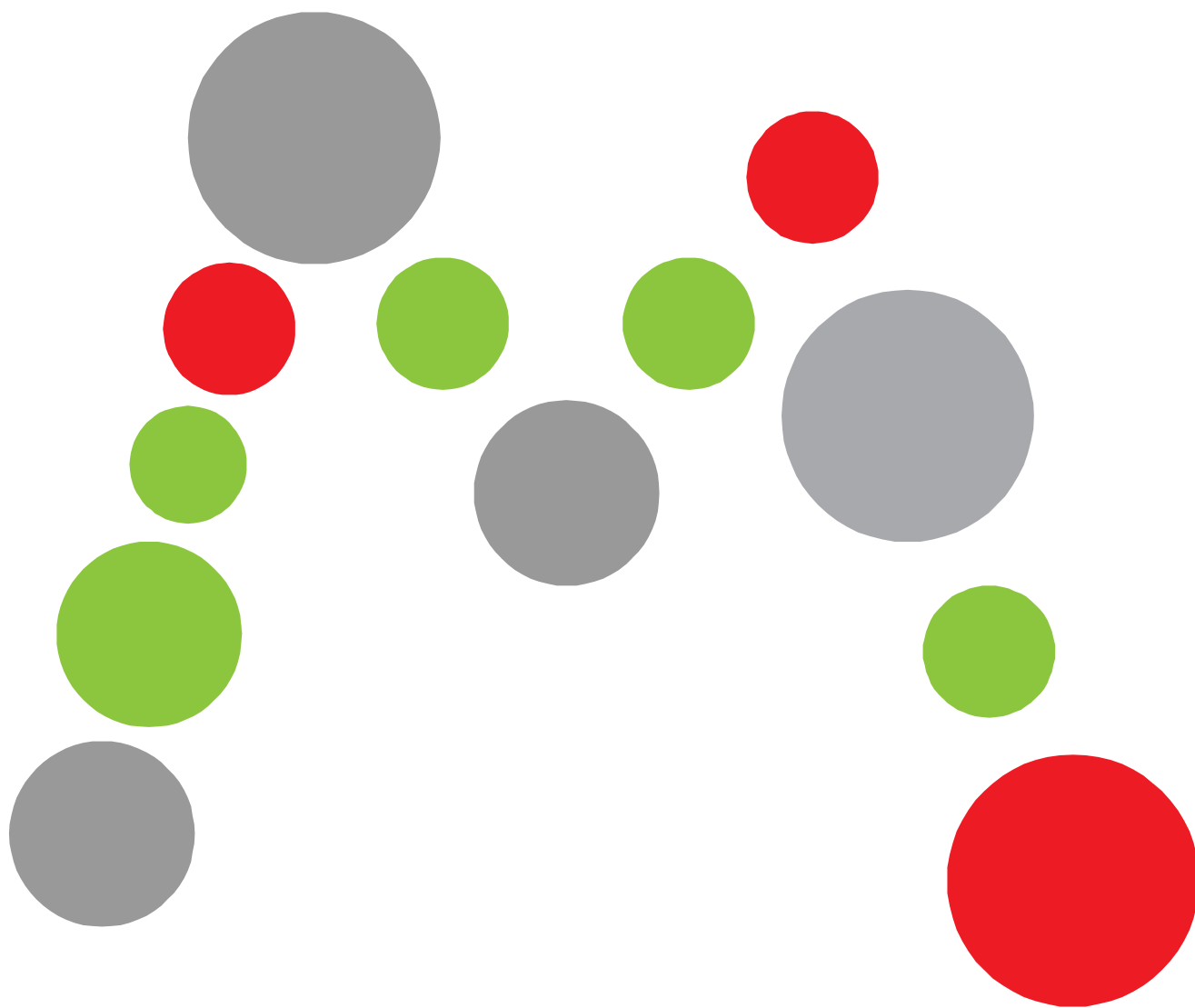


Mercados

informação sectorial



Singapura

Vinhos – Breve Apontamento

Outubro 2008



aicep Portugal Global

Índice

1. Regime Geral de Importação	3
2. Mercado dos Vinhos	4
2.1. Importações	4
2.2. Exportações	7
2.3. Consumo	8
2.4. Perfil do Consumidor	8
3. Marketing do Vinho	9
3.1. Principais Eventos do Sector	9
3.2. Principais Publicações	9
3.3. Distribuição / Preço	10
3.4. Rotulagem	10
3.5. Impostos	10
4. Análise <i>SWOT</i>	11
5. Cultura de Negócios	11
Anexo	
Principais Importadores e Retalhistas	13

1. Regime Geral de Importação

Singapura fomenta e aplica uma política de abertura comercial que visa limitar os obstáculos à realização de transacções externas e reduzir as barreiras aduaneiras. Nesta linha de actuação, Singapura assinou a nível multilateral (OMC), regional (ASEAN e APEC) e bilateral, diversos acordos de comércio livre, através dos quais pretende fortalecer vínculos económicos com grandes parceiros comerciais e aumentar o acesso ao seu mercado por parte de economias emergentes, comprometidas com a liberalização das trocas comerciais e dos fluxos de capitais.

