



IWB, FINANZA PER LO SHOPPING «IL VINO HA BISOGNO DI CAMPIONI»

di **Anna Di Martino**

Strocchi: nel 2021 di Italian wine brands sarà centrale la strategia per aggregare nuovi marchi. La spinta sui conti del canale digitale. Cdp e Sace nel bond da 130 milioni

Le ambizioni maturano in botte. «Il nostro obiettivo è diventare il primo gruppo vinicolo privato italiano, consolidando altre realtà del settore»: Simone Strocchi, vicepresidente di Italian wine brands, non usa giri di parole per rivelare i progetti della società vitivinicola che per prima si è quotata in Borsa ed è oggi a una public company con un flottante vicino all'80%. Tra i maggiori protagonisti del mercato, Iwb ha chiuso l'ultimo esercizio con un fatturato di 204 milioni, grazie a una crescita del 27,3%, nettamente superiore alla media, che ha sospinto anche il suo valore in Borsa, facendo lievitare il titolo fino a 30 euro (contro i 10 euro al momento della quotazione nel 2015), pari a una performance del +118% solo nell'ultimo anno. Una marcia con il vento in poppa quella di Iwb: mercoledì 5 maggio, è stato sottoscritto in pochi minuti il prestito obbligazionario di 130 milioni deliberato lo scorso 14 aprile, destinato a investitori istituzionali e retail e, ciliegina sulla torta, Italian wine brands ha ricevuto il sostegno di Cassa depositi e Prestiti e Sace, sottoscrittori di una tranche di 25 milioni, evidentemente convinti della strategia di crescita dell'azienda.

Mercato da consolidare

«Con questa operazione il gruppo Iwb si è dotato di una importante integrazione di cassa, funzionale a un'attività di acquisizioni che ci impegna costantemente e sarà centrale in questo 2021», sottolinea Strocchi, ideatore dell'operazione Iwb e anche l'uomo che ne ha promosso la quotazione in Borsa attraverso la Spac

Ipo Challenger.

«L'Italia merita un campione di settore, capace di valorizzare il prodotto vinicolo nazionale, proponendone l'alta qualità a prezzo accessibile e Italian wine brands è determinata ad adempiere a questa funzione, forte del suo track record e del suo alto potenziale, continuando a determinare performance per tutti i suoi stakeholders».

Approdato in Borsa su Aim nel 2015 grazie al consolidamento di due importanti realtà vinicole, la Giordano Vini, storica realtà piemontese specializzata nella vendita diretta e la Provinco Italia, realtà trentina focalizzata sulla grande distribuzione internazionale, la Iwb è cresciuta sia per via organica, sia attraverso l'acquisizione di altre due braccia operative, la Svinando (sito di vendite online di piccole cantine) e la svizzera Raphael Dal Bo, specializzata nell'area dei vini biologici, potenziando così il suo valore: al lordo dei dividendi distribuiti, il gruppo ha di fatto quadruplicato la sua capitalizzazione, oggi pari a 222 milioni, e moltiplicato di 2,5 volte la marginalità lorda e netta.

Langhe e Puglia

Guidato da Alessandro Mutinelli, presidente e ad, Iwb ha la sua sede produttiva nelle Langhe in Piemonte, dove si trovano gli impianti di vinificazione, di affinamento e di imbottigliamento (una seconda cantina è in Puglia); ha una produzione di circa 70 milioni di bottiglie di vini provenienti da diverse zone viticole, e opera attraverso la Gdo e la vendita diretta, ovvero i due canali che hanno corso di più nel 2020. Due terzi della produzione sono destinati all'esportazione

dove il gruppo realizza oltre l'80% del proprio fatturato e anche nel 2020 l'export ha contribuito in maniera decisiva al risultato, con un incremento del 32,8% rispetto al 2019.

Dopo anni di contrazione, anche il mercato italiano ha fatto la sua parte registrando un incremento del 18,6%, grazie in particolare allo sviluppo del canale digitale. In pratica, grazie al suo posizionamento, Iwb è riuscita a ottenere tassi di crescita medi superiori al 24% annuo nel periodo 2018-2020, valore ben al di sopra dell'incremento medio del 2-3% registrato dalle vendite del vino italiano nello stesso periodo, in base alla rilevazione WineMonitor, l'osservatore Nomisma nel mercato del vino.

La crescita del fatturato e delle marginalità di questi anni sono il risultato di un processo di miglioramento in tutte le aree aziendali, ma anche di investimenti massicci su tavoli che si sono rivelati vincenti: un esempio è l'investimento nel canale e-commerce, con Svinando e Giordano, in cui Iwb può vantare una specifica expertise (con oltre 1 milione di clienti privati in Europa), maturata ben prima del boom di questi ultimi mesi.

Oppure l'espansione nella categoria dei prodotti biologici con la Raphael Dal Bo, leader indiscusso in Svizzera. «L'Italian wine brands — continua Strocchi — è una conferma che, se si vuole, si può fare finanza industriale supportando la formazione e crescita di campioni nazionali».

Ecco perché lo schema non cambia. «In questi anni il gruppo ha conquistato il consenso sempre più ampio di clienti nel mondo, ma anche dei mercati finan-

Data: 10.05.2021 Pag.: 34
Size: 473 cm2 AVE: € 53449.00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



ziari che credono nel suo progetto: questo ci inorgoglisce e ci richiama alla responsabilità di dare corso, giocando in attacco, alla nostra missione aggregatrice per continuare a ricambiare con i fatti la fiducia e la passione che ci circonda».



Iwb Da sinistra, Simone Strocchi, vice presidente, e Alessandro Mutinelli, ceo

● **La storia**
Iwb è quotata all'Aim dal 2015. Il gruppo è il risultato di due realtà vinicole (Giordano vini e Provinco), sostenuto da Ipo Challenger, spac promossa da [Electa](#) Ventures di Simone Strocchi