



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 20061-13-2022	Data/Ora Ricezione 22 Marzo 2022 15:01:05	Euronext Growth Milan
---	---	-----------------------

Societa' : ITALIAN WINE BRANDS

Identificativo : 158942

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : IWB03 - x

Tipologia : 1.1

Data/Ora Ricezione : 22 Marzo 2022 15:01:05

Data/Ora Inizio : 22 Marzo 2022 15:01:06

Diffusione presunta

Oggetto : IWB - Il Consiglio di Amministrazione
approva i risultati 2021 - IWB Board of
Directors approves 2021 results

Testo del comunicato

Vedi allegato.



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI ITALIAN WINE BRANDS APPROVA I RISULTATI 2021

Ricavi delle vendite pro-forma¹: Euro 408,9 milioni (+100,1%)
Margine operativo lordo pro-forma¹ restated²: Euro 41,8 milioni (+63, 4%)
Risultato netto di periodo pro-forma restated²: Euro 20,4 milioni (+30,8%)
Risultato netto pro-forma¹ di periodo: Euro 18,3 milioni (+28,9%)
Indebitamento finanziario netto: Euro 108,0³ milioni
Proposta di dividendo di euro 0,10 per azione

Milano, **22 marzo 2022** – Il Consiglio di Amministrazione di Italian Wine Brands S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il progetto di bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021, redatto secondo i principi contabili IAS-IFRS, e ai sensi del Regolamento Emittenti Euronext Growth Milan, che sarà sottoposto all'approvazione della prossima Assemblea degli Azionisti della Società. L'odierno Consiglio ha, altresì, esaminato e approvato la Relazione finanziaria consolidata al 31 dicembre 2021, redatta in conformità ai principi contabili internazionali IFRS.

La Relazione finanziaria consolidata del Gruppo IWB al 31/12/21 evidenzia i seguenti valori (Euro migliaia):

	31.12.2021 pro-forma ¹	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019
Ricavi delle vendite	408.934	313.227	204.311	157.494
Variazione delle rimanenze	19.524	13.333	4.780	1.329
Altri Proventi	2.953	2.645	1.538	1.220
Totali Ricavi	431.411	329.205	210.629	160.043
Costi per acquisti	(295.527)	(217.705)	(123.650)	(92.547)
Costi per servizi	(72.362)	(62.009)	(52.159)	(41.486)
Costo del Personale	(20.492)	(14.563)	(8.125)	(7.441)
Altri costi operativi	(1.200)	(898)	(1.091)	(482)
Totale costi operativi	(389.581)	(295.175)	(185.025)	(141.956)
Margine Operativo Lordo Restated²	41.830	34.030	25.604	18.087
Margine Operativo Lordo	38.809	31.009	23.604	16.304
Risultato Netto Restated	20.464	16.716	15.634	9.185
Risultato Netto	18.286	14.538	14.192	7.899
Indebitamento finanziario netto	121.256	121.256	10.332	10.683
di cui Indebitamento finanziario netto - finanziatori terzi	107.977	107.977	(1.437)	(565)
di cui Indebitamento finanziario netto - prezzo differito acquisizione Raphael Dal Bo AG	0	0	1.861	0
di cui Indebitamento finanziario netto - passività per diritti d'uso	13.279	13.279	9.908	11.248

¹ Dati pro-forma consolidati riferiti a tutte le società attualmente facenti parte del perimetro del gruppo, considerati per il periodo 1 gennaio 2021 – 31 dicembre 2021.

² Dati contabili restated al 31/12/2021 (con riferimento a Margine Operativo Lordo Restated e Risultato Netto Restated) rappresentati al lordo dei costi non ricorrenti, pari complessivamente nell'esercizio a Euro 3.021 migliaia. I costi non ricorrenti sono in particolare ascrivibili a:

- Costi per servizi pari a Euro 917 mila e relativi a: a) Euro 725 mila per l'acquisizione del 100% del capitale sociale di Enoitalia S.p.A. (Euro 301 mila per Tobin Tax, Euro 272 mila per consulenze legali e notariali, Euro 152 mila per financial advisory e due diligence), b) Euro 192 mila per consulenze legali relativi a contenzioso con un ex-agente commerciale e conciliazioni con ex-dipendenti;
- Costi per il personale pari a Euro 262 mila relativi a conciliazioni con un ex-dirigente ed ex-dipendenti;
- Altri costi operativi pari a Euro 116 mila relativi a un ravvedimento operoso su tematiche di I.V.A.;
- Costi per servizi e costi per il personale pari rispettivamente a Euro 1.283 migliaia ed Euro 465 migliaia relativi alla piena maturazione e assegnazione della seconda tranches del Piano di Stock Grant 2020-2022, rappresentativa del 18,75% del valore complessivo del piano stesso e rispondente al raggiungimento di obiettivi di redditività e controllo della posizione finanziaria netta nel corso del 2021 (in particolare Ebitda Restated del 2021 pari ad almeno Euro 41,0 milioni e Rapporto PFN/Ebitda Restated al 31 dicembre 2021 inferiore a 3,0x).

³ Valore al netto dell'effetto IFRS 16

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Ricavi delle vendite

Il gruppo Italian Wine Brands si conferma quale primo gruppo italiano del vino non cooperativo consolidando, su base annua pro-forma⁴, Euro 408,9 milioni di fatturato e registrando quindi un sostanziale raddoppio nel volume d'affari rispetto al 2020. Il principale contributo alla crescita è legato all'acquisizione di Enoitalia S.p.A. (fatturato 2021 pari a Euro 208,4 milioni), finalizzata nel mese di luglio 2021.

La dinamica dei ricavi per paese è caratterizzata sia dall'ulteriore rafforzamento del Gruppo sui mercati internazionali, dove sono stati realizzati ricavi delle vendite per circa Euro 332,3 milioni (+102,55% rispetto al 2020), sia da un maggiore presidio sul mercato domestico, con ricavi delle vendite pari a circa Euro 75,7 milioni (+91,4% rispetto al 2020).

Valori in migliaia di euro

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Totale Ricavi delle Vendite	408.934	204.311	157.494	100,15%	61,14%
Ricavi delle Vendite - Italia	75.681	39.539	33.333	91,41%	50,68%
Ricavi delle Vendite - Estero	332.342	164.080	123.544	102,55%	64,01%
Altri ricavi	910	692	617	31,49%	21,46%

Nello scenario internazionale, Italian Wine Brands è oggi presente con significative quote di mercato in Germania (5,4%), Inghilterra (13,2%) e Svizzera (11,8%), rispettivamente secondo, terzo e quarto paese per valore delle esportazioni di vino italiano all'estero. Il gruppo è invece presente in misura ancora limitata negli Stati Uniti (quota di mercato dell'1,1%), paese che si configura come primo mercato di sbocco per il vino italiano all'estero nonché il più attraente quanto a potenzialità di crescita e marginalità. A tal proposito, la finalizzazione dell'operazione di acquisizione di Enovation Brands Inc. e la presenza con una propria struttura commerciale consentiranno già nel corso del 2022 di cogliere appieno le opportunità di sviluppo offerte dal mercato americano.

