2420	Crabe, non décortiqué/non congelé			—	—	—	1 000
0307.1000	Huîtres, fraîches/congelées			7	33 000	1	2 000
0307.2100	Pétoncles, frais			—	—	1	12 000
0307.2900	Pétoncles, congelés			—	—	4	60 000
0307.9110	Palourdes, panopéa du Pacifique, vivants/frais			17	205 000	6	49 000
0307.9120	Palourdes, N.D.A., vivantes/fraîches			—	—	—	—
0307.9190	Mollusques, N.D.A., vivants/frais			1	19 000	1	5 000
0307.9911	Panopéa du Pacifique, congelé			—	—	1	9 000
0307.9990	Mollusques, N.D.A., congelés			—	3 000	—	3 000
1605.1010	Crabe, en boîte hermétiquement close			1	11 000	—	—
1605.1090	Crabe, préparé/conservé			1	23 000	—	—
1605.9000	Mollusques, N.D.A., préparés/conservés			—	—	1	7 000
	POISSON D'EAU DOUCE			—	—	—	2 000
0302.1190	Truite, N.D.A., fraîche/entière/habillée			—	—	—	1 000
0304.2092	Doré, filets/congelé			—	—	—	1 000
	POISSON DE MER, N.D.A.			25	542 000	5	65 000
0303.7919	Poisson de mer, N.D.A., congelé/entier/habillé			—	2 000	4	47 000
0304.9091	Poisson de mer, N.D.A./chair/congelé			25	540 000	1	18 000
	Poisson, N.D.A.			1	52 000	—	12 000
0305.1000	Poisson, N.D.A., farine/comestible			—	—	—	12 000
0305.4900	Poisson, N.D.A., fumé			—	—	—	—
0305.5900	Poisson, N.D.A., séché/salé ou non			—	48 000	—	—
0511.9100	Produits du poisson, des crustacés et des coquillages, non comestibles			—	2 000	—	—
1604.2091	Poisson, N.D.A., préparé/conservé/précuit/congelé			1	2 000	—	—
	TOTAL, ENSEMBLE DES PRODUITS DE LA PÊCHE			62	1 025 000	240	647 000

Source : Ministère des Pêches et des Océans, Unité statistique, 1993.

**MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL
DIRECTIONS COMMERCIALES GÉOGRAPHIQUES**

Si vous voulez avoir des conseils et des renseignements à propos d'une région ou d'un pays en particulier, les délégués commerciaux des **Directions commerciales géographiques** sont à votre disposition pour vous aider. Ils ont leur bureau au 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2 [Télec: (613) 996-9103]. On trouve en outre des délégués et des conseillers commerciaux au haut-Commissariat du Canada à Singapour.

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN ASIE ET PACIFIQUE SUD (PST)

Tél. : (613) 996-0917; Téléc. : (613) 996-4309

Afghanistan, Australie, Bangladesh, Bhoutan, Brunei, îles du Pacifique Sud, Inde, Indonésie, Malaisie, Myanmar, Népal, Nouvelle-Zélande, Philippines, Singapour, Sri Lanka, Thaïlande

DIR. DE L'EXPANSION DU COMM. ET DE L'INV. ET DE LA TECH. AVEC L'EUROPE OCCID.(RWT)

Tél. : (613) 995-9401; Téléc. : (613) 995-6319

Allemagne, Autriche, Belgique, Chypre, Danemark (y compris le Groenland), Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Islande, Italie, Luxembourg, Malte, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Suède, Suisse, Turquie

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN ASIE DE L'EST (PNC)

Tél. : (613) 992-7359; Téléc. : (613) 996-4309

Chine, Corée du Sud, Hong Kong, Indochine, Taïwan

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC LE JAPON (PNJ)

Tél. : (613) 995-1281; Téléc. : (613) 943-8286

DIRECTION DU COMMERCE AVEC L'AMÉRIQUE LATINE ET LES ANTILLES (LGT)

Tél. : (613) 996-5546; Téléc. : (613) 943-8806

Antilles françaises, Antilles néerlandaises, Argentine, Bermudes, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Équateur, Guatemala, Haïti, Honduras, Mexique, Nicaragua, Panama, Paraguay, pays des Antilles membres du Commonwealth, Pérou, Porto Rico, République dominicaine, Uruguay, Venezuela

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMM. ET DE L'INVEST. AVEC LES ÉTATS-UNIS (UTI)

Tél. : (613) 991-5849; Téléc. : (613) 944-9119

Chicago, Cincinnati, Cleveland, Denver, Detroit, Los Angeles, Minneapolis, Pittsburgh, San Diego, San Francisco, San Jose, Seattle

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMM. ET DU TOURISME AVEC LES ÉTATS-UNIS (UTO)

Tél. : (613) 993-7343; Téléc. : (613) 944-9119

Atlanta, Buffalo, Boston, Dallas, Miami, New York, Philadelphie, Princeton, San Juan, Washington

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN AFRIQUE ET AU MOYEN-ORIENT (GBT)

Tél. : (613) 990-6593; Téléc. : (613) 990-7431/7

Afrique du Sud, Algérie, Angola, Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Cap-Vert, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Éthiopie, Gabon, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Guinée équatoriale, Kenya, Lesotho, Libéria, Madagascar, Malawi, Mali, Maroc, Maurice, Mauritanie, Mozambique, Namibie, Niger, Nigeria, Ouganda, Principe, République centrafricaine, Rwanda, Sao Tomé, Sénégal, Seychelles, Sierra Leone, Somalie, Soudan, Swaziland, Tanzanie, Tchad, Togo, Tunisie, Zaïre, Zambie, Zimbabwe, Arabie saoudite, Bahreïn, Égypte, Émirats arabes unis, Iran, Iraq, Israël, Jordanie, Liban, Libye, Oman, Qatar, République du Yémen, Syrie

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN EUROPE CENTRALE ET DE L'EST (RBT)

Tél. : (613) 996-2858; Téléc. : (613) 995-1277

Albanie, Bulgarie, C.E.I., Hongrie, Mongolie, Pologne, République tchèque, Roumanie, Slovaquie, Yougoslavie

CENTRES DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a mis sur pied des Centres du commerce international d'un bout à l'autre du Canada, afin d'aider les exportateurs, expérimentés ou non, en leur fournissant des publications relatives à l'exportation, en recrutant des participants pour les foires et missions commerciales, en fournissant une vaste gamme de services aux entreprises en quête de conseils en matière d'exportation, de transfert technologique ou de coentreprises avec des investisseurs étrangers. Situés dans les bureaux régionaux d'Industrie Canada (IC), les centres, qui relèvent d'AECIC, ont tous des délégués commerciaux sur place. Les exportateurs sont invités à se mettre en rapport avec le Centre du commerce international le plus proche, afin d'obtenir de plus amples renseignements. On peut aussi obtenir des conseils en matière d'exportation en s'adressant à InfoEx, le Bureau d'information sur le commerce d'exportation du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international à Ottawa; on peut établir la communication sans frais en composant le 1-800-267-8376; appels locaux: 993-6435.

TERRE-NEUVE

International Trade Centre
215 Water Street, Suite 504,
P.O. Box 8950,
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-5511
Télé. : (709) 772-2373

NOUVEAU-BRUNSWICK

Centre du commerce international
C.P. 1210
Place Assomption
770, rue Main
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 851-6452
Télé. : (506) 851-6429

MANITOBA

International Trade Centre
P.O. Box 981,
330 Portage Avenue, 8th Floor,
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4099
Télé. : (204) 983-2187

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

International Trade Centre
P.O. Box 1115,
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400,
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télé. : (902) 566-7450

QUÉBEC

Centre du commerce international
C.P. 247
Tour de la Bourse
800, Place Victoria, pièce 3800
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
Télé. : (514) 283-8794

SASKATCHEWAN

Saskatoon
International Trade Centre
The S.H. Cohen Building
#119-4th Avenue South, 4th Floor,
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-5315
Télé. : (306) 975-5334

Regina

International Trade Centre
1955 Smith Street
4th Floor,
Regina, Saskatchewan
S4P 2N8
Tél. : (306) 780-5020
Télé. : (306) 780-6679

COLOMBIE-BRITANNIQUE

International Trade Centre
P.O. Box 11610,
900-650 West Georgia Street
Vancouver, British Columbia
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434
Télé. : (604) 666-8330

NOUVELLE-ÉCOSSE

International Trade Centre
P.O. Box 940, Station "M",
1801 Hollis Street
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-4782
Télé. : (902) 426-2624

ONTARIO

International Trade Centre
Dominion Public Building,
4th Floor,
One Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5053
Télé. : (416) 973-8161

ALBERTA

Edmonton
International Trade Centre
Room 540, Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-2944
Télé. : (403) 495-4507

Calgary

International Trade Centre
Suite 1100,
510-5th Street S.W.,
Calgary, Alberta
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-6660
Télé. : (403) 292-4578

