

Comunicato Stampa

ITALIAN WINE BRANDS ALL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE: AGGREGAZIONE E INNOVAZIONE PER RAFFORZARE LA COMPETITIVITÀ DEL VINO ITALIANO

Il Presidente Alessandro Mutinelli intervenuto oggi presso il convegno SIDEA-SIEA-CeSET alla plenaria dedicata ai modelli competitivi per lo sviluppo territoriale: "La sfida è combinare l'identità e la specializzazione delle nostre eccellenze con gli strumenti e le competenze che derivano dalla scala"

Milano, 2 settembre 2026 – Italian Wine Brands ("IWB"), il più grande Gruppo vinicolo italiano quotato in Borsa, è stato protagonista al 2° Convegno congiunto SIDEA-SIEA-CeSET dal titolo *"Territori rurali in transizione: politiche, innovazioni e futuri possibili"*, in programma dall'1 al 4 settembre presso il Campus di Novoli dell'Università degli Studi di Firenze.

Il Presidente e Amministratore Delegato di Italian Wine Brands, **Alessandro Mutinelli**, è intervenuto nell'ambito della plenaria dedicata alle leve che il sistema agroalimentare italiano può utilizzare per crescere, innovare e rafforzare la propria competitività. Il confronto, dal titolo *"Dal prodotto al sistema: traiettorie di innovazione per la competitività delle imprese e del territorio"*, è stato moderato da Stefanella Stranieri dell'Università di Milano, insieme a Federico Desimoni, Direttore del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena.

Al centro dell'intervento di Mutinelli l'esperienza di **Italian Wine Brands come modello di aggregazione in un settore caratterizzato da una forte frammentazione**, nel quale la piccola dimensione rappresenta allo stesso tempo un elemento distintivo – per specializzazione, identità e legame con il territorio – e una possibile limitazione quando si tratta di affrontare mercati sempre più internazionali e competitivi. La storia di IWB rappresenta, in questo senso, un esempio di come sia possibile **combinare identità e scala**: preservare le caratteristiche distintive delle singole realtà e dei territori e, contemporaneamente, mettere a sistema competenze e strumenti in ambiti quali produzione, logistica, pianificazione, controllo di gestione, marketing internazionale, finanza, digitale e distribuzione. Partendo dalla quotazione del 2015, oggi IWB si distingue per essere una vera public company che opera in tutti i canali (on-trade, off-trade ed on-line), distribuendo circa 160 milioni di bottiglie in oltre 95 Paesi nel mondo, in tutti e cinque i continenti, con un portafoglio di oltre 70 brand proprietari e private labels divisi per fasce di prodotto.

L'intervento di Mutinelli si è poi concentrato sul concetto di **innovazione aldilà della sola dimensione tecnologica**. Per IWB innovare significa anche ripensare il modo di pianificare e prendere decisioni, leggere i mercati, gestire la supply chain, utilizzare i dati, sviluppare le competenze e razionalizzare attività e processi, concentrando risorse e investimenti sulle aree in grado di generare maggiore valore.

In uno dei passaggi del proprio intervento, **Alessandro Mutinelli** ha ribadito come *"nel vino non dobbiamo scegliere tra piccolo e grande, tra identità e scala, ma la sfida è preservare ciò che rende unico il nostro sistema – territori, prodotti, competenze e storie – mettendogli però a disposizione gli strumenti necessari per competere su scala globale. Per questo l'innovazione non è soltanto tecnologia: è anche capacità manageriale, semplificazione, organizzazione,*

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 1.124.468,8
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



utilizzo dei dati, sviluppo dei brand e scelta dei mercati e dei canali sui quali investire. La grande dimensione deve servire a portare più lontano l'identità dei nostri territori, non a sostituirla".

Il Convegno SIDEA-SIEA-CeSET proseguirà fino al 4 settembre con sessioni plenarie e parallele dedicate, tra gli altri temi, alle trasformazioni dei territori rurali, alla sostenibilità, all'innovazione, alla competitività delle imprese agroalimentari e all'evoluzione dei mercati.

Italian Wine Brands (IWB) è il più grande gruppo vinicolo privato italiano quotato che produce vini di qualità provenienti dalle più rinomate zone viticole d'Italia e li distribuisce su scala globale in tutti i canali di vendita. Quotato in Borsa sul segmento EGM dal 2015, sotto la guida di Alessandro Mutinelli IWB 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. Attualmente IWB contempla sei società, grazie alla crescita per linee esterne che negli ultimi sette anni ha portato all'ingresso nel perimetro di altre aziende vinicole, per una riorganizzazione del perimetro del Gruppo che oggi contempla: Holding IWB SPA; IWB Italia S.p.A; Giordano Vini; Raphael Dal Bo Ag; Enovation brands Inc; IWB Uk, coinvolgendo tutti i fondatori e le famiglie delle aziende integrate nel progetto e nel capitale della società. Oggi IWB è una vera public company che opera in tutti i canali (on-trade, off-trade ed on-line), distribuendo circa 160 milioni di bottiglie in oltre 95 Paesi nel mondo, in tutti e cinque i continenti, con un portafoglio di oltre 70 brand proprietari e private labels divisi per fasce di prodotto.

