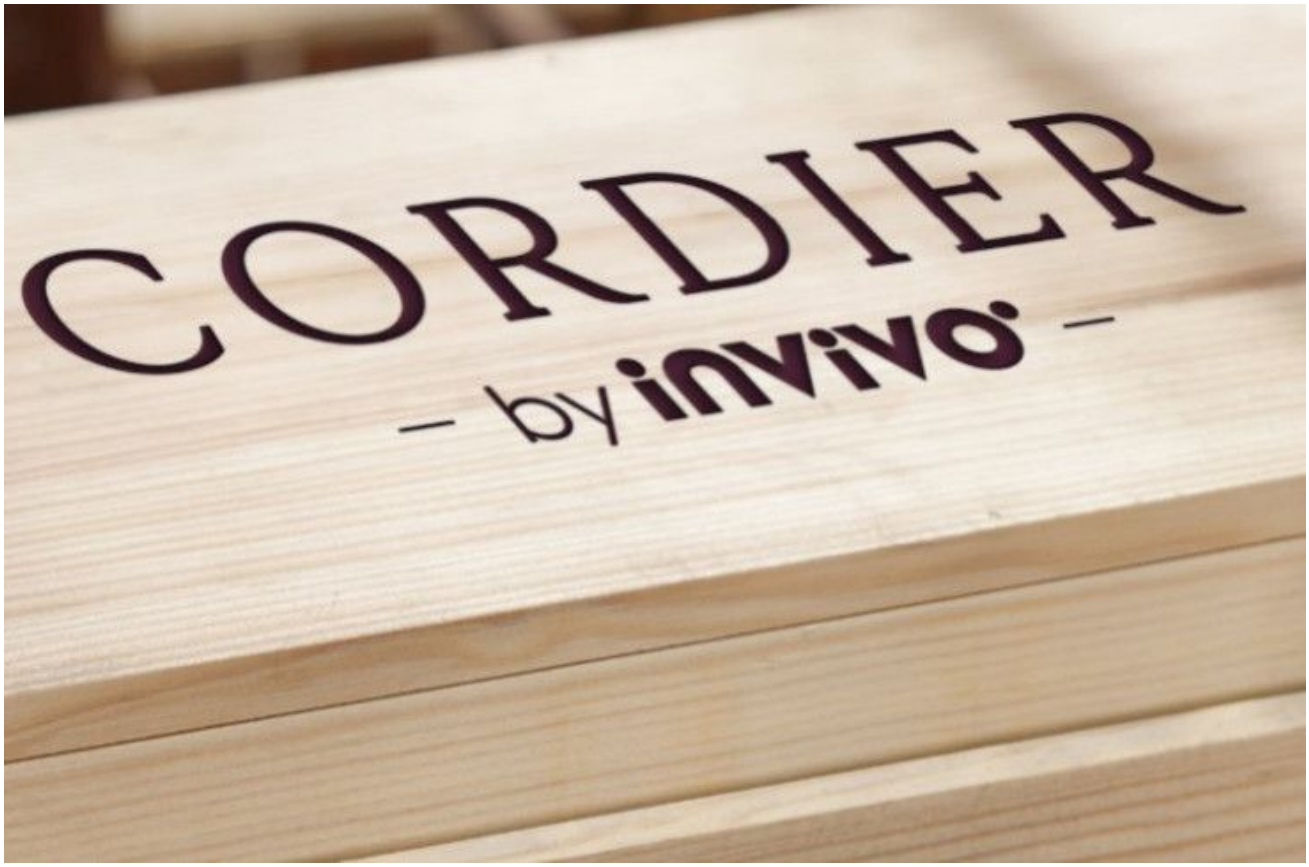
vinetur

AdVini compra parte de Cordier y acelera su salto internacional

La operación le abre el mercado de los espumosos y eleva su facturación prevista en hasta 50 millones de euros

lunes 11 de mayo de 2026



El grupo vitivinícola francés AdVini ha cerrado la compra de una parte de las actividades de Cordier by InVivo, en una operación que refuerza su presencia en exportación y le abre la puerta al mercado de los vinos espumosos. El acuerdo entró en vigor el 30 de abril y afecta a las marcas Cordier y Café de Paris, además de a equipos, activos industriales y parte de la estructura comercial del grupo bordelés.

Según la información difundida por Le Journal des Entreprises, Cordier by InVivo aporta 1,8 millones de euros en caja y 9,7 millones en activos vinculados a esas marcas, lo que sitúa el valor total de la operación en torno a 11,5 millones de euros. A cambio, InVivo pasa a controlar cerca del 7,8% del capital de AdVini y su director general, Thierry Blandinières, entra en el consejo de administración del grupo con sede en Saint-Félix-de-Lodez, en Hérault.

La operación incluye también el traspaso de unas 80 personas y de la planta de Saint-André-de-Cubzac, en Gironda, que se suma a los siete centros de embotellado que ya tenía AdVini. Con esta integración, el grupo calcula que su facturación aumentará entre 40 y 50 millones de euros.

Tras desprenderse de Cordier, InVivo ha rebautizado su filial vinícola como Vinadeis by InVivo desde este mes de mayo. La nueva denominación agrupa diez bodegas cooperativas asociadas y unos 4.100 viticultores repartidos por el sur de Francia y el valle del Ródano. Entre sus marcas figuran Mythique y Bonne Nouvelle.

Antoine Leccia, consejero delegado de AdVini, ha explicado que la operación responde a una estrategia centrada en reforzar la distribución fuera de Francia. El grupo ya cuenta con oficinas comerciales en varios países y suma ahora equipos en Países Bajos, Bélgica, Japón, Canadá y Estados Unidos. La exportación representa el 60% de su facturación y la empresa aspira a elevar ese peso hasta el 70%.

AdVini también ve una oportunidad en Café de Paris para entrar con más fuerza en los vinos espumosos. La marca ya está presente en Japón, Estados Unidos y Suiza. La compañía estudia además usar la planta girondina para desarrollar vino sin alcohol, un segmento todavía pequeño pero con margen para crecer en varios mercados.

La compra encaja con una línea que AdVini mantiene desde hace años: controlar buena parte del proceso, desde la viña hasta la venta. El grupo posee cinco châteaux en Burdeos, cerca de 200 hectáreas en esa zona y una actividad de negociación con la marca Jules Lebègue. También opera en Sudáfrica y mantiene una red comercial internacional que quiere ampliar.

En paralelo a esta operación, AdVini sigue apostando por otras vías ligadas al vino. El grupo impulsa el enoturismo en sus dominios, ha creado Prodégustation, una escuela de cata que reunió a 13.000 alumnos en 2025, y desarrolla formación digital para sus empleados.