BIBLIOGRAPHIE

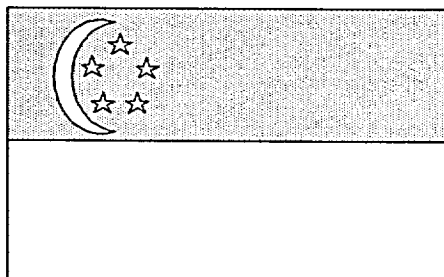
- Affaires extérieures et Commerce extérieur.** *Étude mondiale sur la mise en marché du saumon.* Avril 1992.
- Affaires extérieures et Commerce extérieur.** *Examen des perspectives du marché mondial — homard.* Mars 1993.
- Affaires extérieures et Commerce extérieur.** *Guide des marchés d'exportation des produits de poisson.* Juillet 1990.
- Affaires extérieures et Commerce extérieur.** *Promotion des exportations, priorités 1993-1994.* Janvier 1993.
- Affaires extérieures et Commerce extérieur.** *Sommaire sectoriel 1993-1994 : pêche et produits du poisson et services connexes.* 1993.
- Economist Intelligence Unit.** *Singapore: Country Profile, 1993-94.* 1993.
- Economist Intelligence Unit.** *Singapore: Country Report.* 3^e trimestre 1993.
- External Affairs and International Trade.** *Singapore: A Guide for Canadian Exporters.* 1992.
- Fonds monétaire international.** *Statistiques financières internationales.* Annuaire, mars 1993.
- International Monetary Fund.** *Balance of Payments Statistics.* Yearbook, Part 1, 1992.
- International Monetary Fund.** *Direction of Trade Statistics.* Yearbook, 1992.
- International Monetary Fund.** *Government Finance Statistics.* Yearbook, 1992.
- Ministère des Pêches et des Océans.** *Exportations canadiennes de poisson, 1992.* 1993.
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.** *Statistiques des pêches : captures et quantités débarquées.* Annuaire, 1991.
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.** *Statistiques des pêches : produits.* Annuaire, vol. 73, 1991.
- Price Waterhouse.** *Doing Business in Singapore.* Information Guide, 1992.
- Statistique Canada.** *Exportations : commerce de marchandises.* Catalogue 65-202, annuel, 1991.
- U.S. Department of Commerce.** *Foreign Economic Trends and Their Implications for the United States: Singapore.* International Trade Administration.
- U.S. Department of Commerce.** *Marketing in Singapore.* Overseas Business Reports. International Trade Administration.

Doc
CA1
EA660
94533
EXF

. b 2558634 (E)
. b 2558701 (F)

SINGAPORE

Guidelines for Canadian Fish Exporters 1994



Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

JUL 18 1994
JUL

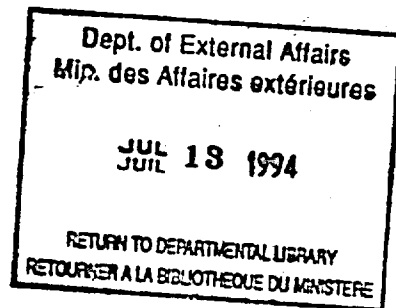
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Department of Foreign Affairs and International Trade

SINGAPORE
Guidelines for Canadian Fish Exporters
1994

SECTORAL LIAISON SECRETARIAT
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive
Ottawa, Canada K1A 0G2
Tel: (613) 995-1712
Fax: (613) 943-1103

March 1994



Printed on
recycled paper



Imprimé sur du
papier recyclé

ABSTRACT

The report *Singapore: Guidelines for Canadian Fish Exporters 1994* provides an overview of the Singapore market for fish and seafood products, including information on various aspects of the Singapore economy and factors influencing fisheries imports into that market. Other information in the report includes: basic data; the Singapore seafood market in brief; country information; consumption habits; the domestic Singapore fishing industry; distribution; market access; documentation; trade contacts; importers/distributors/users; transportation; and statistics.

NOTICE TO READERS

The Canadian High Commission in Singapore has in the past identified the fisheries sector as a priority sector for export promotion. This points to the existence of particular opportunities which Canadian seafood exporters are encouraged to pursue. This document has been prepared with a view to providing Canadian fish and seafood exporters with basic information on the Singapore market. The report identifies market opportunities of potential interest to Canadian seafood exporters and provides data on the socio-economic characteristics of the Singapore economy, such as population, land area, standards, language, business travel and political structure. Information on the domestic Singapore market includes data on demand, supply, imports, distribution channels, marketing opportunities, domestic industries, market access, transportation, and consumption habits in Singapore.

Various market access factors are identified in the report. They include documentation, inspections, packaging, labelling, marketing tips and regulations. A section of the report deals with modes of transportation in Singapore. Lists of the major fish and seafood importers/distributors/users in Singapore (p.13), International Trade Centres (p.21) across Canada, and the Geographic Trade Divisions in the Department of Foreign Affairs and International Trade (p.20), are provided as contact points for Canadian seafood exporters interested in the Singapore market. In addition, a list of the major trade contacts for Canada-Singapore trade relations are provided as a source of information for doing business with Singapore.

Care has been taken to ensure the accuracy of the information in this guideline at the time of preparation. However, prudent **Canadian fish and seafood exporters are advised to check all relevant details with their commercial contacts and to adhere strictly to the requirements and regulations set by Singapore importers and authorities.**

This report is one in a series of "Country Guidelines" being prepared by the Sectoral Liaison Secretariat, Department of Foreign Affairs and International Trade. Any questions about this report, or other current or upcoming country guidelines, should be directed to the Sectoral Liaison Secretariat (TOSA) at 125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario. [Tel:(613) 995-1712, Fax:(613) 943-1103].

The report was researched, compiled, and drafted by Gary G. Smith of **INFI-GAR Economic Services.**

TABLE OF CONTENTS

SINGAPORE: BASIC DATA	1
TRADE AND ECONOMIC OVERVIEW	2
SEAFOOD MARKET IN BRIEF	3
DOMESTIC FISHERY	6
TRANSPORTATION	8
MARKET ACCESS	9
TRADE CONTACTS	12
IMPORTERS/DISTRIBUTORS/USERS	13
STATISTICAL APPENDIX	15
GEOGRAPHIC TRADE DIVISIONS	20
INTERNATIONAL TRADE CENTRES	21
BIBLIOGRAPHY	22

SINGAPORE: BASIC DATA

- GEOGRAPHY** The Republic of Singapore is a city-state situated at the tip of the Malay Peninsula. Consisting of the islands of Singapore and approximately 54 smaller islands, the total area of Singapore is approximately 637 square kilometres. Singapore is linked with the Malay Peninsula to the north by a causeway across the Johore Strait.
- CLIMATE** Tropical, the hottest month is May (24-32°C), and the coldest month is January (23-30°C). The driest month is July (70 mm average rainfall), and the wettest month is December (257 mm average rainfall).
- POPULATION** 2.83 million (end-1992)
- TIME** Singapore is 8 hours ahead of GMT, and 13 hours ahead of EST.
- MEASURES** The United Kingdom (imperial) system has historically been used in Singapore, but the metric system is gradually encompassing commerce.
- LANGUAGE** Languages spoken in Singapore include English, Chinese, Malay, and Tamil.
- GOVERNMENT** Singapore is a Parliamentary Republic headed by a President and governed by a Prime Minister and Cabinet. The People's Action Party (PAP) won power in 1959 with Lee Kuan Yew as leader, and has governed since that time. Singapore is a member of the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) and follows a foreign policy of nonalignment and free trade.
- LIVING STANDARDS** Singapore's economic dynamism has translated into rapid social improvements. Unemployment was virtually eliminated until 1985, although in the recession of that year, the level moved up to 4.1%, and then to 6.5% in 1986. Strong economic growth from 1987, however, has brought the unemployment rate down again to very low levels.
- CURRENCY** Singapore dollar = 100 cents.
- HOLIDAYS** Public holidays in Singapore fall on January 1, 23, 24; April 9; May 1, 31; June 4; August 9; November 14; December 25.

TRADE AND ECONOMIC OVERVIEW

Singapore's economic growth in 1991 (6.7 percent) and 1992 (5.8 percent) has slowed from previously high rates, however, 1993 is not expected to have improved significantly unless U.S. and European markets demand boosted export led growth. Per capita Gross National Product now exceeds US \$14,300, second only to Japan in Asia and making Singapore's population of over 2.8 million a wealthy pool of aspiring consumers. Singapore's trade health is founded on a free trading environment; efficient local infrastructure (ports, airports, financial services, etc.); highly skilled labour force; low taxes; strong currency; and, a stable government which continues to attract substantial numbers of foreign companies to set up operation in Singapore.

Bilateral trade between Canada and Singapore remained relatively stable in 1992 at CDN \$975 million, and a solid base has been established for expanding Canada's exports to Singapore and the region in the next few years. Singapore is continuing to maintain its drive to invest heavily in infrastructure to make the Republic increasingly competitive and attractive to international business. Major programs are under way as well to enhance the lifestyle and living conditions of Singaporeans in order to give them an increased stake in the future of the country.

The strategic approach is evidenced in the Strategic Economic Plan (SEP) which was launched in early 1992 and gives a 30-40 year blueprint for the development of Singapore. Instrumental to its success will be developing and expanding the base of science and technology, and research & development activities; increasing the productivity of Singaporean workers; attracting higher technology international investors and strategic partners to move Singapore industry increasingly upstream; and, continuing to encourage more Singapore firms to venture abroad (even if only in a regional context at first).