De um modo geral, embora Singapura não imponha restrições não alfandegárias à importação, alguns produtos são de importação proibida, tais como pastilhas elásticas (excepto para fins terapêuticos), isqueiros sob a forma de pistolas, explosivos, material pornográfico e discos (CD's e DVD's) que violem os direitos de propriedade intelectual. Existem, ainda, produtos que devem ser submetidos a controlos sanitários e de segurança e outros, como por exemplo o arroz, que necessitam de licenças específicas de importação.

A pauta aduaneira de Singapura baseia-se no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (SH), com os direitos de importação a serem aplicados numa base *ad valorem* sobre o valor CIF das mercadorias e de acordo com a definição de valor da Convenção de Bruxelas. Cerca de 99% dos bens estão isentos de direitos aduaneiros na importação, **com excepção das bebidas espirituosas**, tabaco, veículos a motor e dos produtos petrolíferos. São aplicados, ainda, direitos específicos a determinados produtos, com base no peso ou quantidades transaccionadas.

Sobre os produtos importados recai, também, uma Taxa sobre Bens e Serviços (GST na sigla inglesa), semelhante ao nosso IVA, a qual é aplicada a três níveis: taxa normal de 7%, taxa de 0% e bens isentos.

Em matéria de rotulagem e etiquetagem, é necessário o cumprimento de exigências na importação de produtos alimentares, medicamentos, bebidas, tintas e solventes, sendo obrigatório mencionar o conteúdo, país de origem, nome e morada do fabricante ou vendedor.

Singapura dispõe de cinco zonas de comércio livre – Changi, Keppel, Jurong, Sembawang e Pasir Panjang, as quais incluem dez postos alfandegários e oito portos. Nestas zonas, as mercadorias podem permanecer sem pagamento de qualquer imposição fiscal até 72 horas, no caso de se destinarem à importação para o mercado local, ou até 14 dias, quando se encontrem em trânsito ou sejam enviadas para reexportação.

2. Mercado dos Vinhos

O mercado dos vinhos em Singapura tem sofrido grandes alterações ao longo dos últimos anos. O mercado é dinâmico e em franco crescimento.

O crescimento económico do país, o elevado rendimento das famílias, a estabilidade política e a cobertura nas revistas da especialidade levam as pessoas a consumirem cada vez mais vinho e de valor mais elevado.

O singapurense é um consumidor que se tem vindo a “educar” na apreciação de vinho.

2.1. Importações

As importações de vinho de Singapura têm vindo a aumentar.

Em 2007 foi atingido um **valor** de cerca de 290,1 milhões de euros, tendo-se verificado um aumento de 17,6% face a 2006 (em que o respectivo montante foi de, aproximadamente, 246,7 milhões de euros). Em 2006 registou-se um incremento de 3% relativamente a 2005 (tendo o valor nesse ano sido cerca de 239,5 milhões de euros).

Em 2007, aproximadamente 122,6 milhões de euros referem-se a vinho de mesa e 165,4 milhões de euros a vinho espumante.

De 2007 para 2006, o vinho de mesa teve um aumento de 27% e o espumante de cerca de 11%, em valor.

As importações de vinho de Singapura, também, têm vindo a registar um aumento constante em termos de **quantidade**.

Em 2007, Singapura importou cerca de 23,5 milhões de litros de vinho, comparando com 19,6 milhões de litros em 2006 e 16,4 milhões de litros em 2005.