	Valore esportazioni vino italiano nel 2021 (€/m)	Fatturato IWB 2021 (€/m)	Quota di mercato IWB 2021	Valore esportazioni vino italiano nel 2013 (€/m)	Tasso di crescita composto annuo delle esportazioni 2013-2021
USA	1.720,0	19,3	1,1%	1.077,0	6,0%
Germania	1.134,0	61,6	5,4%	1.020,0	1,3%
Inghilterra	743,0	98,0	13,2%	620,0	2,3%
Svizzera	415,0	49,1	11,8%	314,0	3,5%
Totale	4.012,0	227,9	5,7%	3.031,0	3,6%
Totale Esportazioni di vino italiano all'Estero	7.113,0			5.041,0	4,4%

Nota: Dati di mercato rilevati da Istat, Uniontrade e Winemonitor Nomisma e rielaborati internamente.

Risulta infine molto contenuta l'esposizione del gruppo alle vendite realizzate nella Federazione Russa che ammontano nel 2021 complessivamente a circa Euro 2,0 milioni, già quasi completamente incassati da parte di IWB prima dello scoppio della guerra in Ucraina.

⁴ Dati pro-forma consolidati riferiti a tutte le società attualmente facenti parte del perimetro del gruppo, considerati per il periodo 1 gennaio 2021 – 31 dicembre 2021.

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 1.046.265,80
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

La dinamica dei ricavi per canali distributivi evidenzia il completamento dell'offerta dei prodotti del gruppo anche sul canale Ho.Re.Ca. (hotel, ristorazione e catering), il marcato rafforzamento del *wholesale* (vendita alle catene della Grande Distribuzione Organizzata, ai monopoli statali) e un'importante tenuta del canale *distance selling* (vendita diretta ai privati) grazie alla resilienza del modello di business *e-commerce* e tradizionale anche in fase post-pandemica, sia in Italia che all'estero.

Valori in migliaia di euro

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Totale Ricavi delle Vendite	408.934	204.311	157.494	100,15%	61,14%
Ricavi <i>wholesale</i>	299.379	119.629	87.654	150,26%	84,81%
Ricavi <i>distance selling</i>	82.706	83.990	69.223	(1,53%)	9,31%
<i>Direct Mailing</i>	43.701	43.175	37.373	1,22%	8,14%
<i>Teleselling</i>	16.806	17.502	18.457	(3,98%)	(4,58%)
<i>Digital / WEB</i>	22.198	23.312	13.393	(4,78%)	28,74%
Ricavi <i>ho.re.ca</i>	25.938	0	0	NA	NA
Altri ricavi	910	692	617	31,49%	21,46%

I ricavi **Wholesale** hanno registrato uno sviluppo molto sostenuto nel corso degli ultimi 3 anni, passando da Euro 87,7 milioni del 2019 a Euro 299,4 milioni del 2021. La crescita è da attribuirsi sia allo sviluppo organico, pari nel periodo in esame a Euro 17,4 milioni, legato alla crescita dei marchi proprietari del gruppo sia all'acquisizione di società operanti nel settore vinicolo, pari nel periodo in esame a Euro 194,3 milioni. In particolare, l'acquisizione di Enoitalia ha contribuito per Euro 182,4 milioni nel corso del 2021 e l'acquisizione di Raphael Dal Bo AG ha contribuito per Euro 11,9 milioni nel corso del 2020. A valle di tale crescita, sensibilmente superiore a quella registrata dal mercato nel medesimo periodo (vedi tabelle sopra), il canale distributivo *wholesale* si conferma quindi di gran lunga il principale contributore di ricavi del gruppo arrivando a rappresentare nel 2021 il 73,2% dei ricavi di vendita complessivi (58,6% nel 2020, 55,7% nel 2019).

La divisione **distance selling** dopo la forte crescita registrata nel 2020 è riuscita sostanzialmente a mantenere i volumi e a incrementare i margini nel corso del 2021 grazie al consolidamento della strategia di espansione sui canali digitali e la focalizzazione sui paesi esteri.

Il 2021, con l'acquisizione di Enoitalia S.p.A, segna inoltre l'ingresso del Gruppo nel canale **Ho.re.ca** che costituisce un essenziale completamento del portafoglio canali nell'ambito del Gruppo e che consentirà un significativo miglioramento del presidio della base clienti nelle differenti occasioni di consumo. L'Inghilterra, con circa Euro 16,5 milioni di fatturato, si conferma il primo mercato on-trade per il Gruppo seguito da Stati Uniti (Euro 3,9 milioni) e Canada (Euro 1,6 milioni).

Marginalità

Il gruppo Italian Wine Brands ha realizzato nel corso del 2021 un Margine Operativo Lordo restated pro-forma⁵ consolidato pari a Euro 41,8 milioni che si confronta con un Margine Operativo Lordo restated consolidato del 2020 pari a Euro 25,6 milioni. La marginalità sul fatturato si è attestata nel 2021 al 10,2% rispetto al 12,4% del 2020. Sia l'Ebitda restated a valori assoluti che la marginalità sul fatturato sono stati impattati dall'acquisizione di Enoitalia S.p.A..

⁵ Dati pro-forma consolidati riferiti a tutte le società attualmente facenti parte del perimetro del gruppo, considerati per il periodo 1 gennaio 2021 – 31 dicembre 2021.

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Ricavi delle vendite e altri ricavi	411.887	205.849	158.714	100,09%	61,09%
Consumi di materie prime	(276.003)	(118.870)	(91.218)	132,19%	73,95%
% su totale ricavi	(67,01%)	(57,75%)	(57,47%)		
Costi per servizi	(72.362)	(52.159)	(41.486)	38,73%	32,07%
% su totale ricavi	(17,57%)	(25,34%)	(26,14%)		
Personale	(20.492)	(8.125)	(7.441)	152,21%	65,95%
% su totale ricavi	(4,98%)	(3,95%)	(4,69%)		
Altri costi operativi	(1.200)	(1.091)	(482)	9,99%	57,79%
% su totale ricavi	(0,29%)	(0,53%)	(0,30%)		
Margine Lordo operativo Restated	41.830	25.604	18.087	63,37%	52,08%
% su totale ricavi	10,16%	12,44%	11,40%		

Più in dettaglio, nel corso dell'esercizio 2021, l'incidenza dei Consumi di materie prime sul fatturato è incrementata dal 57,8% al 67,0% per il diverso "mix" delle vendite, spostate sempre più sul canale wholesale, caratterizzato strutturalmente da una maggiore incidenza della materia prima sul venduto rispetto alle vendite del canale *distance selling*. Contestualmente, e per lo stesso motivo, si è assistito a un'ulteriore riduzione dell'incidenza dei costi per servizi sui ricavi delle vendite dal 25,3% al 17,6%. Risulta in lievissimo incremento l'incidenza del costo del personale (dal 4,0% al 5,0%) legato alla maggiore porzione di produzione interna realizzata da Enoitalia rispetto allo storico perimetro di attività di IWB prima dell'acquisizione.

Relativamente alla marginalità operativa del 2021, si segnala che nei mesi di novembre e dicembre dell'anno si sono registrate tensioni sui prezzi di acquisto della materia prima, sia della componente "vino" (in particolare Prosecco) che della componente "materiali secchi" che hanno inciso negativamente sulla marginalità dei ricavi realizzati tra novembre e dicembre nei confronti della grande distribuzione organizzata (ricavi realizzati sulla base dei listini 2021). Tali aumenti di costo sono stati per la quasi totalità ribaltati sui prezzi ai clienti della grande distribuzione organizzata a partire dal 1° gennaio 2022, grazie al riallineamento verso l'alto dei listini di vendita.