It remains essential to demonstrate to the Singapore business community that Canada and Canadian firms are interested in doing business in Singapore and in collaboration with Singaporean businesses in other regional markets. Competition in this market is from the United States, Australia, New Zealand, Europe and Japan, with the result that Canada is often overlooked as a potential supplier or partner. Canadian economic and commercial relations with Singapore are strengthened by the Canadian community in Singapore, with some provinces maintaining active trade and investment offices. There are now some 80 companies established in Singapore, many using it as a base for their regional operations. The Canada-Singapore Business Association, the Canadian Alumni Association, and the Canadian Association all contribute in a significant manner to promoting trade and economic links between Canada and Singapore.

SEAFOOD MARKET IN BRIEF

Although small in population at 2.8 million citizens, Singapore is one of the largest per capita fish and shellfish consuming nations in the world at 36 kilograms annually. Total consumption is over 115,000 tonnes per year with imports supplying approximately 85 percent of domestic demand. Singaporeans distinctly prefer fresh fish in their diets, but also consume significant amounts of specialty dried seafood products such as shark fin, squid, shrimp, abalone and oysters. Singapore consumers are extremely discerning where fish and food products are concerned and will continue to demand products with consistently high quality.

Frozen seafood products are slowly making inroads into the Singapore consumer markets, partially influenced by the strong expatriate community which demands niche products like salmon, trout, cod fillets, various fish sticks and cakes. Future trends are expected to follow other industrialized nations whereby an increased presence of women in the workforce leads to higher demand for conveniently prepared foodstuffs and seafood products. The current popularity of "microwaveable" food products also offers niche opportunities for Canadian exporters. Major hotels concentrated in the centre of Singapore City are important users of high-value frozen seafood products, including demand for white-fleshed fillets, lobster, scallops and salmon.

Demand for food products in general is expected to increase because of the growth in private expenditure patterns of the population as well as the influx of tourists into Singapore. Other significant niche marketing opportunities exist in the airline catering and cruise ship chandler sectors and the growing fast food and beverage sectors. Food categories showing the largest increases in demand for Singapore include dairy products, fish and marine products, and beverages. Popular species of fish found within the increases are white pomfret, spanish mackerel, golden snapper, hard tail, coral fish, sea bream, dorab, sea bass and grouper.

Key customers for fish and seafood products in Singapore are wholesalers (eg: Ben Foods, General Foods, Cold Storage), retailers (eg: Cold Storage, NTUC Fairprice), airline caterers (SATS, CIAS) and ship chandlers. Fish and food products are generally marketed through distributors who import directly from the principals. Major distributors sell directly to wholesalers, retailers, institutions, or directly to consumers. Distributors engage in direct advertising in newspapers, television and magazines, with advertising budgets encompassing 2-10 percent of sales. Canadian fish and seafood exporters considering the Singapore market can also develop significant contacts through one of the major fish and/or food trade fairs held in the region annually.

Singapore, as well as being an expanding market in its own right, is a springboard for trade with other Southeast Asian countries, and in particular, the other five members of the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN). Singapore's central location in the region, its excellent regional and international transportation and communications linkages, and increased opportunities arising from closer economic co-operation among ASEAN countries has enhanced the nation's attractiveness as an offshore export base or regional headquarters location. Canadian firms considering the regional market as a long-term possibility for their products or services, should carefully choose a trading method implemented for domestic as well as regional marketing strategies.

LOBSTER

Total imports of crustaceans to the Singapore market in 1992 were 3500 metric tons, of which it is estimated that 15 tons were lobsters. Lobsters are considered a delicacy in Singapore and are generally consumed during festive occasions or celebrations. Lobster is usually not consumed in individual households, but rather is available in restaurants, hotels and catering establishments. The most preferred form for import are live lobster, which are then cooked fresh for the customer. To a lesser extent, frozen lobsters are popular with hotels which frequently prepare various seafood buffets. The main competition in the market comes from lobster and crayfish that are caught in and around the region, from countries like Malaysia, Bangladesh, India, Sri Lanka; and rock lobster from Australia. Some local importers have recently begun to import lobster from Boston and Maine, however, it is unknown whether these lobster are of Canadian origin.

Lobster is distributed mainly through seafood wholesalers and importers who service the institutional market which includes the hotels, restaurants and catering establishments. Lobsters are not generally popular in the retail sectors, and only a handful of retail stores actually carry lobster products. As live lobsters are the most popular, most of the major seafood distributors have facilities available to store the live seafood products they import.

Normal requirements apply for all seafood imports into Singapore, a certificate of origin and a copy of the invoice together with a standard health certificate are required by the Singapore authorities. Random checks on seafood items are conducted by the local health authorities. There are no applicable tariffs or quotas for all seafood imports into Singapore, and lobster is allowed entry duty free.

There is not enough knowledge of the availability of Canadian lobster in the Singapore marketplace, and the market currently still prefers the local species of lobster. Ideally, Canadian lobster exporters should work with local importers to organize lobster promotion events in the market, and try to create an increased awareness of the product. Coordinating focused promotions in the key institutional outlets, highlighting Canadian lobster, would be an effective method of gradually creating a wider acceptance for the use of Canadian lobster products. Canadian strengths lie mainly in the image and reputation of Canadian products. Generally, Canadian lobsters are perceived to be of higher quality than the other sources. The main weaknesses of Canadian lobsters lie in the higher prices which makes it more difficult to compete in the local market. There also appears to be a lack of commitment and flexibility on the part of Canadian exporters to dedicate and invest the time and resources required to penetrate this market. With the proper promotional strategy, awareness and demand for Canadian lobsters can be further increased in the near future.

DRIED SEA CUCUMBER

Dried sea cucumber is widely consumed in restaurants and at home by the Chinese in Southeast Asia including Singapore, and sea cucumber is a seafood delicacy in Singapore. Major suppliers are the Philippines, India, Sri Lanka, New Caledonia and Sabah (East Malaysia), with Singapore re-exporting to Malaysia and Taiwan. Sea cucumber is largely consumed outside the home and is the preferred delicacy at Chinese parties, weddings, and during Chinese New Year. Two months before Chinese New Year are very good for exports as they reflect the preparation period for Chinese New Year. July and August are good months for exporting sea cucumber because of the Hungry Ghost Festival. White teatfish (*Microthele fuscogilva*) appears to be the generally preferred species, as well as one of the most expensive, and another popular species in Singapore is sandfish (*Metriatyla scabra*).

SALMON

Singapore market demand for salmon is still relatively small with the bulk coming from high-end institutional users, like hotels and continental restaurants. Total salmon imports to Singapore are minimal, and as such, no comprehensive statistics are available from local trade sources. Salmon imports are classified under the general fish category.

The main competition to Canadian salmon producers are the Norwegians who dominate the market in Singapore and are aggressively participating in every major seafood event in the region. Although the profile and awareness generated for Norwegian salmon has been high, it is not expected salmon consumption will increase dramatically in the near future, given taste preferences, non-familiarity with the species, and eating habits of the 76 percent ethnic Chinese local population. Any significant increases in salmon consumption in Singapore will originate from an increased tourist consumption largely through the hotel/restaurant trade, and promotional efforts should be directed at this sector of the consumer market. Major institutional brokers, ship chandlers, seafood distributors, and niche end use food traders constitute the main salmon importers. The main product forms imported into Singapore are fillets, smoked, frozen, and fresh whole salmon products. Salmon product imports receive duty-free entry to Singapore and are not subject to any form of official trade barriers. The Singapore importer must register the transaction with the local agricultural authority, and the implementation of TRADENET, a fully computerized trade processing system, has provided the structure for all trade transactions to be processed electronically without cumbersome documentation.

Market intelligence received from Singapore salmon importers is they regard Canadian salmon as somewhat inferior to Norwegian product. Singapore importers feel Norwegian salmon is more price competitive and they receive excellent after-sales support from the exporters, and are strongly committed to their Norwegian suppliers. A few Norwegian salmon companies have formed joint ventures with local Singapore companies in an attempt to gain a stronger market share in the local Singapore salmon market. Canadian salmon exporters must promote their products aggressively in Singapore if larger market shares are to be realized. Targeting the hotel/restaurant sector of the economy may be an avenue for increasing the exposure of Canadian salmon products.

SHRIMP

Singapore imports over 20,000 tonnes of shrimp from Burma, Thailand, Malaysia, China, India and Indonesia per year. However, Indonesian shrimp exports to Singapore are not reported in official statistics, though it is well known that a substantial volume of Indonesian shrimp is either processed or re-packed in Singapore for re-export to other destinations. Singaporean processors also purchase shrimp from the neighbouring Johore State of Malaysia where some Singaporeans have invested in shrimp aquaculture operations. Because of stringent quality assurance standards, Singapore has the advantage of processing value-added shrimp and shrimp in consumer packs.

CEPHALOPODS

Squid and cuttlefish enjoy strong consumer demand by Singapore's ethnic Chinese population. Product sold in local markets is in fresh or chilled form, and processed product such as whole, cleaned squid and fillets. Both whole squid and tubes are imported, but cuttlefish fillets are more in demand for re-processing. Cuttlefish balls are another popular product. Most Singapore importers preferences range from small size products, which are for distribution in the local market, to large size squid and cuttlefish for re-processing and re-export. Preference for squid products is for the *Loligo* and *Illex* species.