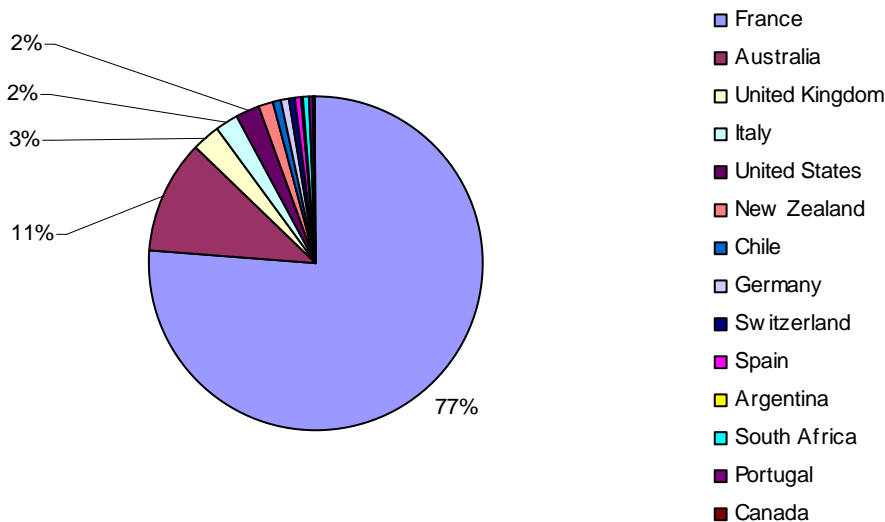
O **preço médio** em 2007 foi de 12,34 euros/litro, tendo em 2006 sido de 12,61 euros/litro e em 2005 14,57 euros/litro.

A França detém o domínio dos vinhos em Singapura, tanto nos de mesa como nos espumantes. Em 2007, a quota de mercado das importações de vinhos de França atingiu, em termos globais, cerca de 76%.

No ranking geral de países segue-se a Austrália com 11% e a Itália e EUA com cerca de 2% (excluímos, deste âmbito, o Reino Unido por não ser produtor de vinho).

As importações e consequentes vendas de **vinhos portugueses** no mercado de Singapura aumentaram em 2006 e 2007.

Em 2007, Portugal ocupava a 13ª posição com 0,32% de quota de mercado, tendo-se registado um crescimento no montante das importações de Singapura de vinhos portugueses de 20,2% face ao ano anterior. Em 2006, as compras de vinhos provenientes de Portugal tinham aumentado 36% relativamente a 2005.



Importações de vinho (pp 2204 - uva fresca - , milhões de euros)

Ranking	País	Valor			% Quota			% Variação
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	07/06
0	--Mundo--	239,529143	246,714980	290,106671	100,00	100,00	100,00	17,59
1	França	194,591933	191,276401	220,366890	81,24	77,53	75,96	15,21
2	Austrália	24,217973	28,373799	32,002193	10,11	11,50	11,03	12,79
3	Reino Unido	1,773212	2,569048	7,772542	0,74	1,04	2,68	202,55
4	Itália	4,069542	6,140018	6,831489	1,70	2,49	2,36	11,26
5	EUA	3,555545	4,247063	5,886767	1,48	1,72	2,03	38,61
6	Nova Zelândia	2,269294	3,126729	3,811175	0,95	1,27	1,31	21,89
7	Chile	2,217215	3,166917	3,030615	0,93	1,28	1,05	-4,30
8	Alemanha	1,354737	1,405572	1,826123	0,57	0,57	0,63	29,92
9	Suíça	0,299446	0,520776	1,673719	0,13	0,21	0,58	221,39
10	Espanha	0,985197	1,233126	1,484082	0,41	0,50	0,51	20,35
11	Argentina	0,964685	1,234489	1,350622	0,40	0,50	0,47	9,41
12	Africa do Sul	1,321499	1,147816	1,288241	0,55	0,47	0,44	12,23
13	Portugal	0,559777	0,761357	0,915151	0,23	0,31	0,32	20,20
14	Canadá	0,681831	0,786392	0,856314	0,29	0,32	0,30	8,89

Fontes: International Enterprise Singapore, World Trade Atlas

A quota de mercado de França nas importações de Singapura de vinhos de mesa, em 2007, foi cerca de 46%.

Portugal ocupou, igualmente, a 13ª posição ao nível dos vinhos de mesa em 2007. A quota de mercado nesse ano foi de 0,73% e registou-se um crescimento no respectivo montante de vendas para o mercado de cerca de 19% face a 2006.

Importações de vinho de mesa, < 2 L (pp 220421, milhões de euros)

