# Italian Wine Brands, la strategia premia la redditività: utile netto record a 10,3 milioni

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Settembre 2025




*Il Gruppo Italian Wine Brands chiude il primo semestre 2025 con un utile netto record di 10,3 milioni di euro (+13,4%), malgrado un calo dei ricavi. A spingere i risultati è la strategia di focalizzazione sui canali a maggiore marginalità, come l'Ho.re.ca (+8,8%), e un'attenta gestione dei costi che conferma la solidità finanziaria del gruppo.*

Il Consiglio di Amministrazione di Italian Wine Brands S.p.A. ha approvato la relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2025, presentando risultati che evidenziano un significativo miglioramento della profittabilità, pur in un

contesto macroeconomico complesso. Il dato più rilevante è **l’utile netto, che raggiunge la cifra record di 10,3 milioni di euro, con un incremento del 13,4% rispetto al 2024**. Un risultato ottenuto a fronte di ricavi delle vendite pari a 185,1 milioni di euro, in leggera flessione del 3,17%.

Come sottolineato da **Alessandro Mutinelli, Presidente e AD del Gruppo**, la forza dell’azienda risiede nella capacità di adattamento e reazione ai mutamenti del mercato. “La capacità di poter diversificare la nostra offerta per mercati, canali commerciali e posizionamento, ci consente di raggiungere ovunque ogni potenziale cliente ed essere meno esposti alle congiunture macroeconomiche”. Una visione che trova riscontro nei numeri, ottenuti in uno scenario caratterizzato da incertezze su tariffe doganali, blocchi geopolitici e una generale riduzione del potere d’acquisto.

## L’analisi dei ricavi: cresce l’Ho.re.ca, si ottimizza il wholesale

La strategia di IWB è chiaramente orientata a presidiare i canali a maggiore redditività. Ne è una prova **il costante incremento della presenza nel canale Ho.re.ca, che segna un +8,8% rispetto al primo semestre 2024**, in coerenza con lo sviluppo di prodotti a marchio proprio di fascia premium. Al contempo, si registra una riduzione delle vendite nel canale wholesale (Grande Distribuzione Organizzata e monopoli), un effetto dovuto principalmente alla riduzione dei prezzi verso livelli pre-inflazionistici. Questa dinamica, tuttavia, è stata **più che compensata in termini di marginalità dalla riduzione dei costi dei fattori produttivi**, con un incremento dei volumi di bottiglie vendute. Anche il canale *distance selling* (vendita diretta ai privati) si sta riposizionando su livelli pre-pandemici.

## Marginalità e gestione dei costi: la chiave del successo

Il vero punto di forza di questa semestrale risiede nella gestione della marginalità. Il Margine Operativo Lordo (MOL) adjusted si attesta a 21,9 milioni di euro, eguagliando il record storico del primo semestre 2024. **L'incidenza del MOL sul fatturato è cresciuta all'11,7%, rispetto all'11,3% del 2024**, trainata dallo sviluppo dei Top Brands. A contribuire a questo risultato è stata la riduzione dell'incidenza dei costi delle materie prime, grazie a un miglior mix di prodotti e alla **diminuzione del costo di fattori produttivi chiave come il vetro (-5% rispetto al primo semestre 2024)**. Anche i costi per servizi sono in calo, attestandosi a 30,4 milioni, grazie all'ottimizzazione dei trasporti e alle sinergie derivanti dall'integrazione commerciale.

## Solidità finanziaria e prospettive future

La salute finanziaria del Gruppo è ulteriormente confermata da un indebitamento finanziario netto di 90,5 milioni di euro, in calo di 17,6 milioni rispetto a giugno 2024. Negli ultimi 12 mesi, **il Gruppo ha generato una cassa di circa 30 milioni di euro** (al lordo di dividendi e buy back), a sostegno dello sviluppo futuro. Per il secondo semestre del 2025, IWB prevede di proseguire nel percorso di crescita delle vendite dei **Top brands** per incrementare ulteriormente la marginalità, nell'ottimizzazione dei costi della filiera e nella **ricerca di opportunità di investimento per rafforzare la posizione nei mercati di riferimento con prodotti di fascia premium**. È inoltre previsto un potenziamento dell'organico commerciale e marketing per supportare l'espansione internazionale.

---

## Punti chiave

- **Utile netto record a 10,3 milioni** (+13,4%), trainato da una strategia focalizzata sulla redditività e non solo sul fatturato.
- **Canale Ho.re.ca in forte crescita** con un +8,8%, confermando il successo della spinta sui prodotti a marchio premium.
- **Indebitamento netto cala di 17,6 milioni di euro**, a dimostrazione della robusta generazione di cassa e della solidità finanziaria.
- **Marginalità in crescita all’11,7%** sul fatturato, grazie a un miglior mix di prodotto e alla riduzione dei costi delle materie prime.