vinetur

AdVini avvia trattative esclusive per l’acquisto di Bonne Nouvelle e Mythique

L’operazione in azioni porterebbe circa 14 milioni di euro di vendite annue e rafforzerebbe la presenza di AdVini nei vini senza alcol

venerdì 13 novembre 2026



Il gruppo vinicolo francese AdVini ha annunciato giovedì 12 novembre di aver avviato trattative esclusive con Vinadeis by InVivo per acquistare i marchi vinicoli Bonne Nouvelle e Mythique. L’operazione estenderebbe la partnership strategica avviata dalle

due società all’inizio del 2026 e rafforzerebbe ulteriormente la presenza di AdVini nel segmento dei vini senza alcol, in forte crescita.

Secondo una nota diffusa dalla società tramite GlobeNewswire, l’accordo proposto comprende i due marchi, le relative attività commerciali e le scorte, oltre ai team che se ne occupano. AdVini ha dichiarato che i marchi generano vendite annue per circa 14 milioni di euro.

Bonne Nouvelle è uno dei principali marchi francesi di vino senza alcol, mentre Mythique è un’etichetta dell’Occitania orientata all’export. Se portata a termine, l’operazione rafforzerebbe la presenza di AdVini in un segmento che sta attirando crescente attenzione, mentre i consumi di vino tradizionale sono sotto pressione. Potrebbe inoltre contribuire al consolidamento in corso nel settore vinicolo francese, in particolare tra i produttori che puntano a raggiungere maggiori dimensioni sui mercati esteri e ad ampliare la propria offerta oltre le categorie vinicole tradizionali.

AdVini ha dichiarato che le due parti stanno valutando un’operazione interamente regolata con 112.216 azioni proprie di AdVini, valorizzate a 35,20 euro ciascuna ai fini dell’accordo. La componente del corrispettivo in azioni ammonterebbe quindi a circa 3,95 milioni di euro. Le scorte associate sarebbero trasferite con un pagamento in contanti separato, ha precisato la società.

Le società prevedono di firmare la documentazione definitiva e concludere l’operazione nel febbraio 2027, subordinatamente in particolare al completamento delle procedure di informazione e consultazione degli organismi di rappresentanza dei lavoratori e alla raccolta dei loro pareri. AdVini ha dichiarato che il consiglio di amministrazione ha già approvato l’operazione nel suo complesso.

L’acquisto previsto fa seguito a una tappa precedente nei rapporti tra i due gruppi. Il 30 aprile AdVini ha completato l’acquisizione di una parte delle attività vinicole di Cordier by InVivo, da allora ribattezzata Vinadeis. A seguito dell’operazione, Vinadeis by InVivo deteneva una partecipazione del 7,92% nel capitale sociale di AdVini, ha dichiarato la società.

In base al piano più recente, InVivo rafforzerebbe i propri legami con AdVini non solo attraverso il trasferimento di marchi e attività, ma anche sul piano della governance. AdVini ha dichiarato che proporrà la nomina di Vinadeis by InVivo, rappresentata dall'amministratore delegato di InVivo Thierry Blandinières, nel consiglio di amministrazione di AdVini in occasione dell'assemblea annuale degli azionisti chiamata ad approvare il bilancio dell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2026. Se la nomina e le altre approvazioni societarie andranno a buon fine, Blandinières potrebbe anche presiedere il comitato strategico di AdVini.

L'annuncio chiarisce meglio come AdVini intenda reagire a una fase difficile per il settore vinicolo. Nella nota, la società ha richiamato alcuni problemi strutturali del comparto, tra cui le dimensioni limitate degli esportatori in alcuni mercati e la flessione della domanda di vini rossi non di fascia alta in paesi come la Cina. AdVini ha inoltre dichiarato di voler avvicinarsi ai consumatori, affinare la segmentazione dei prodotti e le strategie di marketing e anticipare la domanda dei consumatori più giovani, compreso l'interesse per i vini a basso o nullo contenuto alcolico.

Questo contesto aiuta a spiegare l'importanza di Bonne Nouvelle in particolare. I vini senza alcol e a basso contenuto alcolico sono diventati un'area d'investimento strategica per l'intero settore delle bevande, con i produttori di vino, birra e distillati alla ricerca di opportunità di crescita al di fuori dei modelli di consumo tradizionali. Per AdVini, aggiungere un marchio di lunga tradizione di vino senza alcol potrebbe rafforzare la propria posizione in un segmento in espansione in Francia e all'estero e aggiungere una linea di prodotti adatta anche ai mercati export. AdVini ha dichiarato che il 67% dei suoi vini viene venduto sui mercati internazionali.

Mythique avrebbe una funzione diversa. AdVini ha dichiarato che il marchio è un pioniere dei vini dell'Occitania e realizza la maggior parte delle vendite all'estero. Andrebbe così a integrare il portafoglio di etichette vinicole regionali francesi del gruppo e potrebbe rafforzarne la presenza nei mercati in cui i marchi legati alle denominazioni e al terroir francesi continuano a essere importanti.

InVivo, uno dei maggiori gruppi agricoli europei, ha presentato l’accordo proposto come parte di un più ampio sforzo per dare alle imprese vinicole maggiori dimensioni, agilità e capacità d’innovazione in una fase segnata da difficoltà economiche, geopolitiche e climatiche. La società ha dichiarato che il settore deve fare i conti con il calo dei consumi e con gli effetti dei cambiamenti climatici sulla produzione, pressioni che stanno costringendo i produttori a ripensare sia l’approvvigionamento sia le strategie di mercato.

AdVini ha dichiarato che la partnership con InVivo potrebbe anche aiutarla a garantirsi forniture di vino sfuso e a rafforzare le proprie capacità sui mercati internazionali. Si tratta di un aspetto rilevante in un mercato in cui i produttori di medie dimensioni sono sotto pressione e devono aumentare il proprio potere negoziale, ripartire i costi e mantenere l’accesso ai canali di distribuzione esteri.

Fondata nel 1872, AdVini si definisce un gruppo vinicolo internazionale con attività in Francia e in Sudafrica. Il suo portafoglio comprende tenute viticole e marchi vinicoli in diverse regioni francesi, oltre a prodotti spumantizzati e senza alcol. InVivo ha dichiarato di operare in 38 paesi, con 90 siti industriali, e di essere attiva in modo significativo nel commercio di cereali, nell’agricoltura, nell’alimentare e nel vino.

Per ora, l’acquisizione proposta è ancora in fase di trattativa. Se si concluderà come previsto nel febbraio 2027, segnerà un’ulteriore tappa nella trasformazione del settore vinicolo francese, in cui i produttori cercano piattaforme più ampie, marchi più forti e una presenza nei segmenti che potrebbero risentire meno dei cambiamenti nelle abitudini di consumo.