DOMESTIC FISHERY

Singapore's seafood business has entered a new stage, moving up from its traditional middleman role to a major centre for processing. Total exports of processed seafood soared from about \$118 million in 1984 to \$220 million last year. Over the last five years, the local seafood processing industry has grown from supplying the domestic market to the more important foreign markets such as Japan, United States and Europe. In the area of food manufacturing in general, the thrust is towards export oriented industries.

Fiscal incentives and government grants are available for firms who engage in the development of agro-technology projects and services. Participation of the private sector, including foreign companies, is encouraged. Some possible investment areas pinpointed are:

1. Shrimp/prawn and fish hatchery technology with emphasis on genetic selection for higher yield and more disease resistant varieties;
2. Intensive shrimp/prawn and fish farming technology systems in tanks and raceways under controlled environmental production;
3. Shrimp/prawn and fish artificial feeds with special diets for different growth stages, for enhancing growth and coloration, for prophylaxis and medication and for larval stages in hatcheries.

FLEET

Singapore's fleet fishes primarily offshore in the South China Sea and parts of the Indian Ocean. The fleet also conducts some inshore fishing activities in territorial waters surrounding the tip of the Malay Peninsula. Singapore's offshore fleet consists of approximately 150 boats from 20 to 80 tonnes that are worked by approximately 1000 fishermen. Vessels fish for between 5-7 days per week and immediately chill the fish whole upon landing.

DISTRIBUTION

The Fisheries Division of the Ministry of National Development in Singapore operates the distribution facilities and infrastructure in two ports of landing in Singapore. Jurong is the larger port and handles 85 percent of all fish entering Singapore (both foreign and domestic). The wholesale market for local catches operates every night in Jurong when approximately 100 private companies sell their product from stalls either through auction or by direct sales to retailers. Three to four thousand buyers appear every night for 200-300 tonnes of fish. Pongoo is the other major port, however it handles only local vessels and landings. Product must be sold by mid-morning to be fresh due to high temperatures and lack of refrigeration in local markets. Unsold fish must be thrown out or made into fishmeal. The local catch only satisfies 20% of the domestic market for fresh fish but low-priced fish is imported every day from neighbouring Malaysia and Thailand, and helps to satisfy the local Chinese population who prefer fresh fish over frozen.

LANDINGS

Major species of fish and seafood landed by the Singapore fishing fleet in 1992 included marine fishes nei (3,254 metric tons), Natantian decapods nei (1,014 metric tons), brown mussels (893 metric tonnes), skates and rays, nei (500 metric tons), sea catfishes, nei (489 metric tons), and lizardfishes, nei (487 metric tons).

AQUACULTURE

The aquaculture industry has been encouraged in recent years as Singapore faces pressure to find alternative domestic production methods for seafood products. Singapore's aquaculture industry is primarily estuarial and coastal where floating cages are used in private fish farms. There are approximately 70 such farms in Singapore. Potential exists to produce groupers, golden snappers, red snappers, yellowfin jack, sea bass, perch, milk fish and shellfish such as mussels, mangrove crabs, banana prawns and lobsters.

Singapore's aquaculture industry produces about 1 percent of the domestic supply or about 1,500 tonnes per year. With high water temperatures and constant feeding, fish fingerlings can be ready for market in six months. Some of the higher value species produced in Singapore are available for export. Singapore's aquaculture industry faces certain development and related problems in the short-term, but the long-term prospects for aquaculture production appear to be stable.

PROCESSING SECTOR

Singapore uses its processing sector to maintain its position as a major centre for entrepot trade in the region. Fish is imported, frozen, canned, cured and re-packed to international standards for trans-shipment. For example 10,000-15,000 tonnes of frozen fish (primarily shrimp, tuna and squid) enter Singapore for grading, re-packing and re-export to Japan, the U.S. and Europe.

Problems regarding health and sanitary deficiencies have plagued Singapore exports in the past, however, these types of problems seem to be diminishing. The Primary Production Department has introduced a program to assist local fish processors to upgrade processing technology and to improve handling of the fish. Most re-packing of seafood products is carried out on the docks, and re-exports account for 35 percent of total exports.

TRANSPORTATION

Singapore has a highly developed transportation network which continues to be expanded and improved. The country is connected by both rail and road with Malaysia and Thailand via the Johore causeway, and the island itself has a system of well-paved roads. The international airport is served by 44 international airlines including Singapore Airlines. The port of Singapore is the second busiest one in the world, with extensive facilities for passenger and cargo ships, including containerized cargo. Port management is efficient and facilities are continually being upgraded.

MARINE

Singapore has an excellent free port. The Port of Singapore Authority (PSA) operates 5 terminals providing about 2 million square meters of open and covered warehousing space both inside and outside the free-trade zones. The PSA also maintains its own police force and fire services. In 1992, Singapore was among the world's busiest ports, handling 81,000 ships, and some 238.4 million freight tons of sea cargo were handled throughout 1992. Regular shipping schedules are available between Singapore and Canada, but it can be costly to ship small orders. There continues to be substantial investment in port facilities, with the Brani container terminal inaugurated in late 1992, and there are ambitious plans for a "mega-port" at Pasir Panjang, with a container capacity three times that of all existing facilities combined.

AIR

Singapore is currently served by the ultra-modern Changi airport, with two runways which handles 44 major international carriers, and a new terminal is under construction now to increase the already excellent capabilities in Singapore. Total air cargo handled through Singapore in 1992 equalled 720,000 tons. Singapore International Airlines (the national airline) commenced direct flights to Vancouver in 1988, and Singapore is also served by Air Canada by four flights per week via the Trans-Atlantic route from Halifax, Montreal, Toronto and Vancouver to Singapore. Daily flights are also available with Air Canada and Canadian Airline International through a combination of other connecting carriers from Canada to Singapore.

ROADS

Singapore has an efficient system of well-paved roads. Singapore has 2,686 kilometres of roads, 77 kilometres of these are motorways and another 458 kilometres are main roads.

RAILWAYS

Singapore does not possess a large rail operation. However it does run 26 kilometres of 1-m gauge railway which links with the Malaysian rail system to the north. Singapore has completed construction of a mass transit system in two phases, the first phase came into effect in 1988, and the second became operational in 1990. Mass transit serves one million passengers per day, and extensions to the system are planned for the future.

MARKET ACCESS

DISTRIBUTION

Because of Singapore's high population density within such a small land area, Singapore is basically a country within a city. Importation of seafood products into Singapore is usually done through established trading firms with branches located in Singapore. Typical firms provide sales, after-sales servicing, and other related assistance. In Singapore, after-sales support is extremely important in gaining the confidence of Singapore importers who may feel apprehensive about dealing with a distant exporter. Therefore, Canadian seafood exporters should exercise care when selecting an appropriate agent for their marketing needs. Singapore trading companies generally market products to both wholesalers and retailers. Singapore agents and distributors will also appoint sub-agents or distributors in neighbouring markets to help effectively market products to other regions.

Canadian seafood exporters may find it advantageous to open a branch office in Singapore to cater to the local market, or use Singapore as a regional marketing and sales support base. "Operational Headquarters (OHQ)" status in Singapore provides various tax incentives to foreign companies. OHQ is defined as an entity incorporated in Singapore for the purpose of providing management services to subsidiaries and associates. Post-office box operations and companies without some substance would not qualify as an OHQ.

WHOLESALE MARKETS

Singapore has approximately 16,000 firms which are engaged in the wholesale and retail of goods in the Singapore market. Operations range from highly modern warehouses, advanced department stores, Western style retail outlets, and small owner-operated corner shops. Singapore has very few large wholesalers largely due to the small size of the country. Smaller wholesalers in the Singapore market will often supply credit to their retail customers who stock their products. The larger trading companies handle wholesaling and the trading companies maintain large warehouse complexes. These companies also supply retailers from the large complexes, and because Singapore is a large regional distribution center, the large trading companies often serve a much larger market within the region.

Singapore has six Free Trade Zones (FTZ), five for seaborne cargo and one for air cargo. The FTZs were established in Singapore in 1969 and provide facilities and services for the storage and re-export of dutiable and controlled goods. The Principal features of the FTZs for seaborne cargo are free seventy-two hour storage for import conventional cargo, twenty-eight day storage for transshipment/re-export cargo, and seven day storage for export containerized cargo.

WAREHOUSING

Singapore has more than adequate storage facilities and acts as a major transshipment port and a warehousing and distribution center. The warehouse capacity of Singapore is over two million square meters and includes multi-storey, automated, refrigerated, air-conditioned, and transit warehouses at the ports. Goods delivered within three days of completion of discharge of vessels are not subject to storage charges in public warehouses. After three days, the charges are based on a sliding scale of rates which change weekly. Free storage is allowed up to twenty-eight days for transshipment cargo, after which a sliding scale of rates is levied. Many of the larger trading companies own and maintain extensive warehouse facilities.

