

# ITALIAN WINE BRANDS

## FATTURATO IN FORTE CRESCITA NEL 2020 (+29,7% SUL 2019) GRAZIE ALLA CONTINUA ESPANSIONE SUI MERCATI INTERNAZIONALI E AL RILEVANTE SVILUPPO DELLE ATTIVITA' DI E-commerce

Milano, 21 gennaio 2021 – Italian Wine Brands S.p.A. (ticker IWB), primo Gruppo vinicolo quotato su AIM, conferma il positivo trend di crescita registrato nel corso del primo semestre dell'anno e registra ricavi consolidati al 31 dicembre 2020 pari a Euro 204,3 milioni (+29,7% rispetto al 31 dicembre 2019).

La dinamica dei ricavi è stata caratterizzata da un ulteriore rafforzamento del Gruppo con vendite di vini a marchi proprietari (**GRANDE ALBERONE®**, **RONCO DI SASSI®**, **GIORDANO VINI®**, **OROPERLA®**, **AIMONE®**, **ELETTRA®**), sia sui mercati internazionali, dove sono stati realizzati ricavi delle vendite pari a Euro 164,1 milioni (+32,8% rispetto al 2019), sia sul mercato domestico, dove sono stati realizzati ricavi pari a Euro 39,5 milioni (+18,6% rispetto al 2019).

Valori in migliaia di euro

|                                    | 31.12.2020     | 31.12.2019     | 31.12.2018     | Δ % 19/20     | Cagr 18/20    |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| <b>Totale Ricavi delle Vendite</b> | <b>204.311</b> | <b>157.494</b> | <b>149.863</b> | <b>29,73%</b> | <b>16,76%</b> |
| Ricavi delle Vendite - Italia      | 39.539         | 33.333         | 33.820         | 18,62%        | 8,13%         |
| Ricavi delle Vendite - Estero      | 164.080        | 123.544        | 115.345        | 32,81%        | 19,27%        |
| Altri ricavi                       | 692            | 617            | 698            | 12,20%        | (0,41%)       |

La suddivisione dei ricavi di vendita per canali distributivi evidenzia un marcato rafforzamento sia del *wholesale* (vendita alle catene della Grande Distribuzione Organizzata, ai monopoli statali e al *traditional trade*), che del *distance selling* (vendita diretta ai privati), dovuto in particolare alla fortissima crescita dell'e-commerce, sia in Italia che all'estero. In particolare, il management ha pianificato nel tempo una strategia commerciale volta a incrementare la conversione degli ordini dei clienti sui canali digitali dal tradizionale canale *teleselling*.

Valori in migliaia di euro

|                                    | 31.12.2020     | 31.12.2019     | 31.12.2018     | Δ % 19/20     | Cagr 18/20     |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| <b>Totale Ricavi delle Vendite</b> | <b>204.311</b> | <b>157.494</b> | <b>149.863</b> | <b>29,73%</b> | <b>16,76%</b>  |
| <b>Ricavi wholesale</b>            | <b>119.629</b> | <b>87.654</b>  | <b>77.162</b>  | <b>36,48%</b> | <b>24,51%</b>  |
| <b>Ricavi distance selling</b>     | <b>83.990</b>  | <b>69.223</b>  | <b>72.003</b>  | <b>21,33%</b> | <b>8,00%</b>   |
| <i>Direct Mailing</i>              | 43.175         | 37.373         | 38.658         | 15,52%        | 5,68%          |
| <i>E-commerce</i>                  | 23.312         | 13.393         | 11.949         | 74,06%        | 39,68%         |
| <i>Teleselling</i>                 | 17.502         | 18.457         | 21.396         | (5,17%)       | (9,56%)        |
| <b>Altri ricavi</b>                | <b>692</b>     | <b>617</b>     | <b>698</b>     | <b>12,20%</b> | <b>(0,41%)</b> |

## ITALIAN WINE BRANDS

Sede legale Viale Abruzzi 94, 20131 Milano  
t +39 02 30516516 [www.italianwinebrands.it](http://www.italianwinebrands.it)