Le dinamiche di marginalità sopra descritte, unite all'incremento degli ammortamenti e degli oneri finanziari legati all'emissione del Bond da Euro 130 milioni finalizzata nel mese di maggio 2021, portano alla formazione di un Risultato Netto del 2021 che si assesta a Euro 18,3 milioni, dato sensibilmente superiore agli Euro 14,2 milioni del 2020. Di seguito i dettagli.

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Valori Restated in migliaia di euro

	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Margine Operativo Lordo Restated	41.830	25.604	18.087	63,37%	52,08%
Svalutazioni	(1.212)	(1.427)	(1.233)	(15,07%)	(0,86%)
% su totale ricavi	(0,29%)	(0,69%)	(0,78%)		
Ammortamenti	(9.264)	(3.960)	(3.349)	133,94%	66,32%
% su totale ricavi	(2,25%)	(1,92%)	(2,11%)		
Oneri di natura non ricorrente	(3.021)	(2.000)	(1.783)	51,04%	30,16%
% su totale ricavi	(0,73%)	(0,97%)	(1,12%)		
Oneri finanziari	(4.308)	(1.186)	(1.223)	263,24%	87,68%
% su totale ricavi	(1,05%)	(0,58%)	(0,77%)		
Imposte	(5.739)	(2.839)	(2.600)	102,15%	48,57%
% su totale ricavi	(1,39%)	(1,38%)	(1,64%)		
Risultato Netto	18.286	14.192	7.899	28,85%	52,15%
% su totale ricavi	4,44%	6,89%	4,98%		

Situazione finanziaria

Al 31 dicembre 2021 il Gruppo presenta un Indebitamento finanziario netto pari a Euro 108,0 milioni (corrispondente a 2,6x il Margine Operativo Lordo pro-forma restated) che si confronta con una posizione finanziaria netta attiva pari a Euro 1,4 milioni a fine 2020. Entrambi i dati non considerano l'effetto della contabilizzazione dello IFRS 16 / passività finanziarie per diritti d'uso, pari a Euro 13,3 milioni al 31 dicembre 2021 e a Euro 9,9 milioni al 31 dicembre 2020. L'incremento dell'Indebitamento finanziario netto è interamente da ascrivere all'acquisizione del 100% del capitale di Enoitalia S.p.A.

Fatti di rilievo successivi alla chiusura dell'esercizio 2021 ed evoluzione prevedibile della gestione

Nel corso dei primi mesi del 2022 si segnala una sensibile crescita sia a livello di volumi che a livello di valori degli ordinativi, del portafoglio ordini complessivo e delle consegne sia a clienti esistenti che a nuovi account.

Per ciò che riguarda le tensioni inflattive registrate a partire da ottobre 2021 e acuite a seguito dello scoppio della guerra in Ucraina, si stanno riscontrando aumenti del costo di vetro, energia elettrica e gas, trasporti e imballi che potranno avere un effetto economico a partire da aprile dell'anno in corso. Tali aumenti di costo, per il periodo aprile – dicembre 2022, potranno produrre i seguenti effetti:

- Vetro: +3 centesimi circa sul costo della singola bottiglia;
- Energia elettrica e Gas: + Euro 2,0 milioni complessivi;
- Trasporti e imballi: + Euro 3,0/3,5 milioni complessivi.

A fronte di tali evidenze, che si stima possano impattare complessivamente con un aumento di costo pari a circa 6/7 centesimi per bottiglia nel periodo aprile – dicembre 2022, il gruppo IWB ha posto in atto a partire da inizio anno, una strategia di serrata difesa dei margini di profitto differenziata per ciascuna tipologia di cliente / prodotto.

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

In particolare, relativamente al fatturato nei confronti

- dei clienti *wholesale* e dei clienti *ho.re.ca.* di prodotti “branded” (circa 55% del fatturato complessivo del gruppo), a partire da marzo è stato possibile ribaltare gli aumenti sui prezzi di vendita, tenendo comunque monitorati gli andamenti delle vendite e la difesa delle quote di mercato raggiunte. Tale manovra è stata possibile anche e soprattutto in un contesto di forte domanda dei prodotti a marca del gruppo IWB e di relativa scarsità di prodotto alternativo;
- dei clienti diretti (*distance selling*, circa 20% del fatturato complessivo del gruppo), è stato effettuato uno stoccaggio massiccio di materie prime a partire da giugno 2021 che ha consentito la piena difesa dei margini nel periodo novembre 2021 – marzo 2022 e a partire dal 1° aprile 2022 verrà applicato un aumento dei listini di vendita al pubblico del 6% medio;
- dei clienti *wholesale* di prodotti “private label” (circa 25% del fatturato complessivo del gruppo), sono stati definiti o sono tutt’ora in fase di negoziazione con le catene *discount* e con i clienti *retailer* accordi che prevedano alternativamente:
 - o l’adeguamento dei listini di vendita;
 - o l’impostazione di accordi di vendita pluriennali con sottostanti contratti di filiera;
 - o l’impostazione di accordi di fornitura “cost-plus”, che prevedano il riconoscimento del margine per il sourcing / vinificazione / imbottigliamento a favore IWB e l’acquisto della materia prima a carico del cliente finale.

La previsione per i prossimi mesi, per questa limitata porzione di fatturato aziendale, è di poter assorbire buona parte degli aumenti in corso.

Dal punto di vista dell’approvvigionamento delle merci si segnalano tensioni sulle consegne di materie prime, non tali tuttavia da pregiudicare il normale andamento del *business* e il volume di consegne ai clienti finali.

Situazione individuale della capogruppo IWB S.p.A.

La capogruppo IWB S.p.A. evidenzia un risultato netto positivo pari a Euro 9,8 milioni e una posizione finanziaria netta di Euro 72,6 milioni.

Il Consiglio di Amministrazione di IWB ha deliberato di proporre all’Assemblea un dividendo unitario a valere sul bilancio 2021 pari a Euro 0,10 per ciascuna azione che ne avrà diritto in considerazione i) degli impegni finanziari relativi all’acquisizione di Enovation Brands Inc., che verrà finalizzata nel corso del mese di aprile 2022, e ii) di ulteriori potenziali operazioni di M&A che caratterizzano la strategia di crescita del gruppo. In caso di approvazione, sono state previste le seguenti date per la sua distribuzione: 2 maggio 2022 data di stacco; 3 maggio 2022 record date; 4 maggio 2022 data di pagamento.

La relazione finanziaria annuale e la relazione finanziaria consolidata al 31 dicembre 2021 saranno messe a disposizione del pubblico nei termini e con le modalità previste nel Regolamento Euronext Growth, nonché sul sito *internet* di IWB www.italianwinebrands.it, alla sezione Investor Relations - Documenti Finanziari.

Alessandro Mutinelli, Presidente e AD del Gruppo, dichiara: *“Il 2021 è stato un anno fondamentale nel percorso di sviluppo della nostra società: a seguito dell’ingresso nel perimetro del gruppo di Enoitalia S.p.A., perfezionato a luglio di quest’anno, Italian Wine Brands è infatti divenuto il primo produttore vinicolo non cooperativo italiano per dimensione, raggiungendo l’obiettivo dichiarato in sede di quotazione in Borsa a inizio 2015. I risultati di quest’anno sono molto positivi ma il nostro sguardo, come sempre, è già rivolto al prossimo futuro. Lo sforzo compiuto in questi 6 anni di percorso borsistico ci consente ora di essere più forti nell’affrontare un 2022 molto impegnativo dal punto di vista del costo dei fattori produttivi e dell’approvvigionamento delle forniture. Oggi, grazie alla dimensione raggiunta, possiamo infatti implementare strategie specifiche per ciascuna tipologia di prodotto/cliente/canale volte al mantenimento e incremento dei margini di profitto in misura durevole e di soddisfazione per tutti gli stakeholders della società.”*

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

La convocanda Assemblea, in sede ordinaria, sarà inoltre chiamata a deliberare in merito (i) all'Integrazione del Consiglio di Amministrazione mediante nomina di due Consiglieri ai sensi dell'art. 2386, primo comma, del codice civile e dell'art. 18.2 dello statuto sociale.

