vinetur

AdVini entre en négociations exclusives pour acquérir Bonne Nouvelle et Mythique

L’opération, rémunérée en actions, représenterait environ 14 millions d’euros de ventes annuelles et renforcerait la présence d’AdVini dans le vin sans alcool

vendredi 13 novembre 2026



Le groupe viticole français AdVini a annoncé jeudi 12 novembre être entré en négociations exclusives avec Vinadeis by InVivo en vue d'acquérir les marques de vin Bonne Nouvelle et Mythique. Cette opération prolongerait le partenariat stratégique engagé par les deux entreprises plus tôt en 2026 et renforcerait la présence d'AdVini dans le segment en plein essor du vin sans alcool.

Selon un communiqué de l'entreprise diffusé par GlobeNewswire, le projet couvre les deux marques, les activités commerciales et les stocks associés, ainsi que les équipes qui leur sont dédiées. AdVini a indiqué que les marques réalisaient environ 14 millions d'euros de ventes annuelles.

Bonne Nouvelle est présentée comme une marque leader du vin sans alcool en France, tandis que Mythique est une marque d'Occitanie tournée vers l'export. Si elle aboutit, l'opération renforcerait la position d'AdVini dans un segment qui suscite un intérêt croissant, alors que la consommation de vin traditionnel est sous pression. Elle pourrait aussi contribuer à la consolidation en cours dans la filière viticole française, notamment parmi les producteurs qui cherchent à atteindre une taille critique sur les marchés d'exportation et à élargir leur offre au-delà des catégories de vins conventionnelles.

AdVini a indiqué que les deux parties envisageaient une opération intégralement rémunérée par la remise de 112 216 actions autodétenues d'AdVini, valorisées à 35,20 euros chacune pour les besoins de l'opération. La part de la contrepartie versée en actions s'élèverait ainsi à environ 3,95 millions d'euros. Les stocks associés seraient transférés dans le cadre d'un paiement en numéraire distinct, a précisé l'entreprise.

Les entreprises prévoient de signer la documentation définitive et de finaliser l'opération en février 2027, sous réserve notamment de l'achèvement des procédures d'information et de consultation des instances représentatives du personnel et du recueil de leurs avis. AdVini a indiqué que son conseil d'administration avait déjà approuvé l'opération dans son ensemble.

Le projet d'acquisition fait suite à une étape précédente dans les relations entre les deux groupes. Le 30 avril, AdVini a finalisé l'acquisition d'une partie des activités viticoles de Cordier by InVivo, depuis rebaptisé Vinadeis. À l'issue de cette opération, Vinadeis by InVivo détenait 7,92 % du capital d'AdVini, a indiqué l'entreprise.

Avec le dernier projet en date, InVivo renforcerait ses liens avec AdVini, non seulement par le transfert de marques et d'actifs, mais aussi au niveau de la gouvernance. AdVini a indiqué qu'elle proposerait la nomination de Vinadeis by InVivo, représentée par le directeur général d'InVivo, Thierry Blandinières, au conseil d'administration d'AdVini lors de l'assemblée générale annuelle appelée à approuver les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2026. Sous réserve de cette nomination et d'autres autorisations des organes sociaux, Blandinières pourrait également présider le comité stratégique d'AdVini.

L'annonce éclaire davantage la manière dont AdVini entend faire face à une période difficile pour la filière viticole. Dans son communiqué, l'entreprise a évoqué les problèmes structurels du secteur, notamment la taille limitée de certains exportateurs sur certains marchés et la baisse de la demande de vins rouges non haut de gamme dans des pays comme la Chine. AdVini a également déclaré chercher à se rapprocher des consommateurs, à affiner la segmentation de ses produits et son marketing, et à anticiper la demande des jeunes consommateurs, notamment leur intérêt pour les vins peu ou pas alcoolisés.

Ce contexte permet de mieux comprendre l'importance de Bonne Nouvelle en particulier. La catégorie des boissons sans alcool et à faible teneur en alcool est devenue un axe d'investissement majeur pour l'ensemble du secteur des boissons, les producteurs de vin, de bière et de spiritueux cherchant des relais de croissance au-delà des habitudes de consommation traditionnelles. Pour AdVini, l'ajout d'une marque de vin sans alcool bien établie pourrait renforcer sa position dans un segment en expansion en France et à l'étranger, tout en lui apportant une gamme susceptible de bien se vendre sur les marchés d'exportation. AdVini a indiqué que 67 % de ses vins étaient vendus à l'international.

Mythique remplirait une fonction différente. AdVini a indiqué que la marque était pionnière des vins d'Occitanie et réalisait la majeure partie de ses ventes à l'étranger. Elle viendrait compléter le portefeuille de marques régionales françaises du groupe et pourrait renforcer sa présence sur des marchés où les marques françaises fondées sur les appellations et les terroirs restent importantes.

InVivo, l’un des plus grands groupes agricoles d’Europe, a présenté le projet comme un volet d’un effort plus vaste visant à donner aux entreprises viticoles davantage de taille, d’agilité et de capacité d’innovation dans un contexte de tensions économiques, géopolitiques et climatiques. L’entreprise a indiqué que le secteur était confronté au recul de la consommation et aux effets du changement climatique sur la production, des pressions qui contraignent les producteurs à repenser leurs approvisionnements comme leur stratégie commerciale.

AdVini a déclaré que son partenariat avec InVivo pourrait également l’aider à sécuriser ses approvisionnements en vins en vrac et à renforcer ses capacités à l’international. Cet enjeu est important sur un marché où les producteurs de taille intermédiaire subissent des pressions pour accroître leur pouvoir de négociation, répartir leurs coûts et préserver leur accès aux réseaux de distribution à l’étranger.

Fondé en 1872, AdVini se présente comme un groupe viticole international implanté en France et en Afrique du Sud. Son portefeuille comprend des domaines viticoles et des marques de vin dans plusieurs régions françaises, ainsi que des vins effervescents et des produits sans alcool. InVivo a indiqué être présent dans 38 pays, compter 90 sites industriels et exercer des activités majeures dans le négoce de céréales, l’agriculture, l’alimentation et le vin.

Pour l’heure, l’acquisition envisagée en est toujours au stade des négociations. Mais si elle se concrétise en février 2027 comme prévu, elle marquera une nouvelle étape dans la recomposition de la filière viticole française, où les producteurs cherchent à bâtir des plateformes de plus grande envergure, à renforcer leurs marques et à se positionner sur des catégories susceptibles de mieux résister à l’évolution des habitudes de consommation.