



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

ITALIAN WINE BRANDS SI CONFERMA NEL 2021 QUALE PRIMO GRUPPO VINICOLO ITALIANO NON COOPERATIVO PER DIMENSIONE¹ CON VENDITE CONSOLIDATE PRO-FORMA PARI A EURO 408,9 milioni (+100,1% sul 2020)

PROSEGUE CON SUCCESSO LA STRATEGIA DI CRESCITA DI MEDIO-LUNGO TERMINE DEL GRUPPO CHE COMBINA LO SVILUPPO ORGANICO DEI BRANDS E DEI MERCATI CON ACQUISIZIONI MIRATE DI REALTÀ DEL SETTORE VITIVINICOLO

Milano, **27 gennaio 2022** – Italian Wine Brands S.p.A. si conferma quale primo gruppo italiano del vino non cooperativo consolidando, su base annua pro-forma², Euro 408,9 milioni di fatturato e registrando quindi un sostanziale raddoppio nel volume d'affari rispetto al 2020.

Il principale contributo alla crescita è legato all'acquisizione di Enoitalia S.p.A. (fatturato 2021 pari a Euro 208,4 milioni), finalizzata nel mese di luglio 2021. La dinamica dei ricavi è caratterizzata sia dall'ulteriore rafforzamento del Gruppo sui mercati internazionali, dove sono stati realizzati ricavi delle vendite per circa Euro 332,3 milioni (+102,55% rispetto al 2020), sia da un maggiore presidio sul mercato domestico, con ricavi delle vendite pari a circa Euro 75,7 milioni (+91,4% rispetto al 2020).

Valori in migliaia di euro

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Totale Ricavi delle Vendite	408.934	204.311	157.494	100,15%	61,14%
Ricavi delle Vendite - Italia	75.681	39.539	33.333	91,41%	50,68%
Ricavi delle Vendite - Estero	332.342	164.080	123.544	102,55%	64,01%
Altri ricavi	910	692	617	31,49%	21,46%

La suddivisione dei ricavi di vendita per canali distributivi evidenzia un marcato rafforzamento del *wholesale* (vendita alle catene della Grande Distribuzione Organizzata, ai monopoli statali), un'importante tenuta del canale *distance selling* (vendita diretta ai privati) grazie alla resilienza del modello di business *e-commerce* e tradizionale anche in fase post-pandemica, sia in Italia che all'estero. Oltre a ciò, grazie all'acquisizione di Enoitalia S.p.A., il gruppo IWB è oggi anche attivo nel canale Ho.re.ca. (hotel, ristorazione e catering) negli Stati Uniti e in Inghilterra.

¹ Fonte: "Indagine sul settore vinicolo" – Mediobanca, Maggio 2020

² Ricavi riferiti a tutte le società attualmente del perimetro del gruppo per il periodo 1 gennaio 2021 – 31 dicembre 2021

ITALIAN WINE BRANDS

Italian Wine Brands Spa | www.italianwinebrands.it | info@italianwinebrands.it

Sede legale Viale Abruzzi 94, 20131 Milano. T +39 02 30516516

Società per Azioni con c.s. di Euro 1.046.265,80

Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Valori in migliaia di euro

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Totale Ricavi delle Vendite	408.934	204.311	157.494	100,15%	61,14%
Ricavi <i>wholesale</i>	299.379	119.629	87.654	150,26%	84,81%
Ricavi <i>distance selling</i>	82.706	83.990	69.223	(1,53%)	9,31%
<i>Direct Mailing</i>	43.701	43.175	37.373	1,22%	8,14%
<i>Teleselling</i>	16.806	17.502	18.457	(3,98%)	(4,58%)
<i>Digital / WEB</i>	22.198	23.312	13.393	(4,78%)	28,74%
Ricavi <i>ho.re.ca</i>	25.938	0	0	NA	NA
Altri ricavi	910	692	617	31,49%	21,46%

Si ricorda che i risultati al 31 dicembre 2021 verranno approvati dal Consiglio di Amministrazione della Società previsto per il prossimo 22 marzo 2022 e presentati all'Assemblea degli Azionisti prevista per il prossimo 26 aprile 2022, in prima convocazione, e 27 aprile in seconda convocazione, come da calendario finanziario 2022 pubblicato il 25 gennaio u.s..

Alessandro Mutinelli, Presidente e AD del Gruppo, dichiara: *“Nel 2021 siamo diventati il primo gruppo vinicolo privato italiano per fatturato, obiettivo che avevamo promesso ai nostri investitori al momento della quotazione nel 2015. Dopo l’acquisizione di Enoitalia in luglio, abbiamo inoltre annunciato lo sbarco diretto sul mercato nordamericano, con l’accordo per l’acquisizione della maggioranza di Enovation Brands. Con l’integrazione di queste due importanti strutture, il gruppo IWB ne esce rafforzato, con una più ampia e diversificata base clienti, prodotti e canali commerciali. Tutta la nostra squadra ora è focalizzata sullo sfruttamento delle sinergie produttive e commerciali, per una crescita organica dei risultati. Accanto a questo, prosegue l’attività di scouting in ambito M&A, dove il nostro gruppo ha dimostrato la capacità di portare a termine operazioni di rilievo strategico a valori adeguati. Dal punto di vista finanziario, la dimensione raggiunta è inoltre propedeutica all’avvio dei lavori per il passaggio del titolo sul mercato principale”*

Per informazioni

Italian Wine Brands

Viale Abruzzi 94 – Milano

T. +39 02 30516516

investors@italianwinebrands.it

www.italianwinebrands.it

Intesa Sanpaolo S.p.A.

