

Informazione Regolamentata n. 20061-2-2023	Data/Ora Ricezione 30 Gennaio 2023 17:38:54	Euronext Growth Milan
--	---	-----------------------

Societa' : ITALIAN WINE BRANDS

Identificativo : 171996

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : IWBNO6 - x

Tipologia : 2.2

Data/Ora Ricezione : 30 Gennaio 2023 17:38:54

Data/Ora Inizio : 30 Gennaio 2023 17:38:58

Diffusione presunta

Oggetto : Italian Wine Brands conferma un 2022 in
crescita

Testo del comunicato

Vedi allegato.



**ITALIAN WINE BRANDS CONFERMA UN 2022 IN CRESCITA
POSIZIONANDOSI COME PRIMO GRUPPO VINICOLO ITALIANO NON
COOPERATIVO PER DIMENSIONE¹ CON
VENDITE CONSOLIDATE PRO-FORMA PARI A EURO 430,4 milioni
(+5,3% sul 2021)**

Milano, **30 gennaio 2022** – In data odierna il Consiglio di Amministrazione di Italian Wine Brands S.p.A. (“IWB” o il “Gruppo”) ha approvato i ricavi consolidati su base annua pro-forma² pari a complessivi Euro 430,4 milioni (+5,2% sul 2021). I risultati raggiunti posizionano il Gruppo quale principale player non cooperativo del vino italiano per dimensione.

La dinamica di crescita dei ricavi è stata determinata dalle operazioni di M&A completate dal Gruppo nel corso dell’anno: Enovation Brands Inc. e Barbanera. In particolare, con l’acquisizione di Enovation, IWB ha inteso incorporare integralmente la sua presenza diretta nei supermercati e sul canale *ho.re.ca.* dei mercati statunitense e canadese, i più importanti per il vino italiano. Con l’acquisizione di Barbanera, apprezzata casa vinicola toscana, il Gruppo ha invece incrementato la sua offerta di vini premium - con particolare riferimento al canale *ho.re.ca.* fino a oggi meno penetrato – e raggiunto un presidio diretto in Toscana con una cantina di proprietà.

Con queste acquisizioni, IWB ha confermato la capacità di assecondare la crescita del business attraverso mirate operazioni di M&A che garantiscono i) diversificazione dei canali di vendita, ii) penetrazione di nuovi mercati e iii) rafforzamento del *sourcing* di prodotto e ha posto quindi le basi per il raggiungimento di obiettivi di medio termine in linea con la creazione di valore per gli *stakeholders*.

Il canale *wholesale* del Gruppo (cd. vendita alle catene *retail* nazionali e internazionali) è cresciuto pro-forma dell’1,4% sul 2021 ma con una lieve contrazione del volume d’affari a livello organico legata per circa 2/3 a difficoltà riscontrate nella tenuta della *supply chain* - con particolare riferimento alla disponibilità di vetro - e per circa 1/3 al ritracciamento della domanda di consumo di vino nella grande distribuzione organizzata. Il canale *distance selling* (cd. vendita diretta ai privati), dopo il boom degli anni della pandemia, ha registrato un riassetto dei ricavi sui livelli del 2019 facendo comunque registrare un sensibile rafforzamento delle vendite *online*. Infine, sempre dal punto di vista organico, il canale *ho.re.ca.* ha fatto segnare una robusta crescita sul 2021 grazie alle positive performance registrate in UK, Stati Uniti e Canada.

Nelle tabelle di seguito vengono rappresentati i ricavi pro-forma² delle vendite suddivisi per mercato e per canale distributivo.

¹ Fonte: “Indagine sul settore vinicolo” – Mediobanca, Maggio 2022.

² Ricavi riferiti a tutte le società attualmente del perimetro del gruppo per il periodo 1 gennaio 2022 – 31 dicembre 2022.