Singapore has more than fifteen kilometres of berthing facilities for ocean-going and coastal vessels and is supported by transit sheds, warehouses, and access roads. The Port of Singapore Authority (PSA) provides a high level of security for the warehouses through its highly efficient security force.

LICENSING

All importers of fish products must be licensed by the Fisheries Division of the Primary Production Department. Licenses expire on December 31 of the year of application.

INSPECTIONS

Canadian seafood exporters can avoid certain inspection delays and other confusion by sending a sample and description of the product to the appropriate customs officials prior to the export of the goods. However, any rulings made by the customs authorities are purely advisory and are not binding. The customs officials may elect to send a sample of the goods to the Comptroller of customs for a ruling on the classification of the product and such a ruling is considered binding. If proper documentation is accompanying the goods, clearing of the documentation will usually take approximately two hours.

IMPORT REGULATIONS

Most goods are permitted into Singapore under an open general licence without a specific validated licence or prior permission. Pharmaceuticals and chemicals, fish and food products, arms and explosives, and a number of other goods require endorsement from the appropriate safety, health, or environmental authority.

PRICES AND TERMS

Quotations should be in Singapore, Canadian or United States dollars, c.i.f. Singapore. During the early discussion stage, when the Singapore buyer just wants an idea of the cost, f.o.b. prices are acceptable, provided an estimate of insurance and freight costs is given as well. Canadian freight forwarders can help with this estimate.

METHODS OF PAYMENT

Established Singapore importers usually have an excellent payment performance record, but initially it is best to ask for payment by irrevocable letter of credit which is acceptable and normal practice in Singapore. Once the business relationship is well established, a variety of credit terms can be used, but should almost always be preceded by a current credit check.

PACKAGING AND LABELLING

There are no regulated packaging standards, however packages should be able to withstand extreme heat and humidity during the summer months and potential brief storage outdoors. Prepackaged foods must be labelled to show in English the appropriate designation of the food content, printed in capital letters at least 1/16 of an inch high, whether the food is compounded, mixed or blended and the minimum quantity stated in metric weight or measure; the name and address of the manufacturer or seller; and the country of origin. A description of the contents of the package may be added to the face of the label provided the additional language is not contrary to, or a modification of, any statement (in English) on the label. Pictorial representatives must not be misleading as to the true nature or origin of the food.

TARIFFS

The Singapore system of tariffs is based on the Customs Co-operation Council Nomenclature. Approximately two fifths of the duties are levied on a percentage basis and two fifths on an *ad valorem* basis, whichever is higher. Singapore has no tariffs and no quotas for fish or fish products. Samples of no commercial value enter duty free. For samples of value, travellers should contact the Canadian High Commission prior to leaving for Singapore.

COMMERCIAL INVOICE

Although no special form of contents are prescribed for the commercial invoice, it is advisable to include the following: 1) date and place of shipment; 2) markings of the packages and their numerical order; 3) exact description of the goods (e.g. customary commercial description according to kind, quantity, grade, weight [gross and net] in metric units, with special emphasis on factors that may affect value; 4) agreed upon price of the goods, including unit cost and total cost f.o.b. factory, plus shipping, insurance and other charges; 5) delivery and payment terms; and, 6) the signature of a responsible official from the shippers' firm.

HEALTH CERTIFICATES

Health certificates from the appropriate agencies in Canada are required for fisheries exports to Singapore. Owing to the complexity of sanitary and health regulations, Canadian seafood exporters should also obtain information from the importer prior to the shipment, or directly from the Canadian High Commission in Singapore. A health certificate issued by the authorities of the country of origin is required for all consignments of foreign seafood products imported into Singapore. The required certificate must clearly state verification that the products have undergone the necessary health inspection and are fit for human consumption, in addition to stating any additives which the products may contain. Singapore has several regulations with regard to conservation, additives, food colouring, histamine contents etc. Canadian exporters requiring assistance in determining the applicability of the regulations for their particular additives should contact the Canadian High Commission in Singapore.

BILL OF LADING

There are no regulations specifying the form or number of bills of lading required for any particular shipment entering Singapore, except that it must indicate the weight in kilograms. A bill of lading customarily shows: 1) name of the shipper; 2) name and address of the consignee; 3) port of destination; 4) description of the goods; 5) listing of the freight and other charges; 6) number of bills of lading in the complete set; 7) date and signature of the carriers' official, acknowledging receipt on board of the goods for shipment. This information should correspond with that shown on the invoices and packages. Bills of lading direct of "to order" are accepted. For air cargo shipments, the "way-bill" replaces the bill of lading.

PACKING LIST

Although not required, a packing list is useful in expediting customs clearance at the port of entry. Such a list should describe, in detail, the contents of each case or container included in the shipment giving the net and gross weights, together with the c.i.f. value of each commodity. As an additional note, wherever possible, the required documentation should be forwarded separately to the consignee prior to the departure of the goods for submission to customs with the entry documents. Enclosing them in the package being shipped will cause delay. In addition, designations and descriptions on documents should be in terms of the Harmonized System (HS) or the national tariffs of the country of destination.

TRADE CONTACTS**CANADIAN CONTACTS IN SINGAPORE**

Canadian High Commission
IBM Towers, 14th Floor
80 Anson Road, P.O Box 845
Singapore 0207
Republic of Singapore
Tel:(011-65) 225-6363
Fax:(011-65) 225-2450/226-1541

SINGAPORE CONTACTS

High Commission for the Republic of Singapore
Two United Nations Plaza, 25th Floor
New York, New York 10017
Tel:(212) 826-0840/1/2/3/4
Fax:(212) 826-2964

Honourary Consul
c/o Russell & Dumoulin
#1700-1075 West Georgia Street
Vancouver, British Columbia V6E 3G2
Tel:(604) 631-4868
Fax:(604) 689-7503

IMPORTERS/DISTRIBUTORS/USERS

Direct exporting to Singapore is not simple, it often demands that you visit Singapore, learn about the market, and meet with potential importers, end-users, distributors, agents, and government trade officials. Exporters must develop a network of contacts on the Singapore side and establish close working relationships with several key individuals. In light of constantly evolving circumstances, the following list of importers, distributors and users cannot be timeless or exhaustive, Canadian fish and seafood exporters are advised to check all relevant details with their commercial contacts and to adhere strictly to the specifications set by Singapore importers and authorities.

ALLSWELL MARKETING

3 Jalan Jamal
Upper East Coast Road
Singapore 1545
Contact: Loy Niap Mong
Tel:(65) 442-7398
Fax:(65) 747-7604
Product: lobster

BEN FOODS PTE LIMITED

230B Pandan Loop
Singapore 0512
Tel:(65) 778-6655
Fax:(65) 777-2869
Product: canned food, salmon, ship
chandler

CHANGI INTERNATIONAL AIRPORT SERVICES PTE LIMITED

Changi Airport
Singapore 1781
Tel:(65) 542-5589
Fax:(65) 545-5741
Product: airline catering

COLD STORAGE TRADING

2 Enterprise Road
Singapore 2262
Tel:(65) 261-8411
Fax:(65) 265-0443
Product: seafood, ship chandler

EURACO FINEFOOD PTE LIMITED

Blk. #17, Units 01-119/120
Pasir Panjang Wholesale Centre
Singapore 0511
Contact: Sebastian Tan
Tel:(65) 777-5433
Fax:(65) 779-0730
Product: lobster

FUJI TRADING PTE LIMITED

24 Chia Ping Road
Singapore 2261
Tel:(65) 264-1755
Fax:(65) 265-0443
Product: ship chandler

GENERAL FOOD CORP. PTE LTD.

1 Second Chin Bee Road
Off International Road, Jurong
Singapore 2261
Tel:(65) 268-1055/5152
Fax:(65) 250-9065
Product: canned food, smoked
salmon

GLOBE TRADING

110 Wishart Road
Unit 01-06, Pender Court
Singapore 0409
Contact: Joseph Lim
Tel:(65) 273-0402
Fax:(65) 273-5761
Product: lobster

HAI LEE SEAFOOD TRADING CO.

Blk. 25, Defu Lane 10
Units 01-208
Singapore 1953
Contact: Chia Yong Ching
Tel:(65) 280-5489
Fax:(65) 280-8711
Product: shark fin, lobster

HARPER GILFILLAN (S) PTE LTD.