Euronext Growth Advisor

Largo Mattioli, 3 – Milano

iwb-egm@intesasanpaolo.com

Spriano Communication & Partners Press Office

Via Santa Radegonda 16, Milano

T. +39 02 83424010

mrusso@sprianocommunication.com

ctronconi@sprianocommunication.com

ITALIAN WINE BRANDS

Italian Wine Brands Spa | www.italianwinebrands.it | info@italianwinebrands.it

Sede legale Viale Abruzzi 94, 20131 Milano. T +39 02 30516516

Società per Azioni con c.s. di Euro 1.046.265,80

Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968

ITALIAN WINE BRANDS BECOMES IN 2021 THE FIRST NOT COOPERATIVE ITALIAN WINE GROUP BY SIZE³, WITH PRO-FORMA CONSOLIDATED SALES OF EURO 408.9 MILLION (+ 100.1% on 2020)

THE GROUP'S MEDIUM-LONG-TERM GROWTH PATH CONTINUES WITH SUCCESS, COMBINING THE ORGANIC DEVELOPMENT OF BRANDS AND MARKETS WITH TARGETED ACQUISITIONS IN THE WINE SECTOR

Milan, January 27, 2022 - Italian Wine Brands S.p.A. confirms itself as the first Italian non-cooperative wine group by reaching, on an annual pro-forma basis⁴, € 408.9 million in turnover and thus recording a substantial doubling in turnover compared to 2020.

The main contribution to the growth is linked to the acquisition of Enoitalia S.p.A. (2021 net sales of Eur 208.4 million), finalized in July 2021. The trend in revenues is characterized by a further strengthening of the Group sales on international markets with Euro 332.3 million (+ 102.55% compared to 2020), and by a greater presence on the domestic market, with Euro 75.7 million (+ 91.4% compared to 2020).

Euro thousands

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Total Net Sales	408.934	204.311	157.494	100,15%	61,14%
Net Sales - Italy	75.681	39.539	33.333	91,41%	50,68%
Net Sales - International	332.342	164.080	123.544	102,55%	64,01%
Other Net Sales	910	692	617	31,49%	21,46%

The breakdown of Net Sales by distribution channels highlights a strong growth of the wholesale division (sale to retail chains and State Monopolies), an important strengthening in the distance selling channel (direct sales to customers) thanks to the resilience of the e-commerce and traditional business model in the post-pandemic phase, both in Italy and abroad. In addition to this, thanks to the acquisition of Enoitalia S.p.A., the Group is now also active in the Ho.re.ca. channel (hotel, restaurant and catering) in the United States and UK.

³ Source: "Indagine sul settore vinicolo" – Mediobanca, May 2020

⁴ Sales of all group companies on annual basis 1 January 2021 / 31 December 2021

ITALIAN WINE BRANDS



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Euro thousands

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Total Net Sales	408.934	204.311	157.494	100,15%	61,14%
Net Sales - wholesale	299.379	119.629	87.654	150,26%	84,81%
Net Sales - distance selling	82.706	83.990	69.223	(1,53%)	9,31%
<i>Direct Mailing</i>	43.701	43.175	37.373	1,22%	8,14%
<i>Teleselling</i>	16.806	17.502	18.457	(3,98%)	(4,58%)
<i>Digital / WEB</i>	22.198	23.312	13.393	(4,78%)	28,74%
Net Sales - ho.re.ca	25.938	0	0	NA	NA
Other Sales	910	692	617	31,49%	21,46%

Please note that the results as at 31 December 2021 will be approved by the Board of Directors of the Company on next 22 March 2022 and proposed to the Shareholders' Meeting scheduled for 26 April 2022, on first call, and 27 April on second call, as per the 2022 financial calendar published on January 25th.

Alessandro Mutinelli, Group Chairman and CEO, declares: "In 2021 we created the first Italian non-cooperative wine group by turnover, the goal we promised our investors at the time of the listing in 2015. After the acquisition of Enoitalia in July, moreover, we announced the direct entrance on the North American market with the acquisition of Enovation Brands. Thanks to these two acquisitions, IWB is now strengthened with a wider and more diversified customer base, products and commercial channels. Our whole management team is focused on exploiting production and commercial synergies, aimed to achieve organic growth. The M&A scouting continues as well, our group has demonstrated the ability to complete strategically important operations at fair values. From a financial standpoint, the current size of the Group is now ideal to move the stock to the MTA."

FOR MORE INFORMATION

Italian Wine Brands

Viale Abruzzi 94 – Milano
T. +39 02 30516516
investors@italianwinebrands.it
www.italianwinebrands.it

Intesa Sanpaolo S.p.A.

Euronext Growth Advisor
Largo Mattioli, 3 – Milano
iwb-egm@intesasanpaolo.com

Spriano Communication & Partners Press Office

Via Santa Radegonda 16, Milano
T. +39 02 83424010
mrusso@sprianocommunication.com
ctronconi@sprianocommunication.com

ITALIAN WINE BRANDS

Italian Wine Brands Spa | www.italianwinebrands.it | info@italianwinebrands.it
Sede legale Viale Abruzzi 94, 20131 Milano. T +39 02 30516516
Società per Azioni con c.s. di Euro 1.046.265,80
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968