PER INFORMAZIONI

Italian Wine Brands S.p.A.

Investor Relator
Pier Paolo Quaranta
Viale Abruzzi 94 – Milano
T. 0039 02 3051 6501
investors@italianwinebrands.it
www.italianwinebrands.it

Intesa Sanpaolo S.p.A.

Euronext Growth Advisor
Largo Mattioli, 3 – Milano

lwb-egm@intesasanpaolo.com

Uff. Stampa Spriano Communication

via Monte Cervino 6, 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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA

Valori in euro	Note	31.12.2021	31.12.2020
Attività non correnti			
Immobilizzazioni immateriali	5	35.983.013	34.004.563
Avviamento	6	181.085.190	68.308.732
Terreni, immobili, impianti e macchinari	7	50.123.900	15.104.117
Attività per diritti d'uso	7	14.041.962	9.636.543
Partecipazioni	8	2.859	2.496
Altre attività non correnti	9	2.327.877	223.504
Attività fiscali differite	10	1.515.513	1.846.158
Totale attività non correnti		285.080.314	129.126.113
Attività correnti			
Rimanenze	11	77.907.701	25.490.065
Crediti commerciali	12	68.143.859	30.566.837
Altre attività correnti	13	2.395.938	1.402.285
Attività per imposte correnti	14	7.402.216	2.096.047
Attività finanziarie correnti		1.113.163	57.426
Disponibilità liquide e strumenti equivalenti	15	59.103.393	33.401.735
Totale attività correnti		216.066.270	93.014.395
Attività non correnti possedute per la vendita		-	-
Totale attivo		501.146.584	222.140.508
Patrimonio netto			
Capitale sociale		1.046.266	879.854
Riserve		113.170.255	67.027.888
Riserva piani a benefici definiti		(77.633)	(66.778)
Riserva per stock grant		518.220	739.278
Utile (perdite) portate a nuovo		30.760.201	21.747.715
Risultato netto del periodo		14.537.076	14.192.552
Totale patrimonio netto attribuibile agli azionisti della Capogruppo		159.954.385	104.520.509
Patrimonio netto di terzi		-	-
Totale patrimonio netto	16	159.954.385	104.520.509
Passività non correnti			
Debiti finanziari	17	135.725.740	23.806.909
Passività per diritti d'uso	17	10.891.065	8.821.241
Fondo per altri benefici ai dipendenti	18	1.212.286	621.328
Fondo per rischi ed oneri futuri	19	333.891	260.141
Imposte differite passive	10	9.966.431	9.874.128
Altre passività non correnti	21	-	-
Totale passività non correnti		158.129.413	43.383.747
Passività correnti			
Debiti finanziari	17	32.467.349	10.076.307
Passività per diritti d'uso	17	2.388.122	1.088.147
Debiti commerciali	20	137.367.109	56.808.562
Altre passività correnti	21	9.507.718	4.166.831
Passività per imposte correnti	22	1.332.487	2.096.405
Fondo per rischi ed oneri futuri	19	-	-
Strumenti finanziari derivati		-	-
Totale passività correnti		183.062.785	74.236.252
Passività direttamente correlate ad attività possedute per la vendita		-	-
Totale patrimonio netto e passivo		501.146.584	222.140.508

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 1.046.265,80

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


ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze
CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO COMPLESSIVO

<i>Valori in euro</i>	Note	31.12.2021	31.12.2020
Ricavi delle vendite	23	313.226.713	204.311.431
Variazione delle rimanenze	11	13.332.751	4.779.602
Altri proventi	23	2.666.610	1.537.890
Totale ricavi		329.226.074	210.628.923
Costi per acquisti	24	(217.704.762)	(123.650.253)
Costi per servizi	25	(64.208.638)	(53.325.328)
Costo del personale	26	(15.289.502)	(8.685.129)
Altri costi operativi	27	(1.013.998)	(1.365.143)
Costi operativi		(298.216.900)	(187.025.853)
Margine operativo lordo		31.009.174	23.603.070
Ammortamenti	5-7	(6.948.102)	(3.959.744)
Accantonamenti per rischi	19	-	-
Rivalutazioni / (svalutazioni)	28	(1.152.492)	(1.425.778)
Risultato operativo		22.908.580	18.217.548
Proventi finanziari		591.319	215.643
Oneri finanziari		(4.529.499)	(1.401.691)
Proventi (oneri) finanziari netti	29	(3.938.180)	(1.186.048)
Risultato prima delle imposte		18.970.400	17.031.500
Imposte	30	(4.433.324)	(2.838.948)
(Perdita) utile connesso ad attività cessate ed in dismissione		-	-
Risultato netto (A)		14.537.076	14.192.552
Attribuibile a:			
(Utile)/ perdita di pertinenza dei terzi		-	-
Risultato di pertinenza del Gruppo		14.537.076	14.192.552
Altri utili/(perdite) del risultato economico complessivo:			
Altre componenti del conto economico complessivo del periodo che saranno successivamente rilasciate a conto economico			
		-	-
Altre componenti del conto economico complessivo del periodo che non saranno successivamente rilasciate a conto economico			
Utili/(perdite) attuariali relative ai "piani a benefici definiti"	18	(10.856)	(5.565)
Effetto fiscale relativo agli altri utili/(perdite)		-	-
Totale altri utili/(perdite), al netto dell'effetto fiscale (B)		(10.856)	(5.565)
Totale utile/(perdita) complessiva (A) + (B)		14.526.220	14.186.987