Società per Azioni con c.s. di Euro 879.853,70  
Registro Imprese di Milano e P.IVA 08851780968

# ITALIAN WINE BRANDS

**Alessandro Mutinelli, Presidente e AD del Gruppo IWB**, dichiara: *“L’esercizio appena concluso e il perdurare della pandemia hanno dato prova della validità del modello di business di Italian Wine Brands e delle strategie commerciali implementate in questi anni. Da un lato, la flessibilità produttiva e organizzativa, ci ha consentito di aumentare i volumi di vendita in un contesto difficile e limitato dalle restrizioni legate allo stato di emergenza, dall’altro, lo sviluppo dei prodotti a marchi propri e gli investimenti sui canali innovativi come l’e-commerce hanno consentito a IWB di posizionarsi in tempi relativamente rapidi tra i primi gruppi privati del vino in Italia. Le persone di IWB hanno una visione chiara di dove sta andando il mercato e dove vuole posizionarsi il Gruppo, e sono fortemente determinate a perseguire obiettivi di crescita duratura attraverso una cura maniacale del cliente, qualità di eccellenza, valorizzazione della forza dei brand, innovazione e velocità di adattamento”*.

Si ricorda che i risultati al 31 dicembre 2020 verranno approvati dal Consiglio di Amministrazione della Società previsto per il prossimo 17 marzo 2021 e presentati all’Assemblea degli Azionisti programmata per il prossimo 21 aprile 2021, in prima convocazione, e 22 aprile in seconda convocazione, come da [calendario finanziario 2021](#) pubblicato il 15 gennaio u.s..

## PER INFORMAZIONI

### Italian Wine Brands

Viale Abruzzi 94 – Milano

T. +39 02 30516516

[investors@italianwinebrands.it](mailto:investors@italianwinebrands.it)

[www.italianwinebrands.it](http://www.italianwinebrands.it)

### UBI Banca (Nomad)

Corso Europa, 16 – Milano

T. +39 02 77811

[nomad@ubibanca.it](mailto:nomad@ubibanca.it)

### Uff. Stampa Spriano Communication & Partners

Via Santa Radegonda 16, Milano

T. +39 02 83424010

[mrusso@sprianocommunication.com](mailto:mrusso@sprianocommunication.com)

[ctronconi@sprianocommunication.com](mailto:ctronconi@sprianocommunication.com)

## ITALIAN WINE BRANDS

Sede legale Viale Abruzzi 94, 20131 Milano  
t +39 02 30516516 [www.italianwinebrands.it](http://www.italianwinebrands.it)

Società per Azioni con c.s. di Euro 879.853,70  
Registro Imprese di Milano e P.IVA 08851780968

# ITALIAN WINE BRANDS

## STRONG GROWTH IN REVENUES IN 2020 (+ 29.7% ON 2019) THANKS TO THE GROWTH ON INTERNATIONAL MARKETS AND THE DEVELOPMENT OF E-commerce

Milan, 21 January 2021 - Italian Wine Brands SpA confirms the positive trend of the first half of the year and achieves consolidated revenues as of 31 December 2020 of Euro 204.3 million (+ 29.7% compared to 31 December 2019).

The revenues path was characterized by a further strengthening of proprietary brands (GRANDE ALBERONE®, RONCO DI SASSI®, GIORDANO VINI®, OROPERLA®, AIMONE®, ELETTRA®), international markets (Eur 164.1 million of revenues, + 32.8% compared to 2019) and domestic market (Eur 39.5 million, + 18.6% compared to 2019).

*Euro thousands*

|                       | 31.12.2020     | 31.12.2019     | 31.12.2018     | Δ % 19/20     | Cagr 18/20    |
|-----------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| <b>Total Revenues</b> | <b>204.311</b> | <b>157.494</b> | <b>149.863</b> | <b>29,73%</b> | <b>16,76%</b> |
| Revenues - Italy      | 39.539         | 33.333         | 33.820         | 18,62%        | 8,13%         |
| Revenues - Abroad     | 164.080        | 123.544        | 115.345        | 32,81%        | 19,27%        |
| Other Revenues        | 692            | 617            | 698            | 12,20%        | (0,41%)       |

Sales breakdown by channels shows a strengthening of both the wholesale (sale to large-scale retail chains, state monopolies and traditional trade) and the distance selling (direct sales to consumers) due in particular to the very strong growth of e-commerce, both in Italy and abroad. In particular, the management has implemented a commercial strategy aimed at increasing conversions on digital channels instead of the traditional teleselling channel.

