

Data: 01.02.2025 Pag.: 1,7  
 Size: 459 cm2 AVE: € 5967.00  
 Tiratura:  
 Diffusione: 4935  
 Lettori:



IL GRUPPO È NATO IN TRENTINO ED È SBARCATO IN BORSA



## Italian Wine Brands, il titolo in dieci anni su del 130%

Compie dieci anni la quotazione in Borsa di **Italian Wine Brands (IWB)**, tra i primissimi gruppi privati nazionali del vino per fatturato.

# Italian Wine Brands, 10 anni in Borsa «Ancora molte strade da esplorare»

Mutinelli: «Dalla nascita il titolo è cresciuto di oltre il 130%, da 10 a 22 euro per azione»

**TRENTO** Compie dieci anni la quotazione in Borsa di **Italian Wine Brands (IWB)**, tra i primissimi gruppi privati nazionali del vino per fatturato — passato da circa 140 milioni di euro nel 2015 a circa 430 milioni attuali, con oltre l'80% delle vendite realizzate sui mercati internazionali —, un leader di settore e la prima società del mondo del vino italiano ad essere quotata.

La fondazione del Gruppo **IWB** di fatto avviene nel 2015, contestualmente alla quotazione sull'allora mercato AIM (oggi EGM), attraverso una 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 di Rovereto e la piemontese Giordano Vini.

«Quest'»avventura» è iniziata in Trentino, dove man-

teniamo sempre una sede, a Rovereto, peraltro in crescita anche negli ultimi anni e non abbiamo intenzione di spostarla. In questi 10 anni dalla quotazione — fa sapere Alessandro Mutinelli, trentino, presidente e amministratore delegato di **IWB** oltre che proprietario di Provinco Italia — abbiamo sempre guardato avanti, al domani, al nuovo da sviluppare, a come si poteva crescere e rendere **IWB** sempre più forte sul mercato. 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».

Con 160 milioni di bottiglie prodotte e vendute **IWB** è tra i primi tre operatori italiani del settore, con forte vocazione all'export (80 % del fatturato): sotto la guida di Mutinelli, **Italian Wine Brands** è cresciuta organicamente e, attraverso cinque acquisizioni (**Svinando** nel 2018, **Raphael Dal Bo** nel 2020, **Enoitalia** nel 2021, **Enovation Brands** e **Barbanera** nel 2022), rappresenta un esempio di come la finanza, abbina a capacità e visione imprenditoriali, consenta di accelerare la crescita.

Oggi **IWB** è una vera public company, con migliaia di

azionisti, tra cui istituzionali italiani ed esteri e privati cittadini. «Dal debutto sul mercato nel 2015, il titolo di **Italian Wine Brands** in Borsa — fa sapere Mutinelli — 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'IPO, 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».

Il gruppo comprende nel suo portafoglio oltre settanta brand proprietari e private label divisi per fasce di prodotto. Tra i progetti, **IWB** sta lanciando sui mercati del

# CORRIERE DEL TRENTINO

Data: 01.02.2025      Pag.: 1,7  
 Size: 459 cm2      AVE: € 5967.00  
 Tiratura:  
 Diffusione: 4935  
 Lettori:



centro-nord Europa tre tipologie a zero alcol, «nicchia di mercato in crescita», con il marchio Grande Alberone: il primo sarà uno sparkling, a cui seguiranno anche un bianco e un rosso fermi. In Italia la distribuzione sarà affidata inizialmente al negozio on-line Svinando.

**Francesca Negri**  
 © RIPRODUZIONE RISERVATA



L'ad  
 Questa  
 avventura  
 è iniziata in  
 Trentino,  
 dove  
 mante-  
 niamo  
 sempre  
 una sede,  
 a Rovereto,  
 peraltro  
 in crescita  
 anche negli  
 ultimi anni  
 Non  
 abbiamo  
 intenzione  
 di spostarla