

Trivento celebra 30 anos de visão estratégica de Mendoza para o mundo

Exportações, excelência enológica e compromisso com a sustentabilidade definem a trajetória da Trivento, uma das vinícolas mais influentes da Argentina e referência do vinho argentino nos principais mercados internacionais.

Fundada em 1996 em Mendoza, a vinícola celebra três décadas reafirmando um modelo de crescimento sustentado baseado em qualidade, inovação e gestão responsável. Atualmente, a Trivento é a marca argentina de vinhos mais vendida do mundo desde 2020.

"Trinta anos atrás tivemos um sonho que parecia ambicioso: que nosso vinho fosse reconhecido globalmente. Hoje isso é uma realidade. Pelo sexto ano consecutivo somos a marca argentina número um em vendas. O mais valioso é como o conseguimos: com uma equipe comprometida, cuidando do meio ambiente e construindo relações em cada mercado. Esse mesmo espírito nos impulsiona a continuar crescendo e levar o vinho argentino ainda mais longe."

Marcos Jofré, CEO



Escala global e liderança comercial

Há mais de 20 anos, a Trivento integra o Top 5 de vinícolas exportadoras da Argentina, com presença em mais de 40 mercados nos cinco continentes.

Resultados em 31 de dezembro de 2025

- **Volume total:** 2,05 milhões de caixas (9 litros)
- **Faturamento:** US$ 50,4 milhões. Exportações: 85% do faturamento
- **Investimento acumulado:** US$ 165,82 milhões
- **Equipe:** 353 colaboradores

Identidade enológica e reconhecimento internacional

Ao longo de três décadas, a vinícola consolidou uma identidade enológica baseada na precisão técnica, na expressão da origem e na pesquisa contínua. Desde a primeira safra do Trivento Golden Reserve Malbec, em 2002, a Trivento aprofundou uma filosofia centrada em microterroirs, seleção rigorosa de uvas e vinificações de alta precisão — um caminho refletido hoje em rótulos ícone como o Trivento Eolo Malbec, elaborado a partir de um vinhedo centenário de 1912.

Essa busca permanente pela excelência é fortalecida pela liderança enológica de Germán Di Césare, reconhecido como Winemaker of the Year em 2025 por Tim Atkin MW. Seu trabalho também se destaca em projetos recentes como o Gaudeo, uma exploração de microterroirs no Vale do Uco que revela como o Malbec interpreta com fidelidade o caráter de cada origem.

O reconhecimento internacional acompanha essa trajetória. Nos últimos anos, a vinícola acumulou distinções de grande impacto global, posicionando-se entre as mais influentes do mundo. Entre elas, destaca-se sua inclusão entre as Top 50 Wineries in the World pela Forbes e Virgin Wines em 2025.

No âmbito da marca, a Trivento segue liderando o cenário internacional: é a marca argentina de vinho número um em valor no mundo pelo sexto ano consecutivo desde 2020, segundo a IWSR Drinks Market Analysis Limited. Com desempenhos consistentes em mercados-chave como Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, Canadá, México e Argentina, a vinícola mantém uma expansão contínua.

A combinação de alta qualidade enológica, inovação constante e reconhecimento global reafirma a Trivento como uma referência do vinho argentino contemporâneo — uma marca que projeta, de Mendoza para o mundo, uma visão de excelência sustentada ao longo do tempo.





Sustentabilidade como eixo estratégico

A sustentabilidade é um pilar central do modelo de negócio da vinícola. A empresa é signatária do Pacto Global da ONU, alinha sua gestão aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e, desde 2021, possui certificação como Empresa B, integrando padrões sociais, ambientais e de governança em toda a sua operação.

Sua estratégia está estruturada em quatro desafios globais: mudança climática, educação, cuidado do solo e da água e integridade empresarial. A partir desses eixos, a vinícola impulsiona iniciativas que atravessam toda a cadeia de valor e fortalecem o vínculo com a comunidade.

Principais ações

• **Educação e desenvolvimento social**: programas de conclusão da educação primária e secundária, além de um sistema anual de bolsas para colaboradores e comunidade.

• **Energia:** usina fotovoltaica na vinícola de Maipú e aquisição de iRECs. A empresa neutraliza 100% das emissões relacionadas ao consumo elétrico e antecipou sua meta de emissões líquidas zero para 2040.

• **Gestão responsável de recursos naturais:** irrigação de precisão em 1.500 hectares distribuídos em 13 vinhedos em Mendoza, além de um programa integral de nutrição da videira baseado em compostagem.

• **Inovação e design sustentável:** garrafa 18% mais leve em toda a linha Trivento Reserve, reduzindo em 6% a pegada de carbono.

From a long-term perspective, Trivento understands sustainability as a way of managing the territory and projecting its identity. Each environmental and social initiative is integrated into its production, tourism, and cultural proposal, strengthening the connection between the winery, its surroundings, and people. In this way, its commitment is also reflected in how it invites others to discover and experience the origin of its wines, from Mendoza to the world.





Cultura do vinho e experiências

A partir de uma visão integrada que coloca a origem como eixo de sua identidade, a Trivento construiu, ao longo de seus 30 anos, uma proposta que vai além do vinho. Ela se expressa por meio de iniciativas culturais, gastronômicas e turísticas que conectam origem, patrimônio e hospitalidade.

Nesse percurso, a vinícola ampliou seu universo de experiências com marcos como sua entrada na Denominação de Origem Controlada Luján de Cuyo, além do desenvolvimento de espaços que valorizam a cultura vitivinícola de Mendoza a partir de uma perspectiva contemporânea.

Inaugurado em 2024, o Restaurante Los Vientos expressa a identidade da Trivento por meio da gastronomia. Sua proposta valoriza os produtos locais e a cozinha mendocina, em diálogo com o vinhedo e a paisagem. Sob a condução do chef Nacho Molina, oferece menus sazonais harmonizados com vinhos do portfólio da vinícola.

A Casa Drummond, em Luján de Cuyo, reúne história, arquitetura e vinho em um espaço patrimonial concebido para a hospitalidade. Oferece degustações, eventos especiais e experiências pensadas para aprofundar o vínculo com a marca e sua origem.

A proposta turística se completa com visitas guiadas a vinhedos e à vinícola, degustações especializadas e atividades que permitem conhecer o trabalho enológico, a diversidade dos terroirs e a filosofia da empresa. Assim, a Trivento constrói uma experiência de marca coerente e autêntica, projetada de Mendoza para o mundo.

> *"Desde o início, tivemos uma convicção clara: cada vinho deve expressar sua origem com precisão e autenticidade."*
>
> *Germán Di Césare, , Chief Winemaker*

Visitas guiadas, degustações e experiências em vinhedos



Trivento em números

- **Fundação:** 1996
- **Origem:** Mendoza
- **Presença:** +40 mercados | 5 continentes
- **Posicionamento:** marca argentina de vinhos mais vendida do mundo (2020–2025)
- **Top 5 exportações** (20+ anos)
- **Vinho ícone:** Eolo Malbec
- **Certificações:** Empresa B, BRCGS, BDA, Vegan

Ao completar três décadas de sua fundação, a Trivento reafirma seu compromisso com uma gestão responsável, inovadora e orientada à excelência. A partir de Mendoza, projeta uma visão de longo prazo para seguir posicionando o vinho argentino no mundo.

VISÃO

Ser a marca argentina de vinhos mais valorizada do mundo

Equipe Executiva

CEO / Diretor Geral
Marcos A. Jofré
Enólogo Chefe
Germán Di Césare
Gerente de Viticultura
Cristian Linares
Gerente de Sustentabilidade
Mercedes Álvarez
Gerente de Pessoas e Cultura
Fernanda Bertinatto
Gerente de Marketing
Silvina Barros
Gerente Comercial Mercado Interno
Mariana Domínguez
Gerente de Administração e Finanças
Alejandro Montarcé
Gerente de Turismo e Hospitalidade
Fernanda Vila
Gerente de Operações
Marcelo Grima
Gerente de Compras e Serviços
Martín Aguilar
Gerente de TI
Tomás Boretto



30 ANOS

TRIVENTO

1996 - 2026

PRESS KIT 2026

WWW.TRIVENTO.COM