154 West Coast Road Building
Singapore 0512
Tel:(65) 779-2611
Fax:(65) 778-6707
Product: canned food

HOCK BEE FROZEN FOOD ENTERPRISES PTE LIMITED

10 Fishery Port Road
Jurong Industrial Estate
Singapore 2261
Tel:(65) 268-9144
Fax:(65) 265-3609
Product: salmon, general seafood

KHIM THYE TRADING PTE LIMITED

Block 4005, Depot Lane #01-93,
Singapore 0410
Tel:(65) 273-5390
Product: canned food

LAP PTE LIMITED

Blk. 1034, Eunos Ave. 5, Unit 01-42
Singapore 1440
Contact: Choy Choong Yip
Tel:(65) 747-4103
Fax:(65) 747-6719
Product: lobster

MALAYAN REFRIGERATING COMPANY PTE LIMITED

232 Pandan Loop
Singapore 0512
Tel:(65) 778-8787
Fax:(65) 778-3966
Product: frozen seafood, frozen
smoked salmon

MARKETPLACE TRADING

51 Tannery Lane, Unit 07-01
Sharely Warehouse
Singapore 1334
Contact: Tommy Lim
Tel:(65) 747-9890
Fax:(65) 741-9890
Product: lobster

**MEDISCIENCE MANUFACTURING
TRADING (S) PTE LIMITED**

#06-04 Cuppage Plaza
Singapore 0923
Tel:(65) 732-0357
Fax:(65) 454-1003
Product: tuna

PACIFIC TRADERS PTE LIMITED

18 Dublin Road
Singapore 0923
Tel:(65) 235-4078
Product: canned food

ROYFON TRADING PTE LIMITED

1 Fishing Port Road
Singapore 2261
Tel:(65) 265-1949
Product: salmon

SATS CATERING PTE LIMITED

SATS Building, Changi Airport
Singapore 1781
Tel:(65) 542-5555
Fax:(65) 542-1197
Product: airline catering

**SEAFOOD DISTRIBUTORS (S) 1989
PTE LIMITED**

48 Hillview Building
Singapore 2366
Contact: Raymond Loh
Tel:(65) 760-2376
Fax:(65) 760-0853
Product: lobster

SEAWIN PTE LIMITED

50/54 Peck Seah Street
Singapore 0207
Tel:(65) 220-8155
Fax:(65) 224-6926
Product: ship chandler

**SHANGHAI FOOD SPECIALTIES
PTE LIMITED**

14 Littel Road
Singapore 1953
Tel:(65) 285-4511
Product: canned food, general
seafood

SIN WA SHUL SUPPLY PTE LTD.

118-120 Pasir Panjang Road
Singapore 0511
Tel:(65) 472-1300
Fax:(65) 475-5809
Product: ship chandler

SINGAPORE FOOD INDUST. PTE

234 Pandan Loop
Singapore 0512
Tel:(65) 778-6655
Fax:(65) 778-4238
Product: frozen salmon, smoked
salmon

SJ LOW BROTHERS & CO. PTE

141 Middle Road
GSM Building #04-03,
Singapore 0718
Tel:(65) 338-8566/9
Product: canned food, salmon

**TAN YONG JOO AQUATIC
PRODUCTS IMPORT/ EXPORT**

No. 18 Carpenter Street
Singapore 0105
Contact: Tan Kee Joo
Tel:(65) 280-3693
Fax:(65) 285-1521
Product: lobster

TENNECO PTE LIMITED

121 Defu Lane 10
Singapore 1953
Contact: Tan Hai Yong
Tel:(65) 743-4711
Fax:(65) 743-8837
Product: general seafood, lobster

TONG HIN PTE LIMITED

Tong Xin Complex
127 Ubi Avenue 4,
Singapore 1440
Tel:(65) 746-5111
Fax:(65) 742-5160
Product: ship chandler

**TRI-MARINE ASSOCIATION PTE
LIMITED**

15 Fishery Port Road
Singapore 2261
Tel:(65) 265-6388/268-5915
Fax:(65) 265-4992
Product: salmon, tuna

UNIVERSE MARKET ENTERPRISE

26 Tuas Avenue 8,
Singapore 2262
Tel:(65) 861-0033
Product: whitefish, shrimp, squid,
cuttlefish, lobster, scallops

WONG CDK PTE LIMITED

20 Maxwell Road, 06-01,
Maxwell House
Singapore 0106
Tel:(65) 222-5241/2
Product: canned food

STATISTICAL APPENDIX

SINGAPORE MACROECONOMIC INDICATORS

	1989	1990	1991	1992
GDP at market prices (S\$ bn)	56.8	63.4	69.5	75.0
Real GDP growth (%)	9.2	8.3	6.7	5.8
Consumer prices (%)	2.4	3.4	3.4	2.3
Exports fob (US\$bn)	44.7	52.6	58.9	63.4
Imports cif (US\$bn)	49.7	60.5	66.0	72.1
Current account (US\$ bn)	2.5	1.8	3.3	2.9
Exchange rate (avg) S\$:US\$	2.0	1.8	1.7	1.6
Population, mn (mid-year)	2.7	2.7	2.8	2.8

Source: Economist Intelligence Unit, Singapore, Country Report, 3rd Quarter 1993.

SINGAPORE FOREIGN TRADE

Principal Exports, 1992	US\$ bn	Principal Imports, 1992	US\$ bn
Machinery & equipment	34.9	Machinery & equipment	34.6
Mineral fuels	8.3	Mineral Fuels	9.2
Manufactured goods	4.4	Manufactured goods	9.2
Chemicals	4.1	Chemicals	5.4
Food	1.8	Food	3.0
Crude materials	1.4	Crude materials	1.1
Total including others	63.4	Total including others	72.1

Source: Economist Intelligence Unit, Singapore, Country Report, 3rd Quarter 1993.

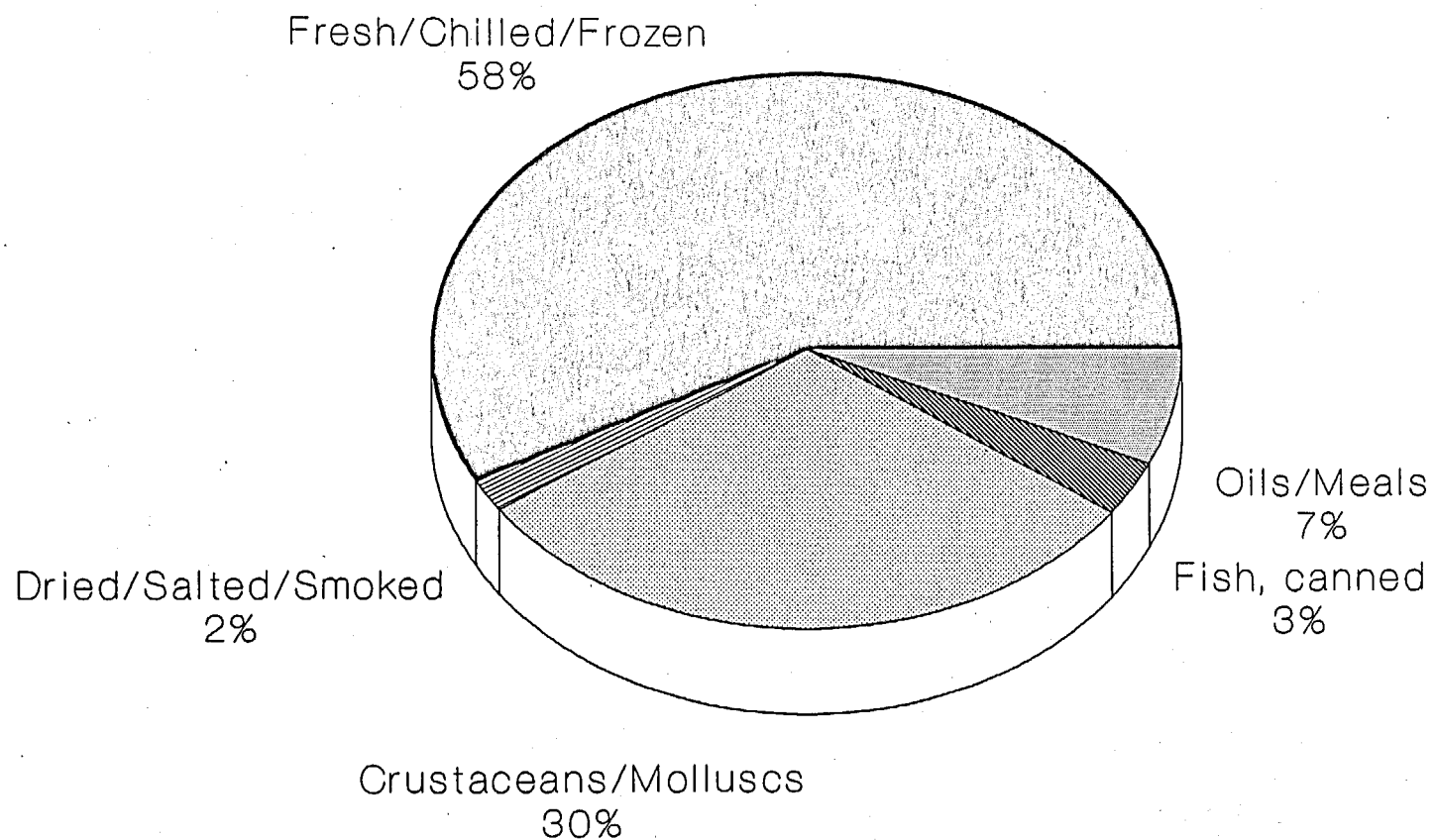
SINGAPORE DIRECTION OF TRADE

Destination of Exports, 1992	% of total	Origins of Imports, 1992	% of total
United States	21.1	Japan	21.1
Malaysia	12.5	United States	16.5
Hong Kong	7.8	Malaysia	14.7
Japan	7.6	Saudi Arabia	5.1
Thailand	6.2	Taiwan	4.0
Germany	4.2	Germany	3.2
Netherlands	3.1	China	3.1

Source: Economist Intelligence Unit, Singapore, Country Report, 3rd Quarter 1993.