			Valor			% Quota		% Variação
Ranking	País	2005	2006	2007	2005	2006	2007	07/06
0	--Mundo--	76,330570	96,535247	122,633266	100,00	100,00	100,00	27,03
1	França	32,979607	43,686181	56,219494	43,21	45,25	45,84	28,69
2	Austrália	23,565735	27,262449	30,744452	30,87	28,24	25,07	12,77
3	Reino Unido	1,729449	2,464623	7,133849	2,27	2,55	5,82	189,45
4	Itália	3,859541	5,566413	6,374946	5,06	5,77	5,20	14,53
5	EUA	3,239985	3,954837	5,402499	4,25	4,10	4,41	36,60
6	Nova Zelândia	2,229594	3,090129	3,773156	2,92	3,20	3,08	22,10
7	Chile	2,153555	3,073249	3,001799	2,82	3,18	2,45	-2,32
8	Alemanha	1,317449	1,346042	1,736886	1,73	1,39	1,42	29,04
9	Suíça	0,299143	0,495501	1,623956	0,39	0,51	1,32	227,74
10	Espanha	0,937292	1,168987402	1,421364	1,23	1,21	1,16	21,59
11	Argentina	0,908589	1,177079268	1,287692	1,19	1,22	1,05	9,40
12	Africa do Sul	1,253964	1,136995318	1,274739	1,64	1,18	1,04	12,11
13	Portugal	0,559774	0,748040835	0,893504	0,73	0,78	0,73	19,45
14	Canadá	0,668331	0,741259285	0,811514	0,88	0,77	0,66	9,48

Fontes: International Enterprise Singapore, World Trade Atlas

Apesar dos incrementos consideráveis nos valores das compras de Singapura de vinhos de mesa provenientes de mercados externos, em 2007, o montante das importações de espumantes continuava, ainda, a ser superior.

A França vem dominando as compras de Singapura de vinhos espumantes provenientes do exterior, tendo a sua quota de mercado, em 2007, sido de, aproximadamente, 99%.

Em 2006 e 2007 verificaram-se em Singapura importações de espumantes portugueses, mas os respectivos valores não têm qualquer significado.

Importações de vinho espumante (pp 220410, milhões de euros)

Ranking	País	Valor			% Quota		% Variação	
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	07/06
0	--Mundo--	162,281760	148,680499	165,435839	100,00	100,00	100,00	11,27
1	França	161,388621	146,904849	163,349698	99,45	98,81	98,74	11,19
2	Austrália	0,339267	0,696539	0,639286	0,21	0,47	0,39	-8,22
3	Reino Unido	0,034900	0,092799	0,497578	0,02	0,06	0,30	436,19
4	Itália	0,202029	0,535948	0,416703	0,12	0,36	0,25	-22,25
5	EUA	0,091428	0,143663	0,183260	0,06	0,10	0,11	27,56
6	Alemanha	0,037283	0,046167	0,088731	0,02	0,03	0,05	92,19
7	Espanha	0,047900	0,063606	0,060686	0,03	0,04	0,04	-4,59
8	Canadá	0,013500	0,045133	0,043270	0,01	0,03	0,03	-4,13
9	Suíça	0,000303	0,017594	0,041715	0,00	0,01	0,03	137,1
10	Nova Zelândia	0,039647	0,036600	0,037945	0,02	0,03	0,02	3,67
11	Bélgica	0,000000	0,000697	0,022454	0,00	0,00	0,01	3120,72
12	Africa do Sul	0,006447	0,007491	0,013500	0,00	0,01	0,01	80,22
13	Índia	0,008984	0,000648	0,012328	0,01	0,00	0,01	1801,64
14	Argentina	0,001014	0,002462	0,010261	0,00	0,00	0,01	316,71
15	Chile	0,063001	0,042083	0,005782	0,04	0,03	0,00	-86,26
16	Portugal	0,000000	0,002262	0,003156	0,00	0,00	0,00	39,54

Fontes: International Enterprise Singapore, World Trade Atlas

2.2. Exportações

Dado Singapura ter uma economia livre e ser um posto comercial para a Ásia, assiste-se a um grande volume de reexportação de vinho para outros países. Em 2007, os principais países de destino da reexportação de vinho a partir de Singapura foram: Japão, Austrália, Indonésia, Malásia, Hong-Kong, Tailândia, Coreia do Sul e China.

Os valores das reexportações de vinho de Singapura correspondem praticamente aos valores totais das exportações.

Exportações de vinho (pp 2204 – uva fresca -, milhões de euros)

Ranking	País	Valor			% Quota			% Variação
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	07/06
0	--Mundo--	134,898758	173,811844	207,857887	100,00	100,00	100,00	19,59
1	Japão	93,989237	112,350792	128,854421	69,67	64,64	61,99	14,69
2	Austrália	18,709749	27,548705	30,886391	13,87	15,85	14,86	12,12
3	Indonésia	7,639810	9,645652	9,407027	5,66	5,55	4,53	-2,47
4	Malásia	4,117422	2,916543	7,181150	3,05	1,68	3,46	146,22
5	Hong-Kong	0,426039	3,501900	7,132978	0,32	2,02	3,43	103,69
6	Tailândia	1,524567	3,297490	6,266343	1,13	1,90	3,02	90,03
7	Coreia do Sul	0,300180	1,668778	4,876941	0,22	0,96	2,35	192,25
8	China	2,172871	4,492902	4,011057	1,61	2,59	1,93	-10,72
9	Taiwan	0,095537	1,161902	2,046594	0,07	0,67	0,99	76,14
10	Vietname	0,814056	1,094757	1,425210	0,60	0,63	0,69	30,19
11	Filipinas	0,223719	0,850469	0,999326	0,17	0,49	0,48	17,50

Fontes: International Enterprise Singapore, World Trade Atlas

2.3. Consumo

Em 2007, o consumo aparente de vinho (produção total + importações - exportações) foi de 82.248,78 euros, comparando com 72.903,14 euros em 2006 e 104.630,40 euros em 2005.

