

## Italian Wine Brands: i primi 10 anni in Borsa dell'azienda che punta a rivoluzionare il vino italiano

[winecouture.it/2025/02/03/italian-wine-brands-i-primi-10-anni-in-borsa-dellazienda-che-punta-a-rivoluzionare-il-vino-italiano/](https://winecouture.it/2025/02/03/italian-wine-brands-i-primi-10-anni-in-borsa-dellazienda-che-punta-a-rivoluzionare-il-vino-italiano/)

DI Matteo Borré

3 febbraio 2025



Una sfida vinta, nonostante i dubbi di chi all'inizio sosteneva che il vino non fosse affare da mercato di capitali. Sono i primi 10 anni in Borsa di **Italian Wine Brands (IWB)**. "10 anni sono lunghi e in questo tempo sono state fatte tante cose, ma oggi possiamo dire di aver vinto la sfida. Un successo figlio di un lavoro di squadra", sottolinea Alessandro Mutinelli, presidente e Ceo di **IWB**, raccontando un decennio di crescita e cosa ha condotto al faticoso passo. La decisione di quotarsi, infatti, frutto di un distacco dalla comfort zone di un'azienda di successo e, soprattutto, di una visione imprenditoriale che ha voluto alzare lo sguardo e puntare a nuovi orizzonti, quelli di una battaglia che al tempo non era ancora iniziata, fatta di richieste da parte di clienti sempre più grandi e internazionali, da un lato, e di dimensioni troppo contenute per soddisfare le richieste del mercato delle realtà del vino italiano, dall'altro. Da qui la decisione di cambiare, grazie all'aggregazione tra aziende e una crescita

rapida: quello che poi si è tramutato, grazie al sostegno degli investitori, in **Italian Wine Brands**. Una realtà, da allora, sotto l'occhio dei riflettori, diventata la prima azienda privata italiana del vino, passando dai 138 milioni di euro di fatturato agli attuali oltre 400.

“700mila bottiglie vendute ogni giorno, un Ebitda passato dai 12 milioni di euro del 2015 agli intorno dei 50 milioni di quest'anno e la capitalizzazione di borsa che ha superato i 220 milioni di euro”, prosegue Mutinelli snocciolando i numeri.

Una nuova rotta, quella intrapresa, che ha condotto a importanti traguardi, facendo valere la pena l'aver accettato il rischio del cambiamento e l'abbandono della propria precedente comfort zone.

“Non si è mai arrivati, quando si fa impresa: dopo aver scalato la montagna più alta su cui nessuno era mai salito, quella della quotazione in borsa, dalla cima vediamo nuovi orizzonti. Il nostro cammino, dunque, non è terminato e le direttrici del futuro sono tre: per prima, quella che deve diventare il nostro mantra, ovvero la creazione di valore attraverso i nostri top brand; poi, innovazione di prodotto, perché i consumatori vanno conquistati ogni giorno; infine, prosegue l'attività di M&A ma con scelte selettive, se sono funzionali ai primi due punti”.



## La sfida della prima azienda del vino italiano quotata in Borsa: **Italian Wine Brands** 10 anni dopo

Per celebrare i 10 anni dalla quotazione in Borsa, festeggiato a Milano il 28 gennaio proprio a Palazzo Mezzanotte dove tutto ha avuto inizio il 29 gennaio 2015, l'Assemblea degli azionisti di **IWB** ha approvato un dividendo straordinario da 0,5 euro ad azione, in considerazione dell'eccezionale percorso di crescita e di creazione di valore realizzato dalla società lungo il decennio. Corrisposto, inoltre, un premio straordinario di 1.000 euro per ciascun dipendente del Gruppo, come tangibile riconoscimento per la competenza, la passione e la dedizione sempre dimostrate.

Dal debutto sul mercato, il titolo di **Italian Wine Brands** in Borsa 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.

Non a caso, attualmente **Italian Wine Brands** è tra i primissimi gruppi privati nazionali per fatturato, un leader di settore che traina una filiera di eccellenza importante come quella vitivinicola italiana, con un forte e riconosciuto posizionamento, grazie a prodotti a marchio proprietario venduti in tutto il mondo, attraverso i principali canali distributivi costantemente presidiati. Il tutto, favorito anche dalla crescita per linee esterne, in linea con gli obiettivi cardini del management fin dal primo giorno di quotazione.



Oltre a Giordano Vini e Provinco Italia, le due realtà alle origini della storia, nel corso degli anni il Gruppo ha aggregato altre cinque aziende – Svinando, Raphael Dal Bo, [Enoitalia](#), Enovation Brands e Barbanera – coinvolgendo tutti i fondatori e le famiglie delle aziende via via consolidate nel progetto e nel capitale della società.

[Italian Wine Brands](#) ha visto nei 10 anni del suo percorso un incremento significativo del fatturato, passato come detto da circa 140 milioni di euro nel 2015 a circa 400 milioni attuali, con oltre l'80% delle vendite realizzate sui mercati internazionali.

Oggi [IWB](#) vanta ben cinque laboratori di analisi impegnati a monitorare costantemente la qualità di materie prime e prodotti, distribuendo circa 160 milioni di bottiglie in oltre 90 Paesi su cinque continenti, rispetto alle 44 milioni vendute nel 2015. Il Gruppo comprende nel suo portafoglio oltre 70 brand proprietari e private labels divisi per fasce di prodotto, che comprovano la sua capacità nel creare vini di elevata qualità in grado di rispondere al gusto, sempre in evoluzione, di qualsiasi estimatore.

Con una presenza consolidata nei mercati internazionali e nuovi obiettivi di sviluppo, [Italian Wine Brands](#), simbolo dell'innovazione e della tradizione italiana, si prepara ad affrontare i prossimi anni con la stessa determinazione e passione che hanno guidato il suo percorso di

successo fino ad ora.

“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”, sottolinea Alessandro Mutinelli, presidente e Ceo di **IWB**.

“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, che affronteremo con competenza entusiasmo e voglia di arrivare”.

A fare eco le parole di Simone Strocchi, consigliere di **IWB** e promotore con **Electa** Ventures dell’operazione di quotazione nel 2015, che chiosa:

“Sembra ieri quando **IWB** ha avviato il suo percorso con l’ingresso in Borsa agevolato dalla nostra innovativa pre-booking company Ipo Challenger. Da allora la Società è sempre cresciuta, sotto la determinata guida di Alessandro Mutinelli, animata da un gruppo di imprenditori e manager sempre più forte e appassionato, nella dichiarata missione di costruire un gruppo vinicolo italiano leader di settore. **IWB** è oggi una realtà importante, un’opportunità di investimento per tutti coloro che vogliono dividerne la crescita ed è un esempio illuminante per la formazione di nuovi campioni di industry in settori diversi, che intendano essere promotori di aggregazione di distretti e filiere di eccellenza italiana. Vogliamo, possiamo e dobbiamo sostenere la nascita di altri campioni di impresa sul modello **IWB**, favorendo l’incontro costruttivo tra risparmio e progetti imprenditoriali italiani ambiziosi”.



---

Alessandro Mutinelli presidente e Ceo, e Simone Strocchi, consigliere e promotore dell'operazione di quotazione [Iwb](#)