

Dieci anni di crescita per Italian Wine Brands: dal debutto in Borsa a leader del settore vinicolo

scritto da Redazione Wine Meridian | 30 Gennaio 2025



Italian Wine Brands celebra i 10 anni dalla quotazione in Borsa, con una crescita eccezionale che ha portato il valore del titolo a oltre il doppio. Con oltre 70 marchi, vendite in 90 Paesi e una capitalizzazione di 210 milioni di euro, il Gruppo si conferma tra i leader del settore vinicolo italiano e internazionale.

Italian Wine Brands (IWB), (TICKER EGM: IWB) primo Gruppo italiano quotato nel settore vinicolo, celebra i 10 anni dalla sua quotazione in Borsa su EGM, un traguardo che testimonia una straordinaria crescita e un'espansione costante sul

mercato globale. Oggi, presso Palazzo Mezzanotte – sede di Borsa Italiana – si è tenuta una cerimonia celebrativa alla presenza di tutto il Management Team, Consiglieri, Soci investitori della prima ora, per una ricorrenza significativa per il primo Gruppo vinicolo italiano che si è quotato sulla Borsa italiana.

Per questa occasione speciale, la Società ha convocato l'**Assemblea degli Azionisti** che in data odierna ha approvato la proposta del Consiglio di amministrazione di distribuire un **dividendo straordinario** pari a 0,5 euro per ciascuna azione avente diritto, in considerazione dell'eccezionale percorso di crescita e di creazione di valore realizzato dalla società nel corso di questi dieci anni e del riconoscimento del supporto degli azionisti al percorso di sviluppo di IWB sia organico, sia per linee esterne. Come tangibile riconoscimento per la competenza, passione e dedizione di tutti i collaboratori, il Gruppo corrisponderà a ciascun dipendente un premio straordinario di €1.000 con la prossima retribuzione.

IWB: primo Gruppo vinicolo italiano a quotarsi in Borsa

Il debutto risale esattamente al **29 gennaio 2015**, quando il Gruppo fu creato con vocazione di aggregatore di aziende vinicole per determinare un campione di settore. **La fondazione del Gruppo IWB** di fatto avvenne contestualmente alla quotazione sull'allora mercato AIM (oggi EGM), **attraverso un'evoluzione del modello Spac**, la pre-booking IPO Challenger **promossa da Electa Ventures di Simone Strocchi**, consolidando al suo avvio due realtà come la trentina Provinco Italia e la piemontese Giordano Vini.

L'obiettivo fu da subito chiaro, ovvero supportare un progetto, guidato da Alessandro Mutinelli e sostenuto da nuovi capitali, determinato a **formare un leader di settore** in un mercato vinicolo storicamente molto frazionato. Un'operazione

con una **visione industriale** che ha dimostrato e tutt'ora rappresenta quanto la finanza, intesa come capitale di costruzione e non di mero trading, possa aiutare nella **formazione di campioni di industria guidati da imprenditori** determinati e visionari, che diventano essi stessi aggregatori di settore e traino di intere filiere italiane di eccellenza.

Una crescita straordinaria nei numeri

Dal debutto sul mercato nel 2015, il titolo di Italian Wine Brands **in Borsa** ha registrato una **crescita di valore pari a oltre il 130%**, passando dai 10 euro per azione al momento della quotazione a oltre 22 euro odierni. Parallelamente, la **capitalizzazione di mercato** è cresciuta da circa 60 milioni di euro del giorno dell'IP0, a oltre 210 milioni attuali, confermando la solidità del Gruppo e l'apprezzamento degli investitori. Oggi, con **oltre il 70% di flottante**, IWB rappresenta una vera e propria **public company**, con migliaia di azionisti, tra cui investitori istituzionali italiani ed esteri e privati cittadini.

Attualmente Italian Wine Brands è tra i primissimi gruppi privati nazionali per fatturato, un **leader di settore** che traina una filiera di eccellenza importante come quella vitivinicola italiana, con un forte e riconosciuto posizionamento, grazie a **prodotti a marchio proprietario** venduti in tutto il mondo, attraverso i principali canali distributivi costantemente presidiati. Il tutto, favorito anche dalla crescita per linee esterne, in linea con gli obiettivi cardini del management fin dal primo giorno di quotazione. Oltre a Giordano Vini e Provinco, nel corso degli anni il Gruppo ha **aggregato altre cinque aziende** – Svinando, Raphael Dal Bo, Enoitalia, Enovation Brands e Barbanera – coinvolgendo tutti i fondatori e le famiglie delle aziende via via consolidate nel progetto e nel capitale della società.