Em 2007, o **consumo anual** de vinho *per capita* foi cerca de 2,48 litros, comparando com 2,29 litros em 2006 registou-se um aumento de, aproximadamente, 8%. Como se pode verificar estes valores são ainda bastante baixos para padrões europeus.

2.4. Perfil do Consumidor

O consumidor de vinho em Singapura tem idade compreendida entre 25 e 54 anos.

É um consumidor atípico uma vez que não é muito fiel a marcas, mas dá muita importância às mesmas.

O consumidor singapurense é muito orientado pelo preço do vinho e influenciado pelos *opinion leaders* na área. As revistas sobre o sector alimentar e bebidas têm bastante influência neste mercado.

São preferidos os vinhos tintos aos brancos e os vinhos jovens e suaves. Por regra os vinhos são consumidos nos bares e restaurantes.

3. Marketing do Vinho

3.1. Principais Eventos do Sector

O **principal evento** do sector é a feira *Wine for Asia* que tem lugar todos os anos em Outubro, sendo o respectivo endereço electrónico: www.wineforasia.com

Participam nesse evento todos os países produtores de vinho com *stand* nacional. Tem vindo a crescer anualmente em termos de expositores e de visitantes. É uma feira regional e é visitada pela maioria dos intervenientes no comércio da região (Indonésia, Tailândia, Vietname, Taiwan, Cambodja, China, Índia, Malásia, Filipinas, etc.).

Outro evento de grande importância é a feira *Food and Hotel Asia* (Abril), que se realiza de dois em dois anos e tem uma grande presença de produtores e importadores/retalhistas de vinhos.

Anualmente cada país realiza pelo menos uma grande prova nacional de vinhos e diversas outras acções de promoção de menor dimensão (patrocínios, promoções junto dos pontos de venda, provas com diferentes universos, etc.).

3.2. Principais Publicações

As **principais publicações** da especialidade são:

Cuisine & Wine Asia

Mr. Curtis Marsh, Wine Editor

7 Jalan Kilang, 5th Floor

Singapore 159407

Tel.: (65) 6273 7707 | Fax: (65) 6270 1763

E-mail: curtis@asiacuisine.com | <http://www.asiacuisine.com.sg>

Appetite

Ms. Joyceline Tully, Editor

10 Changi South Lane, # 05-01

Singapore 486162

Tel.: (65) 6214 8412 | Fax: (65) 6542 7450

E-mail: joy@appetite-asia.com | <http://www.appetite-asia.com/appetite>

Wine & Dine

Ms. Lena Ng, Editor
371 Beach Road, # 03-18 Keypoint
Singapore 199597
Tel.: (65) 6393 9602 | Fax: (65) 6293 5705
E-mail: editorial@wineanddine.com.sg

3.3. Distribuição / Preço

A **distribuição** do vinho faz-se pelos canais normais e conhecidos internacionalmente. Existe uma grande comunidade de importadores/distribuidores de bebidas. Em Singapura a regra é o importador ser também distribuidor, não existindo quase nenhuns compradores internacionais.

O canal HORECA é muito importante visto Singapura funcionar como um local de passagem entre a Europa e a Austrália.

Em relação ao **preço**, os vinhos de preço médio e médio/baixo podem ser adquiridos em supermercados e os de preço elevado em lojas especializadas e no canal HORECA.

3.4. Rotulagem

Os rótulos dos vinhos deverão indicar a descrição dos produtos, a quantidade, o teor alcoólico, o nome e as coordenadas do produtor e do importador, bem como a data de engarrafamento. Os rótulos devem estar em língua inglesa.

3.5. Impostos

Singapura alterou muito recentemente os impostos sobre o álcool. Em relação aos vinhos são agora taxados no seu teor alcoólico (anteriormente era com base numa taxa única de 9,50 SGD por litro).

Os vinhos são agora taxados numa taxa base de 70,00 SGD por litro de álcool (por exemplo: uma garrafa de 7,50 dl com 10% de teor alcoólico será taxada no valor de 5,25 SGD).