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

Valori in euro

	31.12.2021	31.12.2020
Utile (perdita) di periodo prima delle imposte	18.970.400	17.031.500
Rettifiche per:		
- elementi non monetari - stock grant	-	-
- accantonamenti al fondo svalutazione crediti al netto degli utilizzi	1.152.492	1.425.778
- elementi non monetari - accantonamenti / (rilasci)	-	-
- elementi non monetari - ammortamenti	6.948.102	3.959.744
Utile di periodo (perdita) prima delle imposte rettificato	27.070.994	22.417.022
Disponibilità liquide generate dalle operazioni		
Imposte sul reddito pagate	(6.201.766)	(5.032.145)
Altri (proventi)/oneri finanziari senza flusso monetario (c. Amm. Fin)	2.205.312	156.109
Totale	(3.996.454)	(4.876.036)
Variazioni del capitale circolante		
Variazione crediti verso clienti	(633.226)	(7.520.849)
Variazione debiti verso fornitori	19.556.589	10.538.491
Variazione delle rimanenze	(14.638.428)	(4.486.377)
Variazione altri crediti e altri debiti	(19.231.444)	804.101
Altre variazioni	(29.865)	(59.549)
Variazione TFR e altri fondi	67.323	(758.172)
Variazioni altri fondi e imposte differite	422.948	(224.124)
Totale	(14.486.103)	(1.706.480)
Cash flow da attività operativa (1)	8.588.437	15.834.506
Investimenti:		
- Materiali	(2.835.873)	(1.736.476)
- Immateriali	(3.481.896)	(3.064.227)
- Flusso di cassa netto derivante dall'aggregazione aziendale (*):	(149.226.832)	(11.641.919)
- Finanziari	2.863.354	-
Cash flow da attività di investimento (2)	(152.681.247)	(16.442.622)
Attività finanziaria		
Accensione prestito obbligazionario	130.000.000	-
Accensioni di finanziamenti a breve	32.542.000	17.816.780
(Rimborsi) di finanziamenti a breve	(9.000.000)	(15.000.000)
(Rimborsi) finanziamento Senior	(16.625.000)	(3.250.000)
(Rimborsi) altri debiti finanziari	(2.038.000)	(1.073.667)
Variazione altre attività finanziarie	(1.055.737)	53.831
Variazione altre passività finanziarie	(4.914.740)	1.695.303
Acquisto azioni proprie	(52.440)	(1.701.455)
Cessione azioni proprie	-	2.685.391
Dividendi erogati	(4.793.595)	(739.809)
Aumenti di capitale sociale di natura monetaria	-	-
Variazione riserva per Stock Grant	424.111	781.460
Altre variazioni di patrimonio netto	45.307.868	88.670
Cash flow da attività di finanziamento (3)	169.794.467	1.356.504
Cash flow da attività in funzionamento	25.701.657	748.388
Variazione disponibilità liquide (1+2+3)	25.701.657	748.388
Disponibilità liquide all'inizio del periodo	33.401.735	32.653.347
Disponibilità liquide alla fine del periodo	59.103.392	33.401.735

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

PROSPETTO DELLA MOVIMENTAZIONE DEL PATRIMONIO NETTO

Valori in Euro

	Capitale	Riserve di capitale	Riserva per stock grant	Riserva da attività finanziarie disponibili per la vendita	Riserva piani a benefici definiti	Riserve di risultato	Totale
Saldo al 1 gennaio 2020	879.854	64.829.575	1.192.129	-	(61.213)	22.367.791	89.208.136
Aumento capitale							-
Acquisto azioni proprie		(1.701.455)					(1.701.455)
Cessione azioni proprie		2.685.391					2.685.391
Dividendi						(739.809)	(739.809)
Stock grant		1.234.311	(452.851)				781.460
Riserva legale							-
Riclassifiche e altre variazioni		(19.934)				119.733	99.799
Totale Utile/(Perdita) complessiva					(5.565)	14.192.552	14.186.987
Saldo al 31 dicembre 2020	879.854	67.027.888	739.278	-	(66.778)	35.940.267	104.520.509
Aumento capitale	166.412	45.333.588					45.500.000
Acquisto azioni proprie		(52.440)					(52.440)
Cessione azioni proprie		-					-
Dividendi						(4.793.595)	(4.793.595)
Stock grant		645.169	(221.058)				424.111
Riserva legale							-
Riclassifiche e altre variazioni		216.051				(386.471)	(170.420)
Totale Utile/(Perdita) complessiva					(10.856)	14.537.076	14.526.220
Saldo al 31 dicembre 2021	1.046.266	113.170.256	518.220	-	(77.633)	45.297.277	159.954.385

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

PRESS RELEASE ITALIAN WINE BRANDS BOARD OF DIRECTORS APPROVES 2021 RESULTS

Pro-forma¹ Revenues from Sales: Euro 408,9 million (+100,1%)
Pro-forma¹ restated² Ebitda: Euro 41,8 million (+63, 4%)
Pro-forma¹ restated² Net Profit/(Loss): Euro 20,4 million (+30,8%)
Pro-forma¹ Net Profit: Euro 18,3 million (+28,9%)
Net Financial Indebtedness: Euro 108,0³ million

Proposed dividend of Euro 0,10 per share

Milan, 22 March 2022 – The Board of Directors of Italian Wine Brands S.p.A. met today to examine and approve the Consolidated Annual Report at 31 December 2021, drawn up in accordance with IAS-IFRS accounting principles, and with Euronext Growth Milan Issuers' Regulation, which will be submitted for approval at the next Shareholders' Meeting of the Company. Today's Board has also examined and approved the Consolidated Financial Report at 31 December 2021, drawn up in accordance with the IFRS international accounting standards.

The consolidated annual report of the IWB Group at 31/12/2021 recorded the following amounts (in thousands of EUR):

	31.12.2021 pro-forma ⁽¹⁾	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019
Revenue from sales	408.934	313.227	204.311	157.494
Change in inventories	19.524	13.333	4.780	1.329
Other income	2.953	2.645	1.538	1.220
Total revenues	431.411	329.205	210.629	160.043
Purchase costs	(295.527)	(217.705)	(123.650)	(92.547)
Costs for services	(72.362)	(62.009)	(52.159)	(41.486)
Personnel costs	(20.492)	(14.563)	(8.125)	(7.441)
Other operating costs	(1.200)	(898)	(1.091)	(482)
Total operating costs	(389.581)	(295.175)	(185.025)	(141.956)
Restated EBITDA	41.830	34.030	25.604	18.087
EBITDA	38.809	31.009	23.604	16.304
Restated net profit/(loss)	20.464	16.716	15.634	9.185
Net profit/(loss)	18.286	14.538	14.192	7.899
Net financial debt	121.256	121.256	10.332	10.683
<i>of which net financial debt - third-party lenders</i>	<i>107.977</i>	<i>107.977</i>	<i>(1.437)</i>	<i>(565)</i>
<i>of which net financial debt - deferred price acquisition of Raphael Dal Bo AG</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>1.861</i>	<i>0</i>
<i>of which net financial debt - right-of-use liabilities</i>	<i>13.279</i>	<i>13.279</i>	<i>9.908</i>	<i>11.248</i>

¹ Pro-forma consolidated figures relating to all companies of the group perimeter for the period 1 January 2021 – 31 December 2021.

² The restated accounting data at 31/12/2021 (restated EBITDA and restated Profit/(Loss) for the Period) are shown gross of non-recurring cost, totalling €3,02 million, which break down as follows: i) Euro 917k of Cost for Services related to: a) Euro 725k Enoitalia S.p.A. acquisition (Euro 301k for Tobin Tax, Euro 272k for legal and notary advice, Euro 152 k for financial advisory and due diligence), b) Euro 192 k legal advice; ii) Euro 262k of Personnel Costs for personnel redundancy; iii) Euro 116k of Other Costs for VAT levy; iv) Costs for Services and Personnel, respectively €1,283 thousand for Services and €465 thousand for Personnel related to the accrual and allocation of the second tranche of the 2020-2022 Stock Grant Plan, representing 18,75% of the total value of the plan itself and in line with the achievement of the mean profitability targets and control of the net financial position during the period 2020-2022. In particular, the Pro-Forma Restated EBITDA target for the first year is €41.0m and the NFP to Restated EBITDA target ratio at 31 December 2021 is less than 3.0x.

³ Figures net of IFRS 16 effect.

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Revenues from sales

Italian Wine Brands is the first Italian non-cooperative wine group by reaching, on a consolidated annual pro-forma basis, Euro 408.9 million in turnover and therefore recording a substantial doubling in turnover compared to 2020. The main contribution to the growth is linked to the acquisition of Enoitalia SpA (turnover in 2021 equal to Euro 208.4 million), finalized in July 2021.

