vinetur

Fecovita décroche une commande de quatre conteneurs de vin pour l’Australie et le Royaume-Uni après un salon à Mendoza

ProMendoza indique qu’un acheteur en ligne recherchait des vins de cépage accessibles pour les jeunes consommateurs et a confirmé sa commande en deux semaines

lundi 16 novembre 2026



Le groupe coopératif viticole argentin Fecovita a décroché de nouveaux débouchés à l'exportation au Japon, en Australie et au Royaume-Uni à la suite de contacts noués lors de Vinexpo Explorer Mendoza 2025, selon un communiqué publié le 13 novembre par ProMendoza, l'agence public-privé chargée de promouvoir les exportations de la province de Mendoza.

Le résultat commercial le plus concret communiqué par l'agence est une commande passée par un importateur australien et britannique qui vend en ligne. Selon ProMendoza, l'acheteur a commandé quatre conteneurs de vin de 40 pieds, dont deux à destination de l'Australie et deux du Royaume-Uni. Le communiqué ne précise pas l'identité de l'importateur, la valeur du contrat ni le nombre de litres ou de bouteilles contenus dans les conteneurs.

Fecovita a indiqué que l’acheteur recherchait des vins de cépage accessibles, à forte rotation et destinés aux jeunes consommateurs. Selon l’entreprise, l’importateur est arrivé à Mendoza avec un cahier des charges précis portant sur le profil des vins, la gamme de prix et ses préférences en matière d’étiquetage. Hernán Olivera, responsable des exportations de Fecovita pour l’Asie, l’Afrique et l’Océanie, a précisé que l’acheteur avait confirmé la commande environ deux semaines après son retour de l’événement.

L’entreprise et ProMendoza ont présenté ces opérations comme la preuve que les rencontres commerciales en personne peuvent déboucher sur des contrats après un processus d’exportation plus long, comprenant des dégustations, des négociations et l’établissement d’une relation de confiance entre acheteurs et vendeurs de différents pays. ProMendoza a indiqué que plusieurs exportations de vin étaient concernées et que, dans au moins deux cas, les premières ventes avaient été suivies de nouvelles commandes. L’agence n’a publié ni calendrier d’expédition ni dates de signature des contrats.

Le communiqué fait également état d’exportations vers le Japon, mais fournit beaucoup moins de détails. ProMendoza a indiqué que Fecovita avait conclu des opérations avec des importateurs japonais après l’événement organisé à Mendoza, sans toutefois chiffrer ces ventes en conteneurs, en bouteilles ou en chiffre d’affaires. La commande destinée à l’Australie et au Royaume-Uni est donc la seule transaction du communiqué dont le volume est précisé.

Fecovita, abréviation de Federación Argentina de Cooperativas Vitivinícolas (Fédération argentine des coopératives viticoles), indique sur son site Internet regrouper 29 coopératives de Mendoza et commercialiser la production de son réseau coopératif. Le site ne date pas ce chiffre. L’entreprise est l’un des plus grands groupes viticoles coopératifs d’Argentine, et le cas mis en avant par ProMendoza concerne un débouché concret à l’exportation pour des vins de cépage à prix abordable plutôt que des cuvées haut de gamme.

Cette distinction est importante, car le communiqué est une communication promotionnelle de l’organisateur du salon, et non un rapport général sur le secteur. Les informations font état d’un résultat à l’exportation pour une entreprise, avec des commandes quantifiées, mais ne permettent pas de conclure à une reprise plus générale des exportations de vin argentin. Aucun chiffre antérieur comparable pour Fecovita n’a été fourni, et le communiqué ne contenait pas de données en glissement annuel.

Selon ProMendoza, environ 70 % des acheteurs ayant participé à Vinexpo Explorer ne connaissaient pas Mendoza avant leur déplacement. L’agence estime que faire venir les importateurs dans la province permet aux caves de passer plus rapidement des premiers échanges à des négociations concrètes : les acheteurs peuvent déguster les vins, découvrir les installations de production et rencontrer les producteurs en personne, sans que les entreprises aient à se déplacer à l’étranger pour plusieurs séries de rendez-vous.

Pour le Japon, le communiqué évoque des perspectives commerciales plus larges que le seul vin. Il cite Iván Acuña, homme d’affaires argentin installé au Japon depuis 18 ans et fondateur de Biosophy Co., importateur et distributeur de produits argentins. Selon ProMendoza, son portefeuille comprend du vin, du maté, du miel et du gin. Iván Acuña a déclaré que le marché japonais pourrait offrir de meilleures perspectives de croissance au vin argentin après l’autorisation récente par le Japon des importations de viande bovine en provenance de toute l’Argentine. Il a également évoqué une demande potentielle au Japon pour les fruits à coque, les aliments déshydratés, l’ail, les épices et l’origan, laissant entendre que le vin pourrait profiter d’une promotion plus large des produits alimentaires argentins dans les circuits de distribution spécialisés.