

COMMUNIQUE DE PRESSE

VITICULTURE-AGROALIMENTAIRE

L'Occitanie à la conquête de nouveaux débouchés en Asie

En octobre, l'agence AD'OCC porte trois opérations export pour les vins et les produits agroalimentaires de l'Occitanie. Fortes de la notoriété de la marque Sud de France - Occitanie, ce sont près de cinquante entreprises viti et agro d'Occitanie qui souhaitent conquérir de nouveaux marchés en Asie. Trois opérations d'envergure sont déployées par l'agence AD'OCC, en étroite collaboration avec ses bureaux de Shanghai et Tokyo : le Off du salon Tang Jiu Hui à Nanjing en Chine (12-14 octobre), la mission de prospection en Thaïlande et au Vietnam (26-30 octobre) et le Food Experience en Corée du Sud et au Japon (23-29 octobre). Dans un contexte international exigeant, l'ambition est claire : relancer les exportations sur les marchés historiques, accélérer sur les marchés émergents à potentiel de croissance et ouvrir de nouveaux débouchés pour les entreprises régionales, qu'elles soient néo-exportatrices ou déjà distribuées selon les marchés.

Chine : 20 vignerons d'Occitanie représentées au Salon Off de Nanjing > 12-14 octobre, Nanjing (Ritz-Carlton)

La Chine demeure encore un marché non négligeable pour les vins d'Occitanie des entreprises présentes : 10^e marché à l'export régional en volume (52 350 hl) et en valeur (18,7 M€), elle est aussi le 6^e marché pour les AOP en volume et le 1^{er} marché en part relative pour les AOP, avec 35 % des exportations. Alors que les importations chinoises de vins ont reculé de 26,7 % en 2025, l'objectif est de relancer les exportations régionales sur ce marché en mutation et perte de vitesse.

À l'occasion de la 115^e édition de la China Drinks & Food Fair (Tang Jiu Hui, 15-17 octobre), **20 entreprises régionales participeront via leurs représentants locaux ou importateurs au salon OFF du Ritz-Carlton de Nanjing**. AD'OCC aménagera en exclusivité un pavillon Sud de France - Occitanie de 44 m² avec un espace dédié aux cuvées lauréates du Challenge TOP 50 2026.

Le programme proposé et déployé par le bureau de l'Occitanie à Shanghai dépasse largement le salon : une masterclass animée par le formateur Leon Liang pour former les professionnels chinois à la diversité des vins d'Occitanie, des ventes privées avec le groupe COFCO à destination d'une clientèle à fort pouvoir d'achat, et une participation au « Global Food Happy Shopping » dans un centre commercial fréquenté par 50 000 visiteurs par jour, avec une « Journée France » le 15 octobre en présence de représentants de la municipalité de Nanjing.

Thaïlande et Vietnam : une mission de prospection viticole pour des marchés émergents > 26-30 octobre, Bangkok, Ho Chi Minh, Hanoï

Avec 9 entreprises régionales accompagnées par AD'OCC, cette mission itinérante cible deux marchés en pleine expansion. En Thaïlande, le marché du vin progresse d'environ 4 % par an ; pays importateur à 98 %, il vient de supprimer ses droits de douane et la France en est le 1^{er} exportateur — l'Occitanie représentant 17 % des volumes français exportés en 2025. Au Vietnam,

porté par l'essor de la classe moyenne et l'accord de libre-échange EVFTA (démantèlement tarifaire complet en 2027), le marché devrait passer de 18 à 23 millions de litres d'ici 2029. La France est 1^{er} fournisseur et les exportations occitanes ont bondi de +28 % en volume et +30 % en valeur entre 2024 et 2025, atteignant près d'un tiers des volumes français.

Adossée au programme Tastin'France de Business France, la mission s'articule en trois étapes : Bangkok le 26 octobre, Ho Chi Minh le 28, Hanoï le 30. Au programme, des dégustations professionnelles rassemblant 100 à 200 visiteurs qualifiés, et un « *Programme +* » exclusif Sud de France - Occitanie : un winemaker dinner BtoB avec des importateurs décisionnaires à l'École Ducasse de Bangkok et une masterclass à Hanoï animée par la sommelière Le Hoang Khanh Vi, réunissant 20 à 30 importateurs autour des vignerons.

Corée du Sud et Japon : 9 entreprises agroalimentaires au Food Experience Occitanie > 23-29 octobre, Séoul et Tokyo

Dans le cadre de l'opération Food Experience de Business France, 9 entreprises agroalimentaires régionales participent à la 5^e édition du Food Experience en Corée et au Japon, en présence des ambassadeurs de France dans les deux pays. Deux marchés premium et exigeants : le Japon, 4^e puissance économique mondiale, au pouvoir d'achat élevé et à la forte culture gastronomique ; la Corée du Sud, 13^e puissance économique et 4^e marché asiatique pour l'agroalimentaire français, où l'origine France jouit d'une image de qualité et de savoir-faire.

Véritable accélérateur de débouchés, le programme combine expositions, dégustations avec des acheteurs, importateurs et distributeurs ciblés, et visites de points de vente emblématiques (AEON, Meidi-Ya, Enoteca à Tokyo ; Shinsegae Gangnam, Lotte Mart à Séoul). L'opération mise aussi fortement sur la promotion avec les animations culinaires des chefs ambassadeurs de l'Occitanie, André et Patric Pachon, à la résidence de l'ambassade de France au Japon, et du chef Jo Woo-Ram à Séoul.

Première région viticole de France, l'Occitanie fait de l'export une priorité stratégique pour ses filières vins et agroalimentaire. La Région s'appuie sur la marque Sud de France - Occitanie, vecteur de notoriété internationale, sur son agence AD'OCC et sur un réseau unique de bureaux de représentation à l'étranger (Shanghai, Tokyo, New York...), qui accompagnent chaque année des centaines d'entreprises : salons et missions de prospection collectifs, « Programmes + » exclusifs, mise en relation avec des acheteurs, formation aux marchés et aide logistique. Ces actions sont menées en partenariat avec Business France, les interprofessions et des acteurs locaux majeurs.

Cette politique répond à un enjeu de taille : en 2025, les exportations de vins d'Occitanie ont reculé de -7,36 % en volume et -8,28 % en valeur à l'échelle mondiale, un recul toutefois en nette amélioration au fil de l'année. Des marchés comme le Japon (+11,4 %) ou les États-Unis (+10,6 %) affichent de solides performances, tandis que le Vietnam (+28 % en volume, +30 % en valeur) confirme son potentiel. La Chine, 10^e marché régional (52 350 hl, 18,7 M€), reste un débouché clé à reconquérir. Pour éclairer les stratégies des opérateurs, la Région finance par ailleurs un Observatoire des marchés de la filière, doté de plus d'un million d'euros, chargé de mutualiser les données de production, consommation, exportation et tendances de marché.

Le 14 octobre 2026,

CONTACTS : presse@agence-adocc.com

Site Presse Destination Occitanie : [Patrick Fontanel](#) 07 49 54 86 64

Site Presse Ad'OCC : [Jérôme Bouchindhomme](#) 06 23 30 23 01 / [Julie Myc Rachedi](#) 06 07 26 11 31

