vinetur

AdVini negocia la compra de Bonne Nouvelle y Mythique a Vinadeis

La operación, valorada con acciones, refuerza su apuesta por los vinos sin alcohol y la exportación.

viernes 13 de noviembre de 2026



AdVini ha abierto negociaciones exclusivas con Vinadeis by InVivo para comprar las marcas Bonne Nouvelle y Mythique, junto con las actividades, existencias y equipos vinculados a ambas. La compañía francesa lo comunicó este jueves, 12 de noviembre,

a través de GlobeNewswire, en una operación que prolonga el acercamiento iniciado entre los dos grupos este año.

Las dos marcas suman unas ventas anuales de alrededor de 14 millones de euros. Bonne Nouvelle opera en el segmento de los vinos sin alcohol y AdVini la sitúa como líder en Francia desde hace más de 30 años. Mythique, por su parte, es una marca de vinos de Occitania con buena parte de sus ventas fuera del mercado francés.

El proyecto llega después de otra operación cerrada el pasado 30 de abril, cuando AdVini completó la compra a Cordier by InVivo, renombrada después como Vinadeis, de una parte de las actividades vitivinícolas de su división de vino. Tras esa transacción, Vinadeis by InVivo pasó a tener el 7,92% del capital de AdVini.

Ahora, ambas partes prevén una fórmula de pago basada en acciones. El acuerdo de exclusividad contempla que la operación se abone íntegramente con la entrega de 112.216 acciones propias de AdVini, valoradas para esta compra en 35,20 euros por título. A ese perímetro se añadirían las existencias ligadas a las actividades transferidas, cuyo traspaso sí se pagaría en efectivo.

La operación también incluye el traslado de los trabajadores dedicados a esas actividades. Además, está previsto proponer a Thierry Blandinières, director general del grupo InVivo y de Vinadeis by InVivo, como consejero de AdVini en la junta general anual que aprobará las cuentas del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2026. Si esa designación sale adelante y los órganos sociales competentes la validan, también podría asumir la presidencia del comité estratégico de AdVini. El consejo de administración de la compradora ya ha dado su visto bueno al conjunto del proyecto.

El calendario que manejan las empresas sitúa la firma de la documentación definitiva y el cierre de la operación en febrero de 2027. Antes deberá concluir el proceso de información y consulta con los representantes de los trabajadores afectados, así como la recogida de sus opiniones.

Para AdVini, la compra tendría un doble efecto. Por un lado, ampliaría su presencia en el negocio de los vinos sin alcohol, un segmento que la empresa considera al alza tanto en Francia como en exportación. Por otro, reforzaría su cartera de marcas de Occitania

con peso fuera del mercado doméstico. La compañía recuerda que el 67% de sus vinos se comercializa en el exterior.

Antoine Leccia, presidente del consejo de administración de AdVini, vinculó la operación a la situación que atraviesa el vino. Afirmó que el sector sufre causas de carácter estructural, entre ellas el tamaño limitado de muchas empresas en exportación y la menor demanda de vinos tintos no premium en varios países, incluida China. Su respuesta, añadió, pasa por una presencia más próxima a los mercados, una segmentación más afinada de la oferta y la anticipación de las preferencias de nuevas generaciones de consumidores, entre las que situó los productos sin alcohol o de baja graduación.

Leccia enmarcó también esta compra en la estrategia seguida tras la adquisición de Café de Paris, cerrada en mayo, una empresa de espumosos y especialista en vinos sin alcohol y aromatizados. A su juicio, la entrada de Bonne Nouvelle y Mythique reforzaría el portafolio de AdVini, mientras que InVivo elevaría su participación en el capital y aportaría experiencia internacional al grupo.

Thierry Blandinières sostuvo, por su parte, que la caída del consumo en los últimos años y el efecto del cambio climático sobre la producción obligan a los operadores a ganar tamaño, agilidad y capacidad de innovación. En su planteamiento, la aportación de nuevos activos a AdVini y el apoyo de InVivo deben servir para mejorar su posición en varios mercados, asegurar aprovisionamientos de vino a granel y dar más peso a la empresa dentro del sector francés.

Si la operación se cierra en los términos anunciados, el mercado del vino en Francia avanzará un paso más en la concentración empresarial. También daría más peso a AdVini en dos áreas con especial interés para el negocio de las bebidas: los vinos sin alcohol y las marcas enfocadas a la exportación, en un momento en el que muchas bodegas buscan ajustar su oferta a nuevos hábitos de consumo.

AdVini, fundada en 1872, desarrolla actividad en Francia y Sudáfrica y reúne marcas como Café de Paris y Artis, además de varias bodegas en distintas denominaciones francesas. InVivo, matriz de Vinadeis, es uno de los mayores grupos agrícolas europeos, con una facturación de 11.400 millones de euros, 15.000 empleados,

presencia en 38 países y 90 centros industriales, 54 de ellos en Francia.