O cálculo é feito da seguinte forma: uma garrafa contém 0,075 (10% de 0,75) litros de álcool. A 70,00 SGD por litro, a taxa será de $0,075 \times 70,00$ SGD, que origina o valor de 5,25 SGD.

Mais informação poderá ser obtida em <http://www.customs.gov.sg/leftNav/trad/val/List+of+Dutiable+Goods.htm>

Há que juntar o imposto GST (equivalente ao IVA) de 7% na venda.

4. Análise SWOT

Pontos fortes

- O vinho português tem registado um crescimento nos últimos anos
- Castas próprias e diferenciadas

Pontos fracos

- Falta de conhecimento dos vinhos portugueses
- Marcas, regiões e nomes de difícil retenção
- Pouca promoção das empresas no mercado

Oportunidades

- Crescimento do mercado de importação e consumo de vinho
- Consumidor de Singapura com elevado rendimento
- Utilização da comunidade euro asiática para promover Portugal em Singapura (Portugal é o único país produtor de vinho com influência euro asiática)

Ameaças

- Concorrência dos vinhos do novo mundo
- Actividade contínua de promoção dos vinhos do novo mundo

5. Cultura de Negócios

Os empresários portugueses que pretendam entrar no mercado observarão rapidamente como é fácil fazer negócios em Singapura. Contudo, alguns elementos deverão ser tomados em consideração:

- Existe uma ênfase muito grande na competência, mérito e trabalho de equipa. Singapura é uma 'meritocracia'.
- Os singapurenses não gostam do contacto visual directo, o chamado olhos nos olhos (até podem interpretar como uma forma de ameaça).
- Raramente se houve a palavra "não". É mais normal ouvir um correcto, mas evasivo, "sim".

- As suas propostas devem ser as mais avançadas tecnologicamente possíveis. Singapura é um país tecnologicamente muito agressivo, pelo que esperam sempre algo muito elevado.
- Tente ser pontual, especialmente se reúne com homens de negócios de elevada posição (fazer um singapurense esperar pode ser um sinal de insulto).
- Tente marcar encontros com algum tempo de antecedência (2-3 semanas). Dada a localização geográfica de Singapura, viaja-se muito pela região.
- Seja paciente nos negócios, pois podem demorar algum tempo. Não espere realizar negócio numa só viagem. O relacionamento pessoal é muito importante. Os singapurense têm de se sentir à vontade com o interlocutor estrangeiro para fazerem negócio. Após alguns contactos iniciais, então a rapidez nos negócios é fulcral (incluo a resposta rápida a e-mails e outras formas de contacto. Esta rapidez aplica-se também e sobretudo aos pagamentos).
- Nunca “perca a cabeça” em público. É sinal que não consegue controlar-se e nunca será respeitado.
- A idade é muito considerada e respeitada.
- Existe um ritual de troca de cartões de visita. Dê o seu cartão a todos os presentes. Deve dá-lo com as duas mãos. O seu interlocutor receberá o seu cartão, também com as duas mãos, examina-o cuidadosamente e guarda-o. Nunca guarde um cartão de visita num bolso traseiro, não escreva nele e examine-o sempre com atenção.
- Dirija-se às pessoas por Mr. / Madam ou Mrs. / Miss seguido do apelido. Pergunte sempre aos seus interlocutores como querem ser chamados. Não assuma que os pode chamar pelo nome próprio.
- Devido ao clima de Singapura o *dress code* é muitas vezes informal. Os homens vestem calças de fato com camisa e gravata (sem casaco). Quando o traje é mais formal, isso é referido no convite, seminário ou programa. Por sua vez, as senhoras usam fatos completos e vestidos elegantes.

