



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 20061-23-2022	Data/Ora Ricezione 15 Settembre 2022 12:36:15	Euronext Growth Milan
---	---	-----------------------

Societa' : ITALIAN WINE BRANDS

Identificativo : 167033

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : IWBNO3 - x

Tipologia : 1.2

Data/Ora Ricezione : 15 Settembre 2022 12:36:15

Data/Ora Inizio : 15 Settembre 2022 12:36:16

Diffusione presunta

Oggetto : IWB : il CdA approva la relazione
semestrale al 30 06 2022 - IWB: Board
approves the half year report at 30 June
2022

Testo del comunicato

Vedi allegato.



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

IL CDA DI ITALIAN WINE BRANDS APPROVA LA RELAZIONE SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2022

Ricavi delle vendite: Euro 179,6 milioni (+80,5%)
Margine operativo lordo restated¹: Euro 14,3 milioni (+20,8%)
Risultato netto di periodo restated¹: Euro 4,2 milioni (-35,3%)
Risultato netto di periodo: Euro 3,9 milioni (-38,1%)
Indebitamento finanziario netto:
Euro 144,1² milioni al netto dell'effetto dell'IFRS 16

Milano, 15 settembre 2022 – Il Consiglio di Amministrazione di Italian Wine Brands S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato la relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2022, redatta secondo i principi contabili IAS-IFRS, e ai sensi del Regolamento Emittenti Euronext Growth Milan, ed in conformità ai principi contabili internazionali IFRS.

La **Relazione semestrale consolidata del Gruppo IWB al 30/06/22**, redatta secondo i principi contabili internazionali IFRS, evidenzia i seguenti valori (in migliaia di Euro)³:

	30.06.2022 pro-forma ⁽³⁾	30.06.2022	30.06.2021	30.06.2020	Δ % 21/22	Cagr 20/22
Ricavi delle vendite	179.619	177.266	99.501	92.158	80,52%	39,61%
Variazione delle rimanenze	7.716	7.707	8.219	4.255		
Altri proventi	3.072	3.115	1.147	490		
Totale ricavi	190.407	188.088	108.867	96.903	74,90%	40,18%
Costi per acquisti	(128.944)	(128.824)	(65.202)	(56.571)		
Costi per servizi	(35.262)	(33.835)	(27.196)	(25.338)		
Costo del personale	(11.349)	(10.691)	(4.330)	(4.029)		
Altri costi operativi	(566)	(524)	(314)	(297)		
Totale costi operativi	(176.121)	(173.874)	(97.042)	(86.235)		
Margine operativo lordo restated	14.286	14.214	11.825	10.668	20,81%	15,72%
Margine operativo lordo	13.921	13.849	11.640	10.151		
Risultato netto restated	4.196	4.185	6.485	5.814	(35,30%)	(15,05%)
Risultato netto	3.929	3.918	6.344	5.348	(38,07%)	(14,29%)
Indebitamento finanziario netto	156.396	156.396	13.819	20.169		
di cui Indebitamento finanziario netto - finanziatori terzi	136.796	136.796	3.797	9.444		
di cui prezzo differito per l'acquisizione di Enovation Brands Inc	7.351	7.351	-	-		
di cui Indebitamento finanziario netto - passività per diritti d'uso	12.249	12.249	10.022	10.725		

¹ I dati **contabili restated** al 30/06/2022 (con riferimento a Margine Operativo Lordo Restated e Risultato Netto Restated) sono rappresentati al lordo dei costi non ricorrenti, pari complessivamente a Euro 365 mila e relativi a: i) Euro 208 mila per l'acquisizione del 85% del capitale sociale di Enovation Brands Inc. di cui Euro 163 mila circa per consulenze legali e notarili, ed Euro 44 mila circa per financial advisory e due diligence, ii) Euro 53 mila per consulenze legali relative a conciliazioni con ex-dipendenti ed altre vertenze non ricorrenti iii) Euro 12 mila per spese commerciali non ricorrenti e oneri relativi al turn over del personale e iv) Costi per il personale pari a Euro 92 mila relