vinetur

Fecovita garante encomenda de quatro contentores de vinho para a Austrália e o Reino Unido após feira comercial em Mendoza

A ProMendoza afirma que o comprador de comércio eletrónico procurava vinhos varietais de gama de entrada para consumidores mais jovens e confirmou a compra em duas semanas

segunda-feira, 16 de novembro de 2026



O grupo argentino de cooperativas vitivinícolas Fecovita garantiu novos negócios de exportação no Japão, na Austrália e no Reino Unido após contactos estabelecidos na Vinexpo Explorer Mendoza 2025, segundo um comunicado de 13 de novembro da ProMendoza, a agência público-privada que promove as exportações da província de Mendoza.

O resultado comercial mais concreto divulgado pela agência foi uma encomenda de um importador australiano-britânico que vende através de canais de comércio eletrónico. A ProMendoza afirmou que o comprador encomendou quatro contentores de vinho de 40 pés, dois destinados à Austrália e dois ao Reino Unido. O comunicado não identificou o importador, não revelou o valor do contrato nem indicou quantos litros ou garrafas cabiam nos contentores.

A Fecovita afirmou que o comprador procurava vinhos varietais de gama de entrada, com elevada rotação e um estilo dirigido aos consumidores mais jovens. Segundo a empresa, o importador chegou a Mendoza com um briefing definido, que incluía o perfil do vinho, a gama de preços e as preferências relativas aos rótulos. Hernán Olivera, responsável pelas exportações da Fecovita para a Ásia, África e Oceânia, afirmou que o comprador confirmou a encomenda cerca de duas semanas depois de regressar a casa, após o evento.

A empresa e a ProMendoza apresentaram os negócios como prova de que os encontros comerciais presenciais podem transformar-se em atividade comercial após um processo de exportação mais longo, que inclui provas, negociações e a criação de confiança entre compradores e vendedores de diferentes países. A ProMendoza afirmou que os envios envolveram várias exportações de vinho e que, em pelo menos dois casos, as primeiras vendas foram seguidas de novas encomendas. Não divulgou um calendário de expedição nem as datas de assinatura de cada contrato.

O comunicado também fez referência a exportações para o Japão, mas forneceu muito menos pormenores. A ProMendoza afirmou que a Fecovita concretizou operações com importadores japoneses após o evento em Mendoza, mas não quantificou essas vendas em contentores, garrafas ou receitas. Assim, a encomenda para a Austrália e o Reino Unido é a única transação do comunicado com um volume especificado.

A Fecovita, abreviatura de Federação Argentina de Cooperativas Vitivinícolas, afirma no seu site que é constituída por 29 cooperativas de Mendoza e comercializa a produção do seu sistema cooperativo. O site não indica a data desse número. A empresa é um dos maiores grupos cooperativos de vinho da Argentina, e o caso destacado pela ProMendoza centra-se num canal de exportação prático para vinhos varietais de preços mais baixos, e não em rótulos premium.

Esta distinção é importante porque o comunicado é uma comunicação promocional da entidade organizadora do evento comercial, e não um relatório abrangente sobre o setor. A informação mostra um resultado de exportação ao nível de uma empresa, com encomendas quantificadas, mas não permite tirar uma conclusão mais ampla sobre uma recuperação das exportações argentinas de vinho. Não foi apresentado nenhum

valor anterior comparável para a Fecovita, nem números homólogos no comunicado.

A ProMendoza afirmou que cerca de 70% dos compradores que participaram na Vinexpo Explorer não conheciam Mendoza antes da viagem. A agência defendeu que levar importadores à província ajuda as adegas a passar mais rapidamente dos primeiros contactos para negociações concretas, porque os compradores podem provar os vinhos, conhecer a base de produção e reunir-se pessoalmente com os produtores, sem que as empresas tenham de viajar para o estrangeiro para várias rondas de reuniões.

No caso do Japão, o comunicado apontou para uma oportunidade comercial mais ampla, para além do vinho. Referiu Iván Acuña, um empresário argentino que vive no Japão há 18 anos e fundou a Biosophy Co., importadora e distribuidora de produtos argentinos. A ProMendoza afirmou que o seu portefólio inclui vinho, erva-mate, mel e gin. Acuña disse que o mercado japonês poderá oferecer melhores perspetivas de crescimento para o vinho argentino, depois de o Japão ter autorizado recentemente a importação de carne de bovino de toda a Argentina. Referiu também uma possível procura no Japão por frutos secos, alimentos desidratados, alho, especiarias e orégãos, sugerindo que o vinho poderá beneficiar de um impulso mais amplo dos produtos alimentares argentinos nos canais de distribuição especializados.