The trend in revenues by country is characterized both by the further strengthening of the Group on international markets, where sales revenues of approximately Euro 332.3 million were achieved (+ 102.55% compared to 2020), and by a greater presence on the domestic market, with sales revenues of approximately Euro 75.7 million (+ 91.4% compared to 2020).

Amounts in €thousand

	31.12.2021 pro-forma	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Total revenues from sales	408.934	204.311	157.494	100,15%	61,14%
Revenues from sales - Italy	75.681	39.539	33.333	91,41%	50,68%
Revenues from sales - International Markets	332.342	164.080	123.544	102,55%	64,01%
Other revenues	910	692	617	31,49%	21,46%

In the international scenario, Italian Wine Brands is today present with significant market shares in Germany (5.4%), England (13.2%) and Switzerland (11.8%), respectively second, third and fourth country by value of exports of Italian wine abroad. The group, on the other hand, is still present to a limited extent in the United States (market share of 1.1%), a country which is the first market for Italian wine abroad as well as the most attractive in terms of growth potential and marginality. In this regard, the finalization of the acquisition of Enovation Brands Inc. and the presence with its own commercial structure will already allow in 2022 to fully seize the development opportunities offered by the American market.

	Italian wine exports in 2021 (€/m)	IWB Revenues 2021 (€/m)	IWB market share 2021	Italian wine exports in 2013 (€/m)	Exports compound annual growth rate 2013-2021
US	1.720,0	19,3	1,1%	1.077,0	6,0%
Germany	1.134,0	61,6	5,4%	1.020,0	1,3%
UK	743,0	98,0	13,2%	620,0	2,3%
Switzerland	415,0	49,1	11,8%	314,0	3,5%
Total	4.012,0	227,9	5,7%	3.031,0	3,6%
Total exports of Italian wine abroad	7.113,0			5.041,0	4,4%

Note: data from Istat, Uniontrade, Winemonitor Nomisma

Finally, the exposure of the group to the Russian Federation market is very limited, with sales totaling approximately Euro 2.0 million in 2021, already almost completely collected by IWB before the outbreak of the war in Ukraine.

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 1.046.265,80
 Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

The dynamics of revenues by distribution channels highlights the completion of the group's product offer also on the "Ho.Re.Ca." channel (hotel, restaurant and catering), the strengthening of the "Wholesale" (sale to large-scale retail chains, state monopolies) and the resilience of the "Distance Selling" channel (direct sales to individuals) thanks to the the business model and commerce and traditional even in the post-pandemic phase, both in Italy and abroad.

Amounts in € thousand

	31.12.2021 pro-forma	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Total revenues from sales					
Revenues from wholesale division	299.379	119.629	87.654	150,26%	84,81%
Revenues from distance selling division	82.706	83.990	69.223	-1,53%	9,31%
<i>Direct Mailing</i>	43.701 0	43.175 0	37.373	1,22%	8,14%
<i>Teleselling</i>	16.806 0	17.502 0	18.457	-3,98%	-4,58%
<i>Digital / WEB</i>	22.198 0	23.312 0	13.393	-4,78%	28,74%
Revenues from ho.re.ca division	25.938	0	0	NA	NA
Other revenues	910	692	617	31,49%	21,46%

Wholesale revenues have recorded a very sustained development over the last 3 years, going from Euro 87.7 million in 2019 to Euro 299.4 million in 2021. The growth is attributable both to i) organic development, Euro 17.4 million, thanks to the growth of the group's proprietary brands and ii) the acquisition of companies operating in the wine sector, Euro 194.3 million. In particular, the acquisition of Enoitalia contributed for Euro 182.4 million in 2021 and the acquisition of Raphael Dal Bo AG contributed for Euro 11.9 million in 2020. Thanks to this significantly higher growth compared to that recorded by the market in the same period (see tables above), the wholesale distribution channel is by far the main contributor to the group's revenues, accounting for 73.2% of total sales revenues in 2021 (58.6 % in 2020, 55.7% in 2019).

The **distance selling** division, after the strong growth recorded in 2020, managed to substantially maintain volumes and increase margins during 2021 thanks to the consolidation of the expansion strategy on digital channels and the focus on foreign countries.

2021, with the acquisition of Enoitalia SpA, also marks the Group's entry into the **Ho.re.ca.** channel which constitutes an essential completion of the channel portfolio within the Group and which will allow a significant improvement in the coverage of the customer base in the different consumption occasions. England, with approximately Euro 16.5 million in turnover, is confirmed as the first on-trade market for the Group followed by the United States (Euro 3.9 million) and Canada (Euro 1.6 million).

Margins

IWB reached in 2021 a consolidated pro-forma¹ restated Ebitda of Euro 41.8 million (Euro 25.6 million in 2020) with a margin on revenues of 10.2% (12.4% in 2020). This figures are strongly impacted by the acquisition of Enoitalia S.p.A.

¹ Pro-forma consolidated figures referring to all companies of the group for the period 1 January 2021 – 31 December 2021.

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

Restated €thousand

	31.12.2021 pro-forma	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Revenues from sales and other revenues	411.887	205.849	158.714	100,09%	61,09%
Raw materials consumed	(276.003)	(118.870)	(91.218)	132,19%	73,95%
% of total revenues	(67,01%)	(57,75%)	(57,47%)		
Costs for services	(72.362)	(52.159)	(41.486)	38,73%	32,07%
% of total revenues	(17,57%)	(25,34%)	(26,14%)		
Personnel	(20.492)	(8.125)	(7.441)	152,21%	65,95%
% of total revenues	(4,98%)	(3,95%)	(4,69%)		
Other operating costs	(1.200)	(1.091)	(482)	9,99%	57,79%
% of total revenues	(0,29%)	(0,53%)	(0,30%)		
Restated EBITDA (*)	41.830	25.604	18.087	63,37%	52,08%
% of total revenues	10,16%	12,44%	11,40%		

More specifically, in 2021 the incidence of raw material consumption on revenues increased from 57.8% to 67.0% due to the different "mix" of sales, increasingly shifted to the wholesale channel, characterized structurally by a greater incidence of raw materials on sales compared the distance selling channel. At the same time, and for the same reason, there has been a further reduction in the incidence of costs for services on revenues from 25.3% to 17.6%. There is also a very slight increase in the incidence of personnel costs (from 4.0% to 5.0%) due to the greater portion of internal production carried out by Enoitalia compared to the historical perimeter of IWB's activity before the acquisition.

With regard to the operating margin of 2021, it should be noted that in the months of November and December 2021 there were tensions on the purchase prices of the raw material, both of the "wine" component (in particular Prosecco) and of the "dry materials" component which they had a negative impact on the profit margins achieved between November and December towards large supermarkets (revenues made on the basis of the 2021 price lists). These cost increases has been almost entirely reversed on prices starting from 1 January 2022, thanks to the upward realignment of the sales price lists.

The trend in operating margins described above, combined with the increase in depreciation and financial charges related to the issue of the Euro 130 million Bond finalized in May 2021, lead to the a Net Result for 2021 of Euro 18, 3 million, significantly higher compared the Euro 14.2 million euros in 2020. The details are provided below.