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

ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 21/22	Cagr 19/22
Totale Ricavi delle Vendite	430.312	408.934	204.311	157.494	5,23%	39,80%
Ricavi delle Vendite - Italia	73.521	75.681	39.539	33.333	(2,86%)	30,17%
Ricavi delle Vendite - Estero	355.356	332.342	164.080	123.544	6,92%	42,22%
Altri ricavi	1.436	910	692	617	57,77%	32,52%

	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 21/22	Cagr 19/22
Totale Ricavi delle Vendite	430.312	408.934	204.311	157.494	5,23%	39,80%
Ricavi wholesale	303.471	299.379	119.629	87.654	1,37%	51,28%
Ricavi distance selling	68.545	82.706	83.990	69.223	(17,12%)	(0,33%)
<i>Direct Mailing</i>	34.539	43.701	43.175	37.373	(20,97%)	(2,59%)
<i>Teleselling</i>	13.902	16.806	17.502	18.457	(17,28%)	(9,02%)
<i>Digital / WEB</i>	20.104	22.198	23.312	13.393	(9,43%)	14,50%
Ricavi ho.re.ca	56.860	25.938	0	0	119,21%	NA
Altri ricavi	1.436	910	692	617	57,77%	32,52%

Si ricorda che i risultati al 31 dicembre 2022 verranno approvati dal Consiglio di Amministrazione della Società previsto per il prossimo 23 marzo 2023 e presentati all'Assemblea degli Azionisti prevista per il prossimo 26 aprile 2023, in prima convocazione, e 27 aprile in seconda convocazione.

Alessandro Mutinelli, Presidente e AD del Gruppo, dichiara: "Il 2022 è stato un anno di soddisfazione per la felice conclusione di due mirate acquisizioni alle quali stavamo lavorando da tempo. Queste ci consentiranno di affacciarci con maggiore capillarità sul mercato statunitense e canadese e di poter disporre di una cantina di produzione di altissimo pregio in Toscana, zona vinicola sino a ora non coperta dal gruppo e dalle grandi opportunità internazionali. Nel corso dell'esercizio abbiamo dovuto fronteggiare una crescente inflazione dei fattori produttivi, che solo parzialmente è stata ribaltata sui nostri clienti e una carenza di bottiglie di vetro, che ha limitato le nostre spedizioni. Siamo riusciti, tuttavia, a mantenere e sviluppare la base clienti del gruppo, diversificando il nostro portafoglio prodotti e sviluppando tutti i canali di vendita. Per il 2023 abbiamo rivisto i nostri listini prezzi, per recuperare marginalità ed abbiamo impostato un programma di efficientamento interno, che porterà ad una semplificazione organizzativa del gruppo, che oggi conta nove società con sette sedi in Italia e due all'estero. Abbiamo continuato ad investire, anche in risorse umane, per essere sempre più competitivi, innovativi e orientati al cliente e questo, alla fine, è l'unica cosa che può garantire una crescita sostenibile e duratura."

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

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 1.124.468,8

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



ITALIAN WINE BRANDS CONFIRMS A GROWING 2022 POSITIONING AS THE FIRST ITALIAN NON-COOPERATIVE WINE GROUP BY DIMENSION WITH PRO-FORMA CONSOLIDATED SALES³ OF EURO 430.4 million (+5.3% on 2021)

Milan, **30 January 2022** – Today the Board of Directors of Italian Wine Brands S.p.A. (“IWB” or the “Group”) has approved pro-forma⁴ annual consolidated revenues totaling Euro 430.4 million (+5.2% on 2021). The results achieved position the Group as the main non-cooperative player of Italian wine by size.

The revenue growth was determined by the M&A transactions completed by the Group during the year: Enovation Brands Inc. and Barbanera. In particular, with the acquisition of Enovation, IWB intended to fully incorporate its direct presence in supermarkets and on the ho.re.ca channel in the US and Canadian markets, the most important for Italian wine. With the acquisition of Barbanera, an appreciated Tuscan winery, the Group has instead increased its offer of premium wines - with particular reference to the ho.re.ca channel, up to now less penetrated – and reached a direct presence in Tuscany with its own sourcing and production base.