Dieci anni di crescita significativa

Italian Wine Brands ha visto nel suo percorso un **incremento significativo del fatturato**, che è passato da circa 140 milioni di euro nel 2015 a circa 400 milioni attuali, con oltre l'80% delle vendite realizzate sui **mercati internazionali**. Oggi IWB vanta **ben 5 laboratori di analisi** impegnati a monitorare costantemente la qualità di materie prime e prodotti, **distribuendo circa 160 milioni di bottiglie** in oltre **90 Paesi (5 continenti)**, rispetto ai 44 milioni venduti nel 2015. Il Gruppo comprende nel suo portafoglio oltre **70 brand proprietari** e private labels divisi per fasce di prodotto, che comprovano la sua capacità nel creare vini di elevata qualità in grado di rispondere al gusto, sempre in evoluzione, di qualsiasi estimatore.

Con una presenza consolidata nei mercati internazionali e nuovi obiettivi di sviluppo, Italian Wine Brands, simbolo dell'innovazione e della tradizione italiana, si prepara ad affrontare i prossimi anni con la stessa determinazione e passione che hanno guidato il suo percorso di successo fino a oggi.

Alessandro Mutinelli, Presidente e Ceo di IWB, ha dichiarato: "In questi 10 anni dalla quotazione abbiamo sempre guardato avanti, al domani, al nuovo da sviluppare, a come si poteva crescere e rendere IWB sempre più forte sul mercato. Per questo anniversario, però, uno sguardo indietro, alla strada che abbiamo percorso è dovuto. Voglio ringraziare tutti coloro che assieme a me, con passione, competenza e determinazione, mi hanno accompagnato in questo viaggio di crescita e di creazione di una realtà industriale e commerciale che prima non esisteva. Grazie alla nostra squadra, oggi Italian Wine Brands è una realtà riconosciuta, rispettata e apprezzata in tutto il mondo, per le dimensioni, la qualità dei prodotti, l'ampiezza di gamma, la distribuzione e per il fatto di essere l'unica vera public company italiana

del vino. Abbiamo mantenuto la promessa fatta al momento della quotazione: quella di diventare un soggetto aggregatore nel frazionato mondo del vino italiano, per competere ad armi pari con i principali competitors mondiali. E abbiamo mantenuto anche la promessa con i nostri azionisti, moltiplicando la capitalizzazione di Borsa. Il nostro viaggio, però, non è finito, ci aspettano ancora tante strade da esplorare, che affronteremo con competenza entusiasmo e voglia di arrivare”.

Simone Strocchi, consigliere di IWB e promotore con Electa Ventures dell’operazione di quotazione nel 2015, commenta: “Sembra ieri quando IWB ha avviato il suo percorso con l’ingresso in Borsa agevolato dalla nostra innovativa pre-booking company Ipo Challenger. Da allora la Società è sempre cresciuta, sotto la determinata guida di Alessandro Mutinelli, animata da un gruppo di imprenditori e manager sempre più forte e appassionato, nella dichiarata missione di costruire un gruppo vinicolo italiano leader di settore. IWB è oggi una realtà importante, un’opportunità di investimento per tutti coloro che vogliono dividerne la crescita ed è un esempio illuminante per la formazione di nuovi campioni di industry in settori diversi, che intendano essere promotori di aggregazione di distretti e filiere di eccellenza italiana. Vogliamo, possiamo e dobbiamo sostenere la nascita di altri campioni di impresa sul modello IWB, favorendo l’incontro costruttivo tra risparmio e progetti imprenditoriali italiani ambiziosi”.

Punti chiave

- 1. Italian Wine Brands ha raddoppiato il valore del titolo dal debutto in Borsa nel 2015.**
- 2. Oltre 70 marchi proprietari e vendite in 90 Paesi rafforzano la leadership del Gruppo.**

3. **Capitalizzazione di mercato** passata da 60 a oltre 210 milioni di euro.
4. **Annunciato un dividendo straordinario** di 0,5 euro per azione per celebrare il traguardo.
5. **Fatturato triplicato, raggiungendo circa 400 milioni di euro**, con l'80% delle vendite all'estero.