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 1.046.265,80
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

	31.12.2021 pro-forma	31.12.2020	31.12.2019	Δ % 20/21	Cagr 19/21
Ebitda adjusted	41.830	25.604	18.087	63,37%	52,08%
Write downs <i>% of total revenues</i>	(1.212) <i>(0,29%)</i>	(1.427) <i>(0,69%)</i>	(1.233) <i>(0,78%)</i>	(15,07%)	(0,86%)
Depreciation and amortization <i>% of total revenues</i>	(9.264) <i>(2,25%)</i>	(3.960) <i>(1,92%)</i>	(3.349) <i>(2,11%)</i>	133,94%	66,32%
Exceptional items <i>% of total revenues</i>	(3.021) <i>(0,73%)</i>	(2.000) <i>(0,97%)</i>	(1.783) <i>(1,12%)</i>	51,04%	30,16%
Financial income (expenses) <i>% of total revenues</i>	(4.308) <i>(1,05%)</i>	(1.186) <i>(0,58%)</i>	(1.223) <i>(0,77%)</i>	263,24%	87,68%
Taxes <i>% of total revenues</i>	(5.739) <i>(1,39%)</i>	(2.839) <i>(1,38%)</i>	(2.600) <i>(1,64%)</i>	102,15%	48,57%
Net Result	18.286	14.192	7.899	28,85%	52,15%
<i>% of total revenues</i>	<i>4,44%</i>	<i>6,89%</i>	<i>4,98%</i>		

Net financial indebtedness

At 31 December 2021 the Group has a Net financial indebtedness of Euro 108.0 million (corresponding to 2.6x the pro-forma restated Ebitda) which compares with an active net financial position of Euro 1.4 million at end of 2020. Both figures do not consider the effect of the accounting of IFRS 16 / financial liabilities for rights of use, equal to Euro 13.3 million at December 31, 2021 and Euro 9.9 million at December 31, 2020. The increase of the net financial debt is entirely attributable to the acquisition of 100% of the capital of Enoitalia SpA

Significant events subsequent to the end of the 2021 financial year and foreseeable management evolution

During the first months of 2022 there was a significant growth both in terms of volumes and in terms of order values, the overall order portfolio and deliveries to both existing customers and new accounts.

As regards the inflationary tensions recorded starting from October 2021 and exacerbated following the outbreak of the war in Ukraine, there are increases in the cost of glass, electricity and gas, transport and packaging that could have an economic effect starting from April of the current year. These cost increases, for the period April - December 2022, could produce the following effects:

- Glass: approximately +3 cents per bottle;
- Electricity and Gas: + Euro 2.0 million overall;
- Transport and packaging: + Euro 3.0 / 3.5 million overall.

Following such events, which is estimated to have an overall impact with a cost increase of approximately 6/7 cents per bottle in the period April - December 2022, since the beginning of the year the group has implemented a tightening strategy differentiated for each type of customer / product in order to maintain profit margins.

In particular, in relation to the turnover towards:

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 1.046.265,80
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

- of wholesale customers and ho.re.ca customers. of "branded" products (about 55% of the group's total turnover), starting from March it was possible to reverse the increases on sales prices, while keeping sales trends monitored and the defense of market shares reached. This maneuver was also and above all possible in a context of strong demand for branded products from the IWB group and relative scarcity of alternative products;
- of direct customers (distance selling, about 20% of the total turnover of the group), a massive storage of raw materials was carried out starting from June 2021 which allowed the full defense of margins in the period November 2021 - March 2022 and starting from April 1, 2022, an increase in the price lists to the public of 6% on average will be applied;
- of wholesale customers of "private label" products (approximately 25% of the group's total turnover), agreements have been defined or are still being negotiated with discount chains and retailers which alternatively foresee for:
 - o the adjustment of the sales price lists;
 - o the setting up of multi-year sales agreements with underlying supply chain contracts;
 - o the setting up of "cost-plus" supply agreements, which provide for the recognition of the margin for sourcing / winemaking / bottling in favor of IWB and the purchase of raw material directly by the end-customer.

The forecast for the coming months, for this limited portion of company turnover, is to be able to absorb most of the aforementioned increases.

From the supply of goods perspective, there are tensions on deliveries of raw materials, however not such as to affect the normal performance of the business and the volume of deliveries to end customers.

Stand alone financial statements of the holding company Italian Wine Brands S.p.A.

The holding company Italian Wine Brands S.p.A. recorded a Net Profit of Euro 9,8 million and a Net Financial Indebtedness of Euro 72,6 million.

The IWB Board of Directors resolved to propose to the general shareholders' meeting a dividend of Eur 0.10 gross per each share that will be entitled, below the historical levels, in consideration of the cash out linked to the acquisition of Enovation Brands Inc., which will be completed next April 2022, and the potential new acquisitions. The following dates have been identified for its distribution: 2 May 2022 ex-dividend date; 3 May 2022 record date; 4 May 2022 payment day.

The consolidated financial report at 31 December 2021 will be made available to the public in accordance with the terms and conditions set out in the Euronext Growth Milan Issuers' Regulations, as well as on the IWB website www.italianwinebrands.it, in the Investor Relations - Financial Documents section.

Alessandro Mutinelli, Chairman and Group CEO, stated: "2021 was a fundamental year in the development path of your company: following the entry into the perimeter of the group of Enoitalia SpA, completed in July of this year, Italian Wine Brands has become the first Italian non-cooperative wine producer for dimension, reaching the target declared at the time of listing on the Stock Exchange at the beginning of 2015. The results of this year are very positive but our gaze, as always, is already turned to the near future. The effort made in these 6 years of stock market path now allows us to be stronger in facing a very challenging 2022 from the point of view of the cost of production factors and procurement of supplies. Today, thanks to the size reached, we can in fact implement specific strategies for each type of product / customer / channel aimed at maintaining and increasing profit margins in a lasting way and satisfying all stakeholders of the company."

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

The ordinary Shareholders' Meeting will also be called to resolve on (i) the integration of the IWB Board of Directors through the appointment of the Directors under art. 2386, first row of Italian Civil Law and art. 18.2 of the Company bylaws.

For more information:

Italian Wine Brands S.p.A.

Investor Relator
Pier Paolo Quaranta
Viale Abruzzi 94 – Milano
T. 0039 02 3051 6501
investors@italianwinebrands.it
www.italianwinebrands.it

Intesa Sanpaolo S.p.A.

Euronext Growth Advisor
Largo Mattioli, 3 – Milano

lwb-egm@intesasanpaolo.com

Uff. Stampa Spriano Communication

via Monte Cervino 6, 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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

CONSOLIDATED BALANCE SHEET

Amounts in EUR	Note	31.12.2021	31.12.2020
Non-current assets			
Intangible fixed assets	5	35.983.013	34.004.563
Goodwill	6	181.085.190	68.308.732
Land, property, plant and equipment	7	50.123.900	15.104.117
Right-of-use assets	7	14.041.962	9.636.543
Equity investments	8	2.859	2.496
Other non-current assets	9	2.327.877	223.504
Deferred tax assets	10	1.515.513	1.846.158
Total non-current assets		285.080.314	129.126.113
Current assets			
Inventory	11	77.907.701	25.490.065
Trade receivables	12	68.143.859	30.566.837
Other current assets	13	2.395.938	1.402.285
Current tax assets	14	7.402.216	2.096.047
Current financial assets		1.113.163	57.426
Cash and cash equivalents	15	59.103.393	33.401.735
Total current assets		216.066.270	93.014.395
Non-current assets held for sale		-	-
Total assets		501.146.584	222.140.508
Shareholders' equity			
Share capital		1.046.266	879.854
Reserves		113.170.255	67.027.888
Reserve for defined benefit plans		(77.633)	(66.778)
Reserve for stock grants		518.220	739.278
Profit (loss) carried forward		30.760.201	21.747.715
Net profit (loss) for the period		14.537.076	14.192.552
Total Shareholders' Equity of parent company shareholders		159.954.385	104.520.509
Shareholders' equity of NCl's		-	-
Total Shareholders' Equity	16	159.954.385	104.520.509
Non-current liabilities			
Financial payables	17	135.725.740	23.806.909
Right-of-use liabilities	17	10.891.065	8.821.241
Provision for other employee benefits	18	1.212.286	621.328
Provisions for future risks and charges	19	333.891	260.141
Deferred tax liabilities	10	9.966.431	9.874.128
Other non-current liabilities	21	-	-
Total non-current liabilities		158.129.413	43.383.747
Current liabilities			
Financial payables	17	32.467.349	10.076.307
Right-of-use liabilities	17	2.388.122	1.088.147
Trade payables	20	137.367.109	56.808.562
Other current liabilities	21	9.507.718	4.166.831
Current tax liabilities	22	1.332.487	2.096.405
Provisions for future risks and charges	19	-	-
Derivatives		-	-
Total current liabilities		183.062.785	74.236.252
Liabilities directly related to assets held for sale		-	-
Total shareholders' equity and liabilities		501.146.584	222.140.508

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS

Amounts in EUR	Note	31.12.2021	31.12.2020
Revenue from sales	23	313.226.713	204.311.431
Change in inventories	11	13.332.751	4.779.602
Other income	23	2.666.610	1.537.890
Total revenue		329.226.074	210.628.923
Purchase costs	24	(217.704.762)	(123.650.253)
Costs for services	25	(64.208.638)	(53.325.328)
Personnel costs	26	(15.289.502)	(8.685.129)
Other operating costs	27	(1.013.998)	(1.365.143)
Operating costs		(298.216.900)	(187.025.853)
EBITDA		31.009.174	23.603.070
Depreciation and amortization	5-7	(6.948.102)	(3.959.744)
Provision for risks	19	-	-
Write-ups / (Write-downs)	28	(1.152.492)	(1.425.778)
Operating profit/(loss)		22.908.580	18.217.548
Finance revenue		591.319	215.643
Borrowing costs		(4.529.499)	(1.401.691)
Net financial income/(expenses)	29	(3.938.180)	(1.186.048)
EBT		18.970.400	17.031.500
Taxes	30	(4.433.324)	(2.838.948)
(Loss) Profit from discontinued operations		-	-
Profit (loss) (A)		14.537.076	14.192.552
Attributable to:			
(Profit)/Loss of NCIs		-	-
Group profit (loss)		14.537.076	14.192.552
Other Profit/(Loss) of comprehensive income statement:			
Other items of the comprehensive income statement for the period to be subsequently released to profit or loss			
		-	-
Other items of the comprehensive income statement for the period not to be subsequently released to profit or loss			
Actuarial gains/(losses) on defined benefit plans	18	(10.856)	(5.565)
Tax effect of Other profit/(loss)		-	-
Total other profit/(loss), net of tax effect (B)		(10.856)	(5.565)
Total comprehensive profit/(loss) (A) + (B)		14.526.220	14.186.987

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 1.046.265,80
Registro Imprese Milano, Monza-Brianza, Lodi N 2053323 e P.IVA 08851780968



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

CONSOLIDATED CASH FLOW

Amounts in EUR

	31.12.2021	31.12.2020
Profit (loss) before taxes	18.970.400	17.031.500
Adjustments for:		
- non-monetary items - stock grant	-	-
- allocations to the provision for bad debts net of utilizations	1.152.492	1.425.778
- non-monetary items - provisions / (releases)	-	-
- non-monetary items - amortisation/depreciation	6.948.102	3.959.744
Adjusted profit (loss) for the period before taxes	27.070.994	22.417.022
Cash flow generated by operations		
Income tax paid	(6.201.766)	(5.032.145)
Other financial (income)/expenses without cash flow (financial amortisation)	2.205.312	156.109
Total	(3.996.454)	(4.876.036)
Changes in working capital		
Change in receivables from customers	(633.226)	(7.520.849)
Change in trade payables	19.556.589	10.538.491
Change in inventories	(14.638.428)	(4.486.377)
Change in other receivables and other payables	(19.231.444)	804.101
Other changes	(29.865)	(59.549)
Change in post-employment benefits and other provisions	67.323	(758.172)
Change in other provisions and deferred taxes	422.948	(224.124)
Total	(14.486.103)	(1.706.480)
Cash flow from operations (1)	8.588.437	15.834.506
Capital expenditure:		
- Tangible	(2.835.873)	(1.736.476)
- Intangible	(3.481.896)	(3.064.227)
- Net cash flow from business combination (*):	(149.226.832)	(11.641.919)
- Financial	2.863.354	-
Cash flow from investment activities (2)	(152.681.247)	(16.442.622)
Financial assets		
Short-term borrowings	130.000.000	-
Short-term borrowings (paid)	32.542.000	17.816.780
Long-term borrowings/ (repayments) - Bond	(9.000.000)	(15.000.000)
Collections / (repayments) Senior loan	(16.625.000)	(3.250.000)
Collections / (repayments) other financial payables	(2.038.000)	(1.073.667)
Change in other financial assets	(1.055.737)	53.831
Change in other financial liabilities	(4.914.740)	1.695.303
Purchase of own shares	(52.440)	(1.701.455)
Sale of own shares	-	2.685.391
Dividends paid	(4.793.595)	(739.809)
Monetary capital increases	-	-
Change in reserve for stock grants	424.111	781.460
Other changes in shareholders equity	45.307.868	88.670
Cash flow from financing activities (3)	169.794.467	1.356.504
Cash flow from continuing operations	25.701.657	748.388
Change in cash and cash equivalents (1+2+3)	25.701.657	748.388
Cash and cash equivalents at beginning of period	33.401.735	32.653.347
Cash and cash equivalents at end of period	59.103.392	33.401.735

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 1.046.265,80

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



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

CHANGES IN CONSOLIDATED SHAREHOLDERS' EQUITY

Amounts in in Eur

	Share Capital	Capital Reserves	Reserve for stock grants	Reserve from financial assets available for sale	Reserve for defined benefit plans	Retained earnings	Total
Balance sheet at 1 January 2020	879.854	64.829.575	1.192.129	-	(61.213)	22.367.791	89.208.136
Capital increase							-
Purchase of own shares		(1.701.455)					(1.701.455)
Sale of own shares		2.685.391					2.685.391
Dividends						(739.809)	(739.809)
Stock grants		1.234.311	(452.851)				781.460
Legal reserve							-
Reclassification and other changes		(19.934)				119.733	99.799
Total comprehensive profit/ (loss)					(5.565)	14.192.552	14.186.987
Balance sheet at 31 December 2020	879.854	67.027.888	739.278	-	(66.778)	35.940.267	104.520.509
Capital increase	166.412	45.333.588					45.500.000
Purchase of own shares		(52.440)					(52.440)
Sale of own shares		-					-
Dividends						(4.793.595)	(4.793.595)
Stock grants		645.169	(221.058)				424.111
Legal reserve							-
Reclassification and other changes		216.051				(386.471)	(170.420)
Total comprehensive profit/ (loss)					(10.856)	14.537.076	14.526.220
Balance sheet at 31 December 2021	1.046.266	113.170.256	518.220	-	(77.633)	45.297.277	159.954.385

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 1.046.265,80

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

Fine Comunicato n.20061-13

Numero di Pagine: 24