Anexo: Principais Importadores e Retalhistas

Designação da Empresa	Morada 1	Morada 2	Localidade	Código Postal	Telefone	Fax	Website	Email	Contacto	Função
Divin Pte Ltd	Acetech Centre	19 Jalan Kilang Barat #06-03	Singapore	159361	+65 627 34484	+65 627 33481	http://www.divinwines.com	sales@divnwines.com	Mr. Ken Chung	Managing Director
Estima Consulting (Singapore) Pte Ltd	Nova Building	22 Jalan Kilang #04-01	Singapore	159419	+65 622 63766	+65 622 61303		franck@estima.com.sg	Mr. Franck Herbaux	Managing Director
Giorgio Ferrari Pte Ltd	Ubi Techpark	10 Ubi Crescent #02-43	Singapore	408564	+65 674 93565	+65 674 93965	http://www.giorgio-ferrari.com	info@giorgio-ferrari.com	Mr. Giorgio Ferrari	Managing Director
Indoguna (Singapore) Pte Ltd	36 Senoko Drive		Singapore	758221	+65 675 50330	+65 675 59522	http://www.indoguna.com.sg	irene@indoguna.com.sg	Ms. Helene Raudaschl	Managing Director
Le Raisin Trading Pte Ltd	Thong Chai Building	50 Chin Swee Road #05-05	Singapore	169874	+65 673 32026	+65 623 44558	http://www.le-raisin.com	adam@le-raisin.com	Mr. Adam Cheng	Managing Director
Riche Monde Pte Ltd	UE Square	83 Clemenceau Avenue #17-08	Singapore	239920	+65 683 89800	+65 683 89828	http://www.richemonde.com.sg		Mr. Alvin Chua	Sales Director
Taste Fine Wine Merchant	113B Jalan Besar		Singapore	208833	+65 629 96300	+65 629 96200	http://www.taste.com.sg	marketing@taste.com.sg	Ms. Slyvia Ng	Human Resource Manager
Taste of Tradition (Asia Pacific) Pte Ltd	113B Jalan Besar		Singapore	208833	+65 629 99300	+65 629 96200	http://www.tastetradition.com	hr@tastetradition.com		
Wine Trade Asia Pte Ltd	11 Unity Street #01-06		Singapore		+65 623 86878	+65 623 86879		shop@wineconnection.com.sg	Ms. Mona	
Denise Wine	930A East Coast Road		Singapore	459118	+65 6892 5933	+65 6892 7933	www.denisewine.com.sg	denisethewineshop@gmail.com	Mr. David Lim	CEO
Auric Pacific Fine Wines Pte Ltd	Noel Corporate Building	50 Kallang Avenue #06-06	Singapore	339505	+65 629 11947	+65 629 41947	http://www.apfw.com.sg	sales@apfw.com.sg	Dr. Ronnie Tan	Executive Director
Cellarmaster Wines (Singapore) Pte Ltd	Lam Soon Industrial Building	63 Hillview Avenue #02-08	Singapore	669569	+65 676 65185	+65 676 65201	http://www.cellarmasterwines.com		Mr. Whang Shang Ying	Executive Director
Crystal Wines Pte Ltd	Delta House	2 Alexandra Road #02-01	Singapore	159919	+65 677 37060	+65 677 37061	http://www.crystalwines.com	info@crystalwines.com	Mr. Tan Wee Han	Managing Director
Culina Pte Ltd	24 Senoko Way		Singapore	758046	+65 675 36966	+65 675 32420	http://www.culina.com.sg	info@culina.com.sg	Mr. Michael Chong	General Manager, Marketing & Sales Operation
EPL Alliance Pte Ltd	Eunos Techpark	60 Kaki Bukit Place #07-04	Singapore	415979	+65 684 62566	+65 684 40165	http://www.insis.com.e/StoreFront/epl-alliance	epl@epl-alliance.com.sg	Mr. Eric Ng	Director
Europeia Portuguesa Inter Comercio (S) Pte Ltd	Trade Hub 21	8 Boon Lay Way #07-03	Singapore	609964	+65 674 12806	+65 674 17752	http://www.epicsingapore.com	sandro@epicsingapore.com	Ms. Karen Sroya	Director
Goodeal Marketing Pte Ltd	2 Tagore Lane		Singapore	787468	+65 655 20020	+65 645 10020	http://www.goodeal.com.sg	goodeal@singnet.com.sg	Mr. Lee Chuan Aik	Managing Director
Goodman Wines & Spirits Pte Ltd	Toho Mansion	190B Holland Road	Singapore	278585	+65 673 70102	+65 673 73887		gcpsing@singnet.com.sg	Mr. John G. Bones	Managing Director
Hock Tong Bee (Pte)Ltd	101 Lorong 17 Geylang #01-00		Singapore	388574	+65 673 20555	+65 674 98944	http://www.cornerstonewines.com	sales@cornerstonewines.com	Mr. Clinton Ang	Managing Director
Interlocal Exim Pte Ltd	Suntec Tower One	7 Temasek Boulevard #17-03	Singapore	038987	+65 633 77755	+65 633 75455	http://www.interlocalexim.com	iepl@interlocalexim.com	Ms. Michelle Ho	Regional Commercial Manager
Kiam Seng & Co. Pte Ltd	Kallang Distripark	Blk 1767 Geylang Bahru #01-03	Singapore	339703	+65 674 10133	+65 674 10122	http://www.kiamseng.com.sg	tengyen@kiamseng.com.sg	Mr. John Teng	Managing Director