SINGAPORE SEAFOOD IMPORTS

All Destinations



Source: FAO

STATISTICAL APPENDIX

SINGAPORE FISHERIES EXPORTS (All Destinations)

Commodity Group	q=mt	1988	1989	1990	1991
Fish, fresh, chilled or frozen	q	84,575	79,522	90,635	95,520
Fish, dried, salted or smoked	q	2,259	3,078	2,175	1,855
Crustaceans and molluscs	q	26,404	28,173	30,676	41,377
Fish, canned	q	2,552	2,582	2,050	2,667
Crustaceans and molluscs, canned	q	1,957	2,132	2,329	2,747
Oils	q	64	114	61	106
Meals	q	6,696	12,078	7,428	7,209
TOTALS	q	356,193	359,071	414,810	499,950

Source: FAO Yearbook, Fishery Statistics. Commodities, Vol.73, Section A-8.

SINGAPORE FISHERIES IMPORTS (All Sources)

Commodity Group	q=mt	1988	1989	1990	1991
Fish, fresh, chilled or frozen	q	113,879	103,594	104,092	120,987
Fish, dried, salted or smoked	q	4,761	4,165	4,232	4,024
Crustaceans and molluscs	q	48,316	46,859	64,125	60,170
Fish, canned	q	8,607	7,055	6,513	6,786
Crustaceans and molluscs, canned	q	2,256	2,451	2,854	3,198
Oils	q	431	509	543	444
Meals	q	25,180	26,169	15,357	13,762
TOTALS	q	370,311	366,126	361,582	460,545

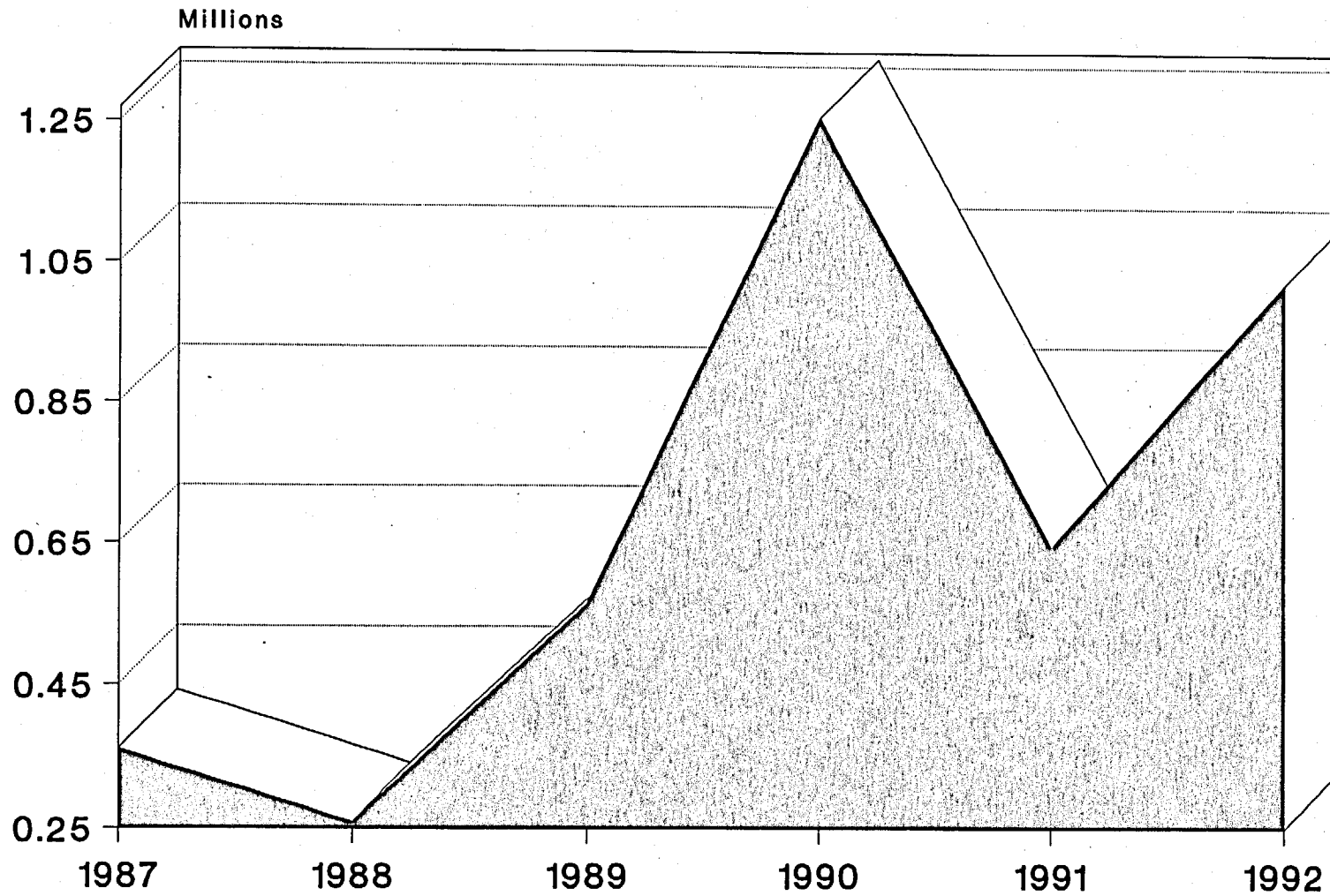
Source: FAO Yearbook, Fishery Statistics. Commodities, Vol.73, Section A-8.

CANADIAN EXPORTS TO SINGAPORE (Summary Groupings)

Description	Cdn\$	1987	1988	1989	1990	1991
Fish, whole or dressed, fresh or frozen		212,000	147,000	141,000	527,000	355,000
Fish, fillets and blocks, fresh or frozen		76,000	64,000	15,000	---	18,000
Fish, preserved, except canned		---	11,000	8,000	16,000	9,000
Fish, canned		---	---	24,000	---	2,000
Other fishery foods and feeds		72,000	37,000	377,000	717,000	243,000
TOTAL ALL FISH AND SEAFOOD PRODUCTS		360,000	259,000	565,000	1,260,000	627,000

Source: Statistics Canada, Exports: Merchandise Trade. Catalogue 65-202 Annual, 1991

CANADIAN SEAFOOD EXPORTS TO SINGAPORE (Value \$CDN)



Source: Statistics Canada

STATISTICAL APPENDIX

CANADIAN EXPORTS TO SINGAPORE (By Product)

H.S.C.	Description	Qty=Tonne	Value=Cdn\$	1992 Qty	1992 Value	1991 Qty	1991 Value
	GROUND FISH			1	8,000	—	—
0303.7916	Sablefish, frozen/whole/dressed			—	7,000	—	—
0304.2021	Greenland Turbot, fillets/frozen			—	1,000	—	—
0304.2041	Cod, Atlantic, fillets/frozen			—	—	—	—
	PELAGIC FISH			—	2,000	214	320,000
0302.1211	Salmon, Atlantic, farmed, fresh/whole/dressed			—	2,000	—	—
0302.1212	Salmon, Atlantic, wild, fresh/whole/dressed			—	—	1	12,000
0302.1221	Salmon, Spring, farmed, fresh/whole/dressed			—	—	—	2,000
0303.1040	Salmon, Sockeye, frozen/whole/dressed			—	—	—	3,000
0303.1050	Salmon, Pink, frozen/whole/dressed			—	—	—	2,000
0303.5000	Herring, frozen/whole/dressed			—	—	21	21,000
0303.7400	Mackerel, frozen/whole/dressed			—	—	191	267,000
0305.4120	Salmon, wild, smoked			—	—	—	9,000
1604.1113	Salmon, Pink, in ATC			—	—	1	2,000
1604.1114	Salmon, Sockeye, in ATC			—	—	—	—
	SHELL FISH			36	421,000	21	249,000
0306.1400	Crab, frozen			—	—	—	—
0306.1410	Crab, meat/frozen			—	—	—	1,000
0306.1420	Crab, in shell/frozen			—	—	—	2,000
0306.2100	Lobster, Rock, not frozen			—	2,000	—	—
0306.2210	Lobster, live			8	122,000	7	98,000
0306.2400	Crab, not frozen			—	2,000	—	—
0306.2420	Crab, in shell/not frozen			—	—	—	1,000
0307.1000	Oysters, fresh/frozen			7	33,000	1	2,000
0307.2100	Scallops, fresh			—	—	1	12,000
0307.2900	Scallops, frozen			—	—	4	60,000
0307.9110	Clams, Geoduck, live/fresh			17	205,000	6	49,000
0307.9120	Clams, nes, live/fresh			—	—	—	—
0307.9190	Molluscs, nes, live/fresh			1	19,000	1	5,000
0307.9911	Geoduck, frozen			—	—	1	9,000
0307.9990	Molluscs, nes, frozen			—	3,000	—	3,000
1605.1010	Crab, in ATC			1	11,000	—	—
1605.1090	Crab, prepared/preserved			1	23,000	—	—
1605.9000	Molluscs, nes, prepared/preserved			—	—	1	7,000
	FRESHWATER FISH			—	—	—	2,000
0302.1190	Trout, nes, fresh/whole/dressed			—	—	—	1,000
0304.2092	Pickrel, fillets/frozen			—	—	—	1,000
	SEAFISH, NES			25	542,000	5	65,000
0303.7919	Seafish, nes, frozen/whole/dressed			—	2,000	4	47,000
0304.9091	Seafish, nes/meat/frozen			25	540,000	1	18,000
	FISH, NES			1	52,000	—	12,000
0305.1000	Fish, nes, meal/edible			—	—	—	12,000
0305.4900	Fish, nes, smoked			—	—	—	—
0305.5900	Fish, nes, dried/salted or not			—	48,000	—	—
0511.9100	Fish & Shellfish products, inedible			—	2,000	—	—
1604.2091	Fish, nes, prepared/preserved/precooked/frozen			1	2,000	—	—
	TOTAL ALL FISH AND SEAFOOD PRODUCTS			62	1,025,000	240	647,000

Source: Department of Fisheries and Oceans, Statistics Unit, 1993.

