



4 mars 2025

## 11 entreprises agroalimentaires et viticoles régionales, à l'assaut du marché japonais, grâce à l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA)

Foodex Japan - 11 au 14 mars 2025 (Tokyo)  
ProWine Tokyo - 15 au 17 avril 2025

### Le Japon : marché stratégique pour les entreprises françaises et néo-aquitaines

Le Japon est un grand consommateur de produits gourmets, Tokyo étant la première ville pour les restaurants étoilés au monde.

Face à une fascination pour la gastronomie française et une culture du raffinement et de la qualité, les exportations françaises au Japon ont battu un record en 2022, avec 1,4 milliards d'euros (dont 56% de boissons) soit une hausse de 18% par rapport à l'année précédente ([source : trésor.economie.gouv.fr](https://trésor.economie.gouv.fr)).

De plus, les réseaux de distribution japonais manifestent un fort intérêt pour les produits agroalimentaires français qui s'illustre par des *department stores* avec des sélections « Gourmet » ou encore l'organisation de *French week*...

Ainsi, la France est le second fournisseur européen du Japon et la Japon représente le second marché d'Asie pour les exportations agro françaises. Ces exportations correspondent traditionnellement à un positionnement milieu et haut de gamme.

### 7 entreprises néo-aquitaines présentes au Foodex Japan

Fidèle à ce rendez-vous de la planète *food* en Asie, l'AANA y coordonne depuis plus de 10 ans la présence néo-aquitaine. Cette année encore, elle prendra place sur le Pavillon Taste France de Business France du 11 au 14 mars 2025 au Tokyo Big Sight, aux côtés de Food Loire, seule autre région française représentée sur le salon.

Face à une forte croissance sur plusieurs années pour les produits laitiers (+5,5% entre 2019 et 2023) et la Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie (+44%), 7 entreprises régionales exposeront sur l'espace Nouvelle-

#### Pratique des affaires au Japon - Le saviez-vous ?

- Un interprète est indispensable au Japon pour faire du business (42% des japonais de 20-49 ans ne parlent pas anglais, 30% le parlent un peu)
- Au moment d'une première rencontre, la présentation doit se faire en proposant sa carte de visite à deux mains, et à recevoir celle de son interlocuteur de la même façon, c'est un signe de respect
- Le silence de l'interlocuteur, au Japon, lors de négociations, n'est pas à interpréter comme un signe négatif...bien au contraire !

Aquitaine au sein du Pavillon France (détails en annexe). **L'opportunité de se développer ou de renforcer leur présence sur le ce marché à fort potentiel**, comme l'explique Vanessa Fraisse, Responsable Grands comptes Export chez [Gozoki Douceurs](#) : *nous participons à ce salon avec pour objectif de renforcer notre présence sur le marché asiatique en proposant des biscuits et pâtisseries de haute qualité, alliant tradition et innovation. Nos produits sont conçus pour répondre aux attentes spécifiques des consommateurs asiatiques tout en respectant des standards rigoureux de qualité. Avec des ambitions fortes de croissance, nous croyons fermement au potentiel de ce marché et sommes convaincus que le Foodex 2025 sera une opportunité essentielle pour rencontrer des partenaires, développer notre réseau et explorer de nouvelles perspectives commerciales. Nous attendons de cet événement qu'il nous permette d'étendre notre offre en Asie et d'augmenter notre part de marché.*

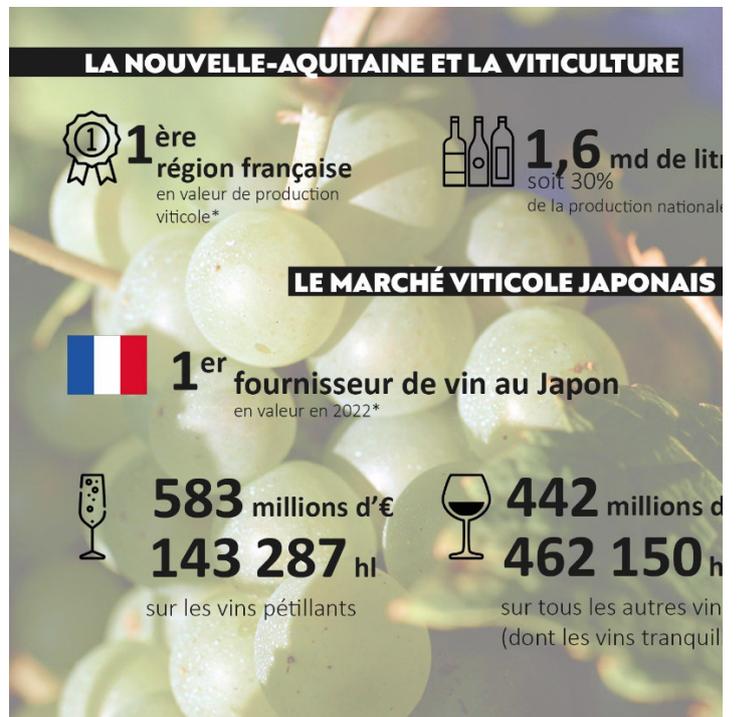
Nicolas Correia Responsable des ventes Export de [Roucadil](#) avance des raisons similaires quant à leur participation : *« Nous serons présents au Foodex cette année, car nous considérons le marché japonais très intéressant. Il s'agit d'un marché mature pour nos produits et l'image des produits français est bien mise ne valeur. Notre choix s'est porté sur cet événement professionnel d'une part pour créer de nouveaux contacts, notamment avec des importateurs pour développer de nouveaux réseaux de distribution, et d'autre part, pour l'expansion d'un marché déjà existant en trouvant de nouveaux débouchés. »*