Throughout these acquisitions, IWB has confirmed its ability to support business growth through targeted M&A operations that guarantee i) diversification of sales channels, ii) penetration of new markets and iii) strengthening of product sourcing and has thus laid the foundations for the achievement of medium-term objectives in line with the creation of value for stakeholders.

The Group's wholesale channel (so-called sales to national and international retail chains) grew pro-forma by 1.4% on 2021 but with a slight decline in turnover at an organic level linked approximately 2/3 of which was linked to difficulties encountered in maintaining the supply chain - with particular reference to the availability of glass - and for about 1/3 to the retracement of the demand for wine consumption in large-scale organized distribution. The distance selling channel (direct sales to individuals), after the boom of the pandemic years, recorded a readjustment of revenues to the levels of 2019, however recording a significant strengthening of online sales. Finally, again from an organic point of view, the ho.re.ca. (sales to hotels, restaurant and catering companies) recorded robust growth compared to 2021 thanks to the positive performances recorded in the UK, the United States and Canada.

The tables below show the pro-forma² revenues from sales broken down by market and by distribution channel.

³ Fonte: “Indagine sul settore vinicolo” – Mediobanca, Maggio 2022.

⁴ Ricavi riferiti a tutte le società attualmente del perimetro del gruppo per il periodo 1 gennaio 2022 – 31 dicembre 2022.

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

ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 21/22	Cagr 19/22
Total Net Sales	430.312	408.934	204.311	157.494	5,23%	39,80%
Net Sales - Italy	73.521	75.681	39.539	33.333	(2,86%)	30,17%
Net Sales - International	355.356	332.342	164.080	123.544	6,92%	42,22%
Other Net Sales	1.436	910	692	617	57,77%	32,52%

	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 21/22	Cagr 19/22
Total Net Sales	430.312	408.934	204.311	157.494	5,23%	39,80%
Net Sales - wholesale	303.471	299.379	119.629	87.654	1,37%	51,28%
Net Sales - distance selling	68.545	82.706	83.990	69.223	(17,12%)	(0,33%)
<i>Direct Mailing</i>	34.539	43.701	43.175	37.373	(20,97%)	(2,59%)
<i>Teleselling</i>	13.902	16.806	17.502	18.457	(17,28%)	(9,02%)
<i>Digital / WEB</i>	20.104	22.198	23.312	13.393	(9,43%)	14,50%
Net Sales - ho.re.ca	56.860	25.938	0	0	119,21%	NA
Other Sales	1.436	910	692	617	57,77%	32,52%

The financial results as at 31 December 2022 will be approved by the Company's Board of Directors scheduled for 23 March 2023 and presented to the Shareholders' Meeting scheduled for 26 April 2023, on first call, and 27 April on second call.

Alessandro Mutinelli, Group Chairman and CEO, declares: "2022 was a year of satisfaction for the happy conclusion of two targeted acquisitions that we had been working on for some time. These will allow us to enter the US and Canadian market more extensively and to have a production cellar of the highest quality in Tuscany, a wine area not yet covered by the group and with great international opportunities. During the year we had to face growing inflation of production factors, which was only partially passed on to our customers and a shortage of glass bottles, which limited our shipments. Notwithstanding, we have maintained and developed the group's customer base by diversifying our product portfolio and developing all sales channels. For 2023 we have revised our price lists, to recover margins and we have set up an internal efficiency program, which will lead to an organizational simplification of the group, which today has nine companies with seven offices in Italy and two abroad. We have continued to invest, also in human resources, to be increasingly competitive, innovative and customer-oriented and this is the only action that can assure a sustainable and lasting growth."

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

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@intesasnpaolo.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 1.124.468,8

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

Fine Comunicato n.20061-2	Numero di Pagine: 8
---------------------------	---------------------