**DEPARTMENT OF FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE
GEOGRAPHIC TRADE DIVISIONS**

If you are seeking advice and information about a specific area or country, Trade Commissioners in the **Geographic Trade Divisions** are available to assist you. They are located at 125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2 [Fax:(613) 996-9103]. In addition, there are Trade Commissioners and Commercial Officers at the Canadian High Commission in Singapore.

WESTERN EUROPE TRADE, INVESTMENT AND TECHNOLOGY DIVISION (RWT)

Tel:(613) 995-9401; Fax:(613) 995-6319

Austria, Belgium, Cyprus, Denmark (incl. Greenland), Finland, France, Germany, Greece, Iceland, Ireland, Italy, Luxembourg, Malta, The Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, United Kingdom

EAST ASIA TRADE DIVISION (PNC)

Tel:(613) 992-7359; Fax:(613) 996-4309

China, Hong Kong, Indochina, South Korea, Taiwan

ASIA PACIFIC SOUTH TRADE DEVELOPMENT DIVISION (PST)

Tel:(613) 996-0917; Fax:(613) 996-4309

Afghanistan, Australia, Bangladesh, Bhutan, Brunei, India, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Nepal, New Zealand, Philippines, Singapore, South Pacific Islands, Sri Lanka, Thailand

JAPAN TRADE DEVELOPMENT DIVISION (PNJ)

Tel:(613) 995-1281; Fax:(613) 943-8286

LATIN AMERICA AND CARIBBEAN TRADE DIVISION (LGT)

Tel:(613) 996-5546; Fax:(613) 943-8806

Argentina, Bermuda, Bolivia, Brazil, Chile, Colombia, Commonwealth Caribbean, Costa Rica, Cuba, Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, French West Indies, Guatemala, Haiti, Honduras, Mexico, Netherlands Antilles, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela

UNITED STATES TRADE AND INVESTMENT DEVELOPMENT DIVISION (UTI)

Tel:(613) 991-5849; Fax:(613) 944-9119

Chicago, Cincinnati, Cleveland, Denver, Detroit, Los Angeles, Minneapolis, Pittsburgh, San Diego, San Francisco, San Jose, Seattle

UNITED STATES TRADE AND TOURISM DEVELOPMENT DIVISION (UTO)

Tel:(613) 993-7343; Fax:(613) 944-9119

Atlanta, Buffalo, Boston, Dallas, Miami, New York, Philadelphia, Princeton, San Juan, Washington

AFRICA AND MIDDLE EAST TRADE DEVELOPMENT DIVISION (GBT)

Tel:(613) 990-6593; Fax:(613) 990-7431/7

Algeria, Angola, Benin, Botswana, Burkina-Faso, Burundi, Cameroon, Cape Verde, Central African Republic, Chad, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Ethiopia, Equatorial Guinea, Gabon, Gambia, Ghana, Guinea, Guineau-Bissau, Kenya, Lesotho, Liberia, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritania, Mauritius, Morocco, Mozambique, Namibia, Niger, Nigeria, Principe, Rwanda, Sao Tomé, Senegal, Seychelles, Sierra Leone, Somalia, South Africa, Sudan, Swaziland, Tanzania, Togo, Tunisia, Uganda, Zaire, Zambia, Zimbabwe, Bahrain, Egypt, Iran, Iraq, Israel, Jordan, Lebanon, Libya, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Syria, United Arab Emirates, Yemen

CENTRAL AND EASTERN EUROPE TRADE DEVELOPMENT DIVISION (RBT)

Tel:(613) 996-2858; Fax:(613) 995-1277

Albania, Bulgaria, C.I.S., Czech Republic, Hungary, Mongolia, Poland, Romania, Slovakia, Yugoslavia

INTERNATIONAL TRADE CENTRES

The Department of Foreign Affairs and International Trade established International Trade Centres (ITC's) across Canada to assist first-time and experienced exporters by providing export publications, recruiting participants for trade fairs and missions, providing a wide range of services to companies seeking export counselling, technology transfer or joint ventures with foreign investors. Co-located with the regional offices of Industry Canada (IC), the centres operate under the guidance of DFAIT and all have resident Trade Commissions. For further information exporters are encouraged to contact the ITC nearest you. Export counselling is also available through the Department of Foreign Affairs and International Trade's *InfoEx Office* in Ottawa which can be reached toll free at 1-800-267-8376; local callers: 993-6435.

NEWFOUNDLAND

International Trade Centre
215 Water Street, Suite 504,
P.O. Box 8950,
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-5511
Fax: (709) 772-2373

NEW BRUNSWICK

International Trade Centre
P.O. Box 1210,
Assumption Place
770 Main Street
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 851-6452
Fax: (506) 851-6429

MANITOBA

International Trade Centre
P.O. Box 981,
330 Portage Avenue, 8th Floor,
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4099
Fax: (204) 983-2187

P.E.I.

International Trade Centre
P.O. Box 1115,
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400,
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

QUEBEC

International Trade Centre
P.O. Box 247,
Stock Exchange Tower
800 Place Victoria, Suite 3800,
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185
Fax: (514) 283-8794

SASKATCHEWAN

Saskatoon
International Trade Centre
The S.H. Cohen Building
#119-4th Avenue South, 4th Floor,
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel: (306) 975-5315
Fax: (306) 975-5334

Regina

International Trade Centre
1955 Smith Street
4th Floor,
Regina, Saskatchewan
S4P 2N8
Tel: (306) 780-5020
Fax: (306) 780-6679

BRITISH COLUMBIA

International Trade Centre
P.O. Box 11610,
900-650 West Georgia Street
Vancouver, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434
Fax: (604) 666-8330

NOVA SCOTIA

International Trade Centre
P.O. Box 940, Station "M",
1801 Hollis Street
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-4782
Fax: (902) 426-2624

ONTARIO

International Trade Centre
Dominion Public Building,
4th Floor,
One Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5053
Fax: (416) 973-8161

ALBERTA

Edmonton
International Trade Centre
Room 540, Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta
T5J 4C3
Tel: (403) 495-2944
Fax: (403) 495-4507

Calgary

International Trade Centre
Suite 1100,
510-5th Street S.W.,
Calgary, Alberta
T2P 3S2
Tel: (403) 292-6660
Fax: (403) 292-4578

BIBLIOGRAPHY

- Department of Fisheries and Oceans.** *Canadian Fish Exports, 1992 vs 1991.* 1993.
- Economist Intelligence Unit.** *Singapore: Country Profile, 1993-94.* 1993.
- Economist Intelligence Unit.** *Singapore: Country Report.* 3rd Quarter 1993.
- External Affairs and International Trade.** *Export Promotion Priorities, 1993/94.* January 1993.
- External Affairs and International Trade.** *Fish Product Export Opportunity Guide.* July 1990.
- External Affairs and International Trade.** *Sectoral Synopsis: Fisheries, Sea Products and Related Services, 1993/94.* 1993.
- External Affairs and International Trade.** *Singapore: A Guide for Canadian Exporters.* 1992.
- External Affairs and International Trade.** *World Lobster Marketing Survey.* March 1993.
- External Affairs and International Trade.** *World Salmon Marketing Survey.* April 1992.
- Food and Agriculture Organization.** *Fishery Statistics: Catches and Landings.* Yearbook, 1991.
- Food and Agriculture Organization.** *Fishery Statistics: Commodities.* Yearbook, Vol.73, 1991.
- International Monetary Fund.** *Balance of Payments Statistics.* Yearbook, Part 1, 1992.
- International Monetary Fund.** *Direction of Trade Statistics.* Yearbook, 1992.
- International Monetary Fund.** *Government Finance Statistics.* Yearbook, 1992.
- International Monetary Fund.** *International Finance Statistics.* March, 1993.
- Price Waterhouse.** *Doing Business in Singapore.* Information Guide, 1993.
- Statistics Canada.** *Exports: Merchandise Trade.* Catalogue 65-202, Annual, 1991.
- U.S. Department of Commerce.** *Foreign Economic Trends and Their Implications for the United States: Singapore.* International Trade Administration.
- U.S. Department of Commerce.** *Marketing in Singapore.* Overseas Business Reports. International Trade Administration.