*Valori in migliaia di euro*

|                                    | 31.12.2020     | 31.12.2019     | 31.12.2018     | Δ % 19/20     | Cagr 18/20     |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| <b>Totale Ricavi delle Vendite</b> | <b>204.311</b> | <b>157.494</b> | <b>149.863</b> | <b>29,73%</b> | <b>16,76%</b>  |
| <b>Ricavi wholesale</b>            | <b>119.629</b> | <b>87.654</b>  | <b>77.162</b>  | <b>36,48%</b> | <b>24,51%</b>  |
| <b>Ricavi distance selling</b>     | <b>83.990</b>  | <b>69.223</b>  | <b>72.003</b>  | <b>21,33%</b> | <b>8,00%</b>   |
| <i>Direct Mailing</i>              | 43.175         | 37.373         | 38.658         | 15,52%        | 5,68%          |
| <i>E-commerce</i>                  | 23.312         | 13.393         | 11.949         | 74,06%        | 39,68%         |
| <i>Teleselling</i>                 | 17.502         | 18.457         | 21.396         | (5,17%)       | (9,56%)        |
| <b>Altri ricavi</b>                | <b>692</b>     | <b>617</b>     | <b>698</b>     | <b>12,20%</b> | <b>(0,41%)</b> |

Please note that the results as at 31 December 2020 will be approved by the Board of Directors of the

## ITALIAN WINE BRANDS

Sede legale Viale Abruzzi 94, 20131 Milano  
t +39 02 30516516 [www.italianwinebrands.it](http://www.italianwinebrands.it)

Società per Azioni con c.s. di Euro 879.853,70  
Registro Imprese di Milano e P.IVA 08851780968

# ITALIAN WINE BRANDS

Company on next 17 March 2021 and proposed to the Shareholders' Meeting scheduled for 21 April 2021, on first call, and 22 April on second call, as per the 2021 financial calendar published on January 15th.

Alessandro Mutinelli, Group Chairman and CEO, declared: “The year that has just ended has proved the validity of the Italian Wine Brands business model and the commercial strategies it has implemented over the years. On the one hand, production and organizational flexibility have enabled us to increase sales volumes in a difficult context limited by the restrictions due to the pandemic situation. On the other hand, the development of own-brand products and investments in innovative channels such as e-commerce have allowed IWB to position itself relatively quickly among the first private wine groups in Italy. IWB people have a clear vision of where the market is going and where the group wants to position itself, they are strongly determined to pursue long-lasting growth objectives with obsessive customer care, quality of excellence, enhancement of brand strength, innovation and speed of adaptation.

## PER INFORMAZIONI

### Italian Wine Brands

Viale Abruzzi 94 – Milano

T. +39 02 30516516

[investors@italianwinebrands.it](mailto:investors@italianwinebrands.it)

[www.italianwinebrands.it](http://www.italianwinebrands.it)

### UBI Banca (Nomad)

Corso Europa, 16 – Milano

T. +39 02 77811

[nomad@ubibanca.it](mailto:nomad@ubibanca.it)

### Uff. Stampa Spriano Communication & Partners

Via Santa Radegonda 16, Milano

T. +39 02 83424010

[mrusso@sprianocommunication.com](mailto:mrusso@sprianocommunication.com)

[ctronconi@sprianocommunication.com](mailto:ctronconi@sprianocommunication.com)

## ITALIAN WINE BRANDS

Sede legale Viale Abruzzi 94, 20131 Milano  
t +39 02 30516516 [www.italianwinebrands.it](http://www.italianwinebrands.it)

Società per Azioni con c.s. di Euro 879.853,70  
Registro Imprese di Milano e P.IVA 08851780968