#### **4 entreprises viticoles représenteront la Nouvelle-Aquitaine lors de ProWine Tokyo**

La 2<sup>e</sup> édition de ProWine Tokyo aura lieu du 15 au 17 avril 2025, au Tokyo Big Sight.

Pour ce jeune événement, **l'AANA y accompagnera pour la 1<sup>ère</sup> fois 4 entreprises de vins et spiritueux** sous la bannière commune « Nouvelle-Aquitaine » (détails en annexe).

**La France étant le 1<sup>er</sup> fournisseur en vin (en valeur) du Japon en 2022** et la Nouvelle-Aquitaine bénéficiant d'une production riche et de qualité dans ce secteur, les entreprises misent sur ce salon qui a réuni plus de 50 000 visiteurs pour sa 1<sup>ère</sup> édition en 2024.



*« Actuellement, le marché chinois est un peu saturé avec des stocks que les importateurs ont des difficultés à écouler »* commente Marie-Dominique Saint-Martin, Responsable Export des [Vignerons Uni-Médoc](#), avant de poursuivre : *« le Japon est un marché qui offre des perspectives de développement. Accroître notre présence actuellement est une évidence pour nous afin de développer avec nos partenaires existants et créer de nouveaux partenariats. D'autant plus que le marché japonais en pleine expansion et tout particulièrement adapté à nos vins de qualité en AOC Médoc et Haut-Médoc. Nous aimerions même y présenter une de nos nouveautés : notre 1<sup>ère</sup> boisson à base de vin rouge 100% merlot et de chanvre planté près de ses vignes. Le CBD est légal au Japon à condition qu'il ne contienne pas de THC. Cependant, l'importation de produits à base de CBD est soumise à des réglementations strictes. »*

Contrairement à l'année précédente, la [Cave du Marmandais](#) a fait l'impasse de participer au Foodex pour favoriser leur présence sur ce salon spécialisé tout récent, comme le présente Franck De Paepe : *« Ayant participé à un Foodex Japan très fréquenté en 2024, nous voulons essayer ProWine Tokyo 2025 car ce salon cible plus d'importateurs et distributeurs spécialisés dans les boissons »*. Il ajoute : *« Nous sommes*

sur le marché japonais depuis plus de 10 ans années mais le changement du paysage économique, du comportement d'achat explique que notre présence s'impose pour répondre davantage à ces changements ».



Tout le programme de nos salons, nos événements,  
et bien plus encore : [lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr](http://lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr)

### Contact presse

Marie Lacour-Darribère

06.32.58.73.97

[m.darribere@aana.fr](mailto:m.darribere@aana.fr)

### À propos de l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA)

L'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA) est une agence régionale qui agit pour la qualité et la valorisation des produits agricoles et agroalimentaires régionaux. Notre engagement s'appuie sur l'action collective afin de faire rayonner les savoir-faire de Nouvelle-Aquitaine et contribuer à créer de la valeur sur nos territoires.

Plus d'infos : [Fiche d'identité de l'AANA](#)

### Détails des entreprises présentes au Foodex Japan

[GOZOKI DOUCEURS](#) (47)

[PANACEA](#) (47)

[ROUCADIL](#) (47)

[BORDEAUX FAMILIES](#) (33)

[EUROVINS SARL](#) (33)

[MAISON GINESTET](#) (33)

[PRODUCTA VIGNOBLES](#) (33)

### Détails des entreprises présentes à ProWine Tokyo

[COULEURS D'AQUITAINE](#) (24)

[FAMILLE DUBOIS DISTRIBUTION](#) (33)

[CAVE DU MARMANDAIS](#) (47)

[VIGNERONS UNI-MEDOC](#) (33)