vinetur

AdVini inicia negociações exclusivas para comprar Bonne Nouvelle e Mythique

A operação paga em ações acrescentaria cerca de 14 milhões de euros em vendas anuais e reforçaria a presença da AdVini nos vinhos sem álcool

sexta-feira, 13 de novembro de 2026



O grupo vitivinícola francês AdVini anunciou na quinta-feira, 12 de novembro, que iniciou negociações exclusivas com a Vinadeis by InVivo para comprar as marcas de vinho Bonne Nouvelle e Mythique. A operação prolongaria a parceria estratégica iniciada pelas duas empresas no início de 2026 e reforçaria a aposta da AdVini no segmento dos vinhos sem álcool, em rápido crescimento.

Segundo um comunicado da empresa divulgado através da GlobeNewswire, a proposta abrange as duas marcas, as atividades comerciais associadas, os inventários e as equipas dedicadas a estas áreas. A AdVini afirmou que as marcas geram cerca de 14 milhões de euros em vendas anuais.

A Bonne Nouvelle posiciona-se como uma das principais marcas de vinho sem álcool em França, enquanto a Mythique é uma marca da Occitanie orientada para a exportação. Se for concluída, a operação reforçará a presença da AdVini numa área do mercado que tem suscitado cada vez mais interesse, à medida que o consumo tradicional de vinho enfrenta dificuldades. Poderá também contribuir para a consolidação em curso no setor vitivinícola francês, em particular entre os produtores que procuram ganhar escala nos mercados de exportação e alargar a oferta para além das categorias convencionais de vinho.

A AdVini afirmou que as duas partes estão a ponderar uma operação paga integralmente com 112 216 ações próprias da AdVini, avaliadas em 35,20 euros cada para efeitos do negócio. A componente paga em ações ascenderia, assim, a cerca de 3,95 milhões de euros. Os inventários associados seriam transferidos mediante um pagamento em dinheiro separado, acrescentou a empresa.

As empresas preveem assinar a documentação definitiva e concluir a operação em fevereiro de 2027, sujeita, nomeadamente, à conclusão dos procedimentos de informação e consulta dos órgãos representativos dos trabalhadores e à recolha dos respetivos pareceres. A AdVini afirmou que o seu conselho de administração já aprovou a operação no seu conjunto.

A compra prevista dá continuidade a uma etapa anterior da relação entre os dois grupos. A 30 de abril, a AdVini concluiu a aquisição de parte das atividades vitivinícolas da Cordier by InVivo, entretanto rebatizada Vinadeis. Na sequência dessa operação, a

Vinadeis by InVivo passou a deter uma participação de 7,92% no capital da AdVini, segundo a empresa.

Ao abrigo do plano mais recente, a InVivo aprofundaria os laços com a AdVini não só através da transferência de marcas e ativos, mas também ao nível da governação. A AdVini afirmou que proporia a nomeação da Vinadeis by InVivo, representada pelo diretor-executivo da InVivo, Thierry Blandinières, para o conselho de administração da AdVini, na assembleia geral anual que aprovará as contas do exercício terminado a 31 de dezembro de 2026. Sujeito a essa nomeação e a outras aprovações societárias, Blandinières poderia também presidir à comissão estratégica da AdVini.

O anúncio esclarece melhor a forma como a AdVini pretende responder a um período difícil para o setor vitivinícola. No comunicado, a empresa apontou problemas estruturais em todo o setor, entre os quais a escala limitada dos exportadores em alguns mercados e a quebra da procura de vinhos tintos não premium em países como a China. A AdVini afirmou ainda que procura aproximar-se dos consumidores, aperfeiçoar a segmentação dos produtos e as estratégias de marketing e antecipar a procura dos consumidores mais jovens, incluindo o interesse por vinhos com pouco ou nenhum álcool.

Este contexto ajuda a explicar a importância da Bonne Nouvelle, em particular. A categoria dos produtos sem álcool e com baixo teor alcoólico tornou-se uma área de investimento fundamental em todo o setor das bebidas, à medida que os produtores de vinho, cerveja e bebidas espirituosas procuram crescer para além dos padrões de consumo tradicionais. Para a AdVini, a aquisição de uma marca de vinho sem álcool com uma longa história poderá reforçar a sua posição num segmento em expansão em França e no estrangeiro, além de acrescentar uma linha de produtos com potencial para alcançar os mercados de exportação. A AdVini afirmou que 67% dos seus vinhos são vendidos internacionalmente.

A Mythique teria uma função diferente. A AdVini afirmou que a marca é pioneira nos vinhos da Occitanie e realiza a maior parte das suas vendas no estrangeiro. Complementaria a carteira do grupo de marcas de vinho regionais francesas e poderia reforçar a sua presença em mercados onde as marcas francesas associadas a

denominações de origem e ao terroir continuam a ser importantes.

A InVivo, um dos maiores grupos agrícolas da Europa, apresentou a operação proposta como parte de um esforço mais amplo para dotar as empresas vitivinícolas de maior escala, agilidade e capacidade de inovação, num período marcado por dificuldades económicas, geopolíticas e climáticas. A empresa afirmou que o setor enfrenta uma quebra do consumo e os efeitos das alterações climáticas na produção, pressões que estão a levar os produtores a repensar tanto o aprovisionamento como a estratégia de mercado.

A AdVini afirmou que a parceria com a InVivo também poderá ajudá-la a garantir o abastecimento de vinho a granel e a reforçar as suas capacidades internacionais. Este aspeto é importante num mercado em que os produtores de média dimensão estão sob pressão para aumentar o seu poder negocial, repartir custos e manter o acesso aos canais de distribuição no estrangeiro.

Fundada em 1872, a AdVini descreve-se como um grupo vitivinícola internacional com operações em França e na África do Sul. A sua carteira inclui propriedades vitícolas e marcas de vinho em várias regiões francesas, bem como espumantes e produtos sem álcool. A InVivo afirmou operar em 38 países, com 90 unidades industriais, e ter atividades de relevo no comércio de cereais, na agricultura, na alimentação e no vinho.

Para já, a aquisição proposta continua em fase de negociação. Mas, se for concluída em fevereiro de 2027, como previsto, marcará mais uma etapa na transformação do setor vitivinícola francês, onde os produtores procuram plataformas de maior dimensão, marcas mais fortes e exposição a categorias que poderão resistir melhor à mudança dos hábitos de consumo.