Designação da Empresa	Morada 1	Morada 2	Localidade	Código Postal	Telefone	Fax	Website	Email	Contacto	Função
Kumpulan Development (S) Pte Ltd	Ubi Industrial Estate	Blk 3007 Ubi Rd 1 #02-410/412	Singapore	408701	+65 674 35727	+65 674 41396	http://www.kumpulan.com.sg	sales@kumpulan.com.sg	Mr. Ray Sou	Managing Director
Lynch Pte Ltd	Peninsula Plaza	111 North Bridge Road #21-02	Singapore	179098	+65 623 54800	+65 673 32508	http://www.lynch.com.sg	admin@lynch.com.sg	Mr. Patrick Sauze	Director
Maxxium Singapore Fine Wines & Spirits Pte Ltd	Robinson Point	39 Robinson Road #16-01/02	Singapore	068911	+65 655 91155	+65 655 91177	http://www.maxxium.com		Mr. Jonathan Chow	Managing Director, South East Asia
Moet Hennessy Asia Pacific Pte Ltd	UE Square	83 Clemenceau Avenue #17-07	Singapore	239920	+65 683 89838	+65 683 80188	http://www.lvmh.com		Mr. Tony K.T. Lim	Chairman
Parker's Wine Pte Ltd	44 North Canal Road		Singapore	059300	+65 653 53987	+65 653 57615	http://www.parkers-wines.com	me-ling@parker-wines.com	Mr. Roderic Proniewski	Managing Director
Pernod Ricard Singapore Pte Ltd	Great World City West Tower	1 Kim Seng Promenade #11-09/12	Singapore	237994	+65 623 55055	+65 623 59952	http://www.pernod-ricard.com	jennifer.lim@pernod-ricard-singapore.com	Mr. Franck Lapeyre	Managing Director
Prodis Wine Pte Ltd	43E Joo Chiat Lane		Singapore	428103	+65 634 59156	+65 644 09282			Mr. M. M. Bouverat	Managing Director
Delfi Singapore	Keppel Distri Centre	7 Gul Circle #02-01	Singapore	629563	+65 649 04300	+65 689 77487		enquiry.psn@prasima.com.sg	Ms. Cristal Lim	Division Manager, Liquor
SUTL Corporation Pte Ltd	SUTL House	100J Pasir Panjang Road #05-00	Singapore	118525	+65 627 88555	+65 627 33555	http://www.sutl.com.sg	enquiry@sutl.com.sg	Mr. Arthur Tay	Chairman /Managing Director
Tan Chiang Hak Pte Ltd	1-L Yio Chu Kang Road		Singapore	545517	+65 628 89974	+65 628 08833		tchnet@singnet.com.sg	Mr. Tan Choon Meng	Managing Director
Thai-Pore Enterprise Pte Ltd	6 Tagore Drive #02-21		Singapore	787623	+65 645 95818	+65 645 65302		thaipore@singnet.com.sg	Ms. Eileen Tan	Business Development Manager
Vinum Holdings Pte Ltd	Pacific Tech Centre	1 Jalan Kilang Timor #01-03	Singapore	159303	+65 627 60822	+65 627 68042	http://www.vinum.com.sg	vinum@vinum.com.sg	Mr. Jason Tay	Director
W Star Corporation Pte Ltd	Palais Renaissance	390 Orchard Road #04-03	Singapore	238871	+65 673 60080	+65 673 53020	http://www.wstarcorp.com	sales@wstarcorp.com	Mr. Stanley Wee	Managing Director
Wine BOS Trading Pte Ltd	47 North Canal Road		Singapore	059303	+65 653 87886	+65 653 87884	http://www.winebos.com.sg	sales@winebos.com	Mr. Charles Stephan	Managing Director
Viva Vino (S) Pte Ltd	30 Lucky Heights		Singapore	467584	+65 629 17366				Mr. S. R. Saba	
Millie's Enterprise	5 Changi Village Rd #01-2051		Singapore	500005	+65 654 29159	+65 654 30603	www.millies.com.sg	grace@millies.com.sg	Ms. Grace Lim	
Linden Resources	Number One Building	1 Ubi Crescent #06-09	Singapore	408563	+65 674 77911	+65 674 81776	www.lindenresources.com	jason@lindenresources.com	Mr. Jason Goh	Managing Director
Vinho! Pte Ltd					+65 936 88998	+65 646 40500	www.zambujeiro.com	cavalli@singnet.com.sg	Ms. Nicole Cavalli	Director

Importadores de vinho

Importadores de vinho. Vendem também vinhos Portugueses (mesa e/ou Porto)

Importadores de vinhos. Importam vinhos para venda noutros mercados

Importadores de vinho unicamente Português