vinetur

La Thaïlande met fin au monopole d’importation pour le vin

Ce changement pourrait faire baisser les prix et intensifier la concurrence sur l’un des principaux marchés touristiques d’Asie du Sud-Est

vendredi 8 mai 2026



La Thaïlande a décidé d’ouvrir son marché du vin en mettant fin à une règle de longue date qui imposait un importateur unique autorisé pour chaque marque de vin, une évolution susceptible de rebattre les cartes en matière de prix, de concurrence et de distribution dans l’une des économies touristiques les plus surveillées d’Asie du Sud-

Est.

Le ministère des Finances a publié le règlement ministériel sur l'importation des boissons alcoolisées (n° 3) 2026 le 27 mars, et le département des accises a ensuite diffusé sa première notification exemptant le vin issu du raisin et le vin mousseux de l'obligation de recourir à un agent unique. Pour la première fois, plusieurs importateurs peuvent acheminer et distribuer les mêmes marques de vin en Thaïlande sans passer par un représentant local exclusif.

Cette mesure ne s'applique pas à tous les produits. La bière, la tequila, les spiritueux et les autres boissons alcoolisées restent pour l'instant soumis à la règle de l'agent unique, et les entreprises qui demandent une licence d'importateur pour ces produits doivent toujours fournir la preuve d'une distribution exclusive accordée par le fabricant ou le propriétaire de la marque. Les autorités ont indiqué que l'exemption accordée au vin pourrait être étendue ultérieurement à d'autres catégories par le biais de notifications supplémentaires.

Pornchai Thirawet, directeur général du département des accises, a expliqué que le vin avait été choisi comme première catégorie parce que la politique y est plus simple à mettre en œuvre et parce que les prix du vin domestique restent élevés. Le gouvernement s'attend à ce qu'une concurrence accrue fasse baisser les prix et rende le vin importé plus accessible aux consommateurs thaïlandais.

Cette réforme s'inscrit aussi dans l'effort plus large de la Thaïlande pour renforcer sa position de hub touristique régional. Le vin occupe une place croissante dans les secteurs de la restauration, de l'hôtellerie et du commerce de détail du pays, en particulier à Bangkok, Phuket, Chiang Mai et dans d'autres destinations fréquentées par les visiteurs internationaux. L'abaissement des barrières à l'entrée pourrait élargir l'offre et donner aux importateurs davantage de marge pour rivaliser sur les prix et la sélection.

Dans le système précédent, un importateur désigné était chargé de gérer une marque depuis son importation jusqu'à sa vente finale. Cette structure offrait aux régulateurs une ligne claire de responsabilité pour les conditions de stockage, de transport et de distribution, notamment le contrôle de la température, l'exposition à la lumière et la

gestion de l’humidité, autant d’éléments susceptibles d’affecter la qualité du vin. Désormais, avec plusieurs importateurs pouvant traiter la même marque, cette responsabilité est répartie entre plusieurs entreprises plutôt que concentrée entre les mains d’un seul agent.

Les acteurs du secteur estiment que ce changement crée à la fois des opportunités et des risques. Les consommateurs pourraient bénéficier de prix plus bas et d’une disponibilité accrue, mais les importateurs qui détenaient jusque-là des droits exclusifs pourraient faire face à des marges plus serrées et à une concurrence plus forte pour obtenir des linéaires et des placements en restauration. L’absence d’un importateur unique responsable soulève aussi des questions sur la constance avec laquelle l’intégrité des produits sera maintenue tout au long des différentes chaînes d’approvisionnement.

Des inquiétudes existent également quant au respect du cadre réglementaire prévu par l’Alcoholic Beverage Control Act of 2008 en Thaïlande, qui impose des limites strictes à la publicité et à la promotion. Si un importateur enfreint ces règles au moyen d’une campagne ou d’une promotion illégale, les autres importateurs commercialisant la même marque pourraient subir un préjudice réputationnel même s’ils n’ont pas participé à l’infraction. Ce risque partagé n’existait pas dans les mêmes termes avec le modèle de l’agent unique, lorsqu’une seule entreprise contrôlait le marketing pour chaque étiquette.

Le nouveau dispositif pourrait aussi accentuer la pression sur les douaniers et les régulateurs du marché afin de détecter les contrefaçons, les importations parallèles non autorisées et les mauvaises pratiques de manutention. À mesure que davantage d’entreprises entreront sur les mêmes circuits de marque, l’application des règles dépendra probablement de systèmes de traçabilité renforcés et d’un contrôle plus étroit dans les ports, les entrepôts et les points de vente.

Des juristes et conseillers commerciaux estiment que les importateurs devraient examiner leurs protections en matière de marques, leurs outils d’authentification et leurs contrôles logistiques avant de se développer dans le cadre des nouvelles règles. Les entreprises qui opéraient auparavant comme agents uniques devraient s’adapter rapidement à mesure que le marché thaïlandais du vin devient plus ouvert et plus

concurrentiel.