vinetur

Trivento centra su boletín en el vínculo entre sus vinos y la mesa

También recopila menciones en medios de Argentina y Estados Unidos sobre etiquetas, su enóloga y enoturismo

miércoles 9 de septiembre de 2026



Trivento, bodega con sede en Maipú, Mendoza, distribuyó este miércoles, 9 de septiembre, su boletín de septiembre con un mensaje centrado en dos líneas: la relación entre sus vinos y la mesa, y la recopilación de menciones recibidas durante agosto en medios de Argentina y Estados Unidos.

La apertura del envío está dedicada a Malbec de Fuego, una etiqueta que la propia firma presenta como “el aliado de las brasas”. En esa pieza, la bodega fija una idea sencilla y comercial: hay vinos que acompañan una comida y otros que parecen

pensados para ella, y sitúa a Malbec de Fuego en ese segundo grupo. La elección del término “brasas” vincula el producto con el consumo junto a carnes y cocina a la parrilla, una asociación muy habitual en la imagen del vino argentino.

El otro contenido propio del boletín gira en torno al Cabernet Sauvignon. Trivento lo presenta como una variedad que encuentra su carácter en Mendoza, con el foco puesto en el vínculo entre la uva y su origen. Esa referencia encaja con una línea habitual en el sector: asociar cada vino a un territorio concreto para reforzar su identidad y su posicionamiento ante el consumidor.

Junto a esos contenidos, la bodega reúne varias apariciones recientes en prensa y radio. La primera de ellas corresponde al 31 de agosto, cuando Forbes Argentina publicó una entrevista de Florencia Radici a Marcos Jofré. En esa conversación, Jofré afirma que Trivento Reserve Malbec es “el SKU más vendido en Inglaterra”. La frase sitúa el protagonismo en una referencia concreta del catálogo y en su recorrido comercial en el mercado británico.

La selección incluye también una recomendación publicada el 24 de agosto por Wine Spectator en Estados Unidos. En ese caso, Aaron Romano pone el foco en Trivento Golden Reserve Cabernet Franc 2022. La mención aporta visibilidad a otra de las variedades con las que trabaja la casa mendocina y la sitúa en un circuito de prescripción especializado, donde la recomendación de una etiqueta suele tener efecto en distribución, restauración y venta al público.

En el apartado dedicado a perfiles profesionales, Trivento recoge una entrevista publicada el 14 de agosto por Mujeres Líderes sobre Magdalena Viani, enóloga de la bodega. El medio resume su visión con tres ideas: dedicación, aprendizaje y búsqueda constante. La presencia de Viani en ese espacio da cabida a una parte del relato corporativo que va más allá del producto y se centra en las personas que intervienen en la elaboración del vino.

El boletín incorpora además una referencia del 3 de agosto en PIP sobre Casa Drummond, que obtuvo el Oro en Arquitectura y Paisaje en los Best of Wine Tourism. La inclusión de esa información amplía el alcance del mensaje de la empresa, que no se limita a las botellas y suma también el valor de sus espacios y de su propuesta ligada

al enoturismo. En este tipo de reconocimientos, la arquitectura, el paisaje y la experiencia del visitante pesan tanto como la oferta de vinos.

La última mención reunida por Trivento corresponde al 21 de agosto, cuando Radio Mitre difundió una pieza de Fabricio Portelli sobre el recorrido de la bodega en su 30 aniversario. Con ello, la empresa enlaza la actualidad comercial y de marca con una fecha interna de peso para su trayectoria. La firma se identifica en sus comunicaciones como Trivento Bodegas y Viñedos S.A. y sitúa su base en Ruta 60 y Canal Pescara, en Maipú, dentro de la provincia de Mendoza.