



Italian Wine, crescono i ricavi a quota 430 milioni

I conti

Il gruppo

Filomena Greco

Di primati ne ha diversi: è stato il primo gruppo vitivinicolo a quotarsi in Borsa, nel 2015, tramite la Spac IPO Challenger promossa da **Electa Ventures** di Simone Strocchi, ed è l'unico a operare in questo settore senza di fatto avere tra i suoi asset vigne e terreni. **Italian Wine Brands** ha registrato nel 2022 ricavi in crescita del 5,2%, a quota 430,4 milioni. «Il mondo del vino e quello della finanza sono considerati distanti – sottolinea l'amministratore delegato Alessandro Mutinelli – in realtà abbiamo fatto qualcosa che non era mai stato fatto prima, almeno in Italia». La storia del Gruppo, che ha il suo headquarter a Milano e sedi anche all'estero, tra Usa, Londra, Svizzera e Asia, ha dimostrato che, se giustamente impostato, qualsiasi settore si può aprire ai mercati finanziari: «In sette anni – ricorda il ceo – siamo cresciuti sia in termini aziendali, grazie a una serie di aggregazioni, che in relazione al valore in borsa. Nel 2015 il market cap era a 60-65 milioni, nel 2021 abbiamo superato i 400».

La storia di **IWB**, che oggi conta 400 addetti diretti e mille se si guarda all'indotto, ha scardinato alcune delle caratteristiche più radicate nei modelli di business nel settore del vino, la gestione incentrata sulle famiglie, ad

● **L'azienda non possiede terreni se non quelli in gestione esterna: pochi gli investimenti in asset materiali**

esempio, o la politica degli investimenti focalizzati sui terreni, senza considerare troppo la redditività per chi investe. Il modello

di business adottato da **Italian Wine Brands** invece è più leggero, «asset light» lo definisce il ceo. «Non abbiamo terreni nostri se non quelli in gestione esterna, dunque abbiamo pochi investimenti fissi in asset materiali, dunque riusciamo ad investire molto in promozione, marketing, presenza sui mercati, con minore fabbisogno di capitali e una maggiore redditività, tema che piace ai mercati» spiega Mutinelli.

Nell'ultimo anno e mezzo il Gruppo ha investito circa 200 milioni in acquisizioni. Tra le principali cci sono **Enoitalia**, in Veneto, e Barbanera. Oggi **IWB** ha radici in Trentino Alto Adige, Piemonte, Puglia, Veneto e Toscana. L'80% delle vendite viene fatta sui mercati internazionali mentre il canale online assorbe almeno 80 milioni di fatturato: «La nostra sfida – spiega il ceo – è quella di creare prodotti che vadano incontro ai diversi gusti dei consumatori, grazie al lavoro dei nostri enologi». Nel carnet del Gruppo rientrano anche acquisizioni all'estero come quella, nel 2020, di una società di distribuzione in Svizzera, leader di mercato nel settore del vino biologico, e nel 2021 Innovation Brands negli Stati Uniti per entrare nella distribuzione in un mercato che rappresenta il primo, per fatturato, per il vino italiano. Una public company con i soci principali a detenere le quote più consistenti, che è stata capace di consolidare un settore che in Italia resta ancora troppo parcellizzato – almeno centomila i produttori – con i tre principali gruppi che detengono il 12% delle quote di mercato.