PER INFORMAZIONI

Italian Wine Brands S.p.A.

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

Value Track SIM S.p.A.

Euronext Growth Advisor
Viale Luigi Majno, 17/A, Milano
ecm@value-track.com
+39 02 87185120

Ufficio Stampa

Spriano Communication & Partners

Via Santa Radegonda 16, Milano
Matteo Russo +39 347 9834881
mrusso@sprianocommunication.com
Cristina Tronconi +39 346 0477901
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 1.124.468,8
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968

Press Release

ITALIAN WINE BRANDS AT THE UNIVERSITY OF FLORENCE: CONSOLIDATION AND INNOVATION TO STRENGTHEN THE COMPETITIVENESS OF ITALIAN WINE

Chairman Alessandro Mutinelli spoke today at the SIDEA-SIEA-CeSET Conference during the plenary session dedicated to competitive models for territorial development: “The challenge is to combine the identity and specialization of our outstanding businesses with the tools and expertise that come with scale”

Milan, 2 September 2026 – **Italian Wine Brands (“IWB”)**, Italy’s largest publicly listed wine group, took part in the 2nd Joint SIDEA-SIEA-CeSET Conference, entitled “Rural territories in transition: policies, innovations and possible futures”, taking place from 1 to 4 September at the Novoli Campus of the University of Florence.

Alessandro Mutinelli, Chairman and Chief Executive Officer of Italian Wine Brands, spoke during the plenary session dedicated to the levers that the Italian agri-food system can use to grow, innovate and strengthen its competitiveness. The discussion, entitled “*From product to system: innovation pathways for the competitiveness of businesses and territories*”, was moderated by Stefanella Stranieri of the University of Milan, together with Federico Desimoni, Director of the Consortium for the Protection of Balsamic Vinegar of Modena.

Mutinelli’s remarks focused on the experience of Italian Wine Brands as a model of consolidation in a highly fragmented sector, where small scale is both a distinctive feature – in terms of specialization, identity and ties to local areas – and a potential limitation when competing in increasingly international and competitive markets. In this respect, IWB’s history is an example of **how identity and scale can be combined**: preserving the distinctive characteristics of individual businesses and territories while, at the same time, pooling expertise and tools in areas such as production, logistics, planning, management control, international marketing, finance, digital and distribution. Since its listing in 2015, IWB has developed into a true public company operating across all channels (on-trade, off-trade and online), distributing approximately 160 million bottles in more than 95 countries worldwide, across all five continents, with a portfolio of over 70 proprietary brands and private labels spanning different product segments.

Mutinelli then focused on the concept of **innovation beyond the technological dimension alone**. For IWB, innovation also means rethinking the way planning and decision-making are carried out, understanding markets, managing the supply chain, using data, developing skills and streamlining activities and processes, concentrating resources and investments on the areas capable of generating the greatest value.

During his statements, **Alessandro Mutinelli** emphasized that “*in the wine sector, we should not have to choose between small and large, or between identity and scale. The challenge is to preserve what makes our system unique – its territories, products, expertise and stories – while providing it with the tools needed to compete on a global scale. This is why innovation is not just about technology: it is also about managerial capabilities, simplification, organization, the use of data, brand development, and choosing the markets and channels in which to invest. Scale should help take the identity of our territories further, not replace it*”.

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 1.124.468,8
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



The SIDEA-SIEA-CeSET Conference will continue until 4 September with plenary and parallel sessions addressing, among other topics, the transformation of rural territories, sustainability, innovation, the competitiveness of agri-food businesses and the evolution of markets.

Italian Wine Brands (IWB) is Italy's largest privately owned listed wine group, producing quality wines from the country's most renowned wine-growing regions and distributing them globally across all sales channels. Listed on the EGM market since 2015, under the leadership of Alessandro Mutinelli IWB ranks among Italy's leading privately owned groups by revenue and is a sector leader driving one of the country's key value chains of excellence, the Italian wine industry. The Group has a strong and recognized market positioning, supported by proprietary-brand products sold worldwide through the main distribution channels in which it maintains a constant presence. IWB currently comprises six companies, following an external growth strategy that over the past seven years has brought additional wine businesses into the Group and led to a reorganization of its structure, which today includes: Holding IWB S.p.A.; IWB Italia S.p.A.; Giordano Vini; Raphael Dal Bo AG; Enovation Brands Inc.; and IWB UK, involving the founders and families of the businesses integrated into the project and into the company's share capital. Today, IWB is a true public company operating across all channels (on-trade, off-trade and online), distributing approximately 160 million bottles in more than 95 countries worldwide, across all five continents, with a portfolio of over 70 proprietary brands and private labels spanning different product segments.

FOR FURTHER INFORMATION

Italian Wine Brands S.p.A.

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

Value Track SIM S.p.A.

Euronext Growth Advisor
Viale Luigi Majno, 17/A, Milano
ecm@value-track.com
+39 02 87185120

Ufficio Stampa

Spriano Communication & Partners

Via Santa Radegonda 16, Milano
Matteo Russo +39 347 9834881
mrusso@sprianocommunication.com
Cristina Tronconi +39 346 0477901
ctrnconi@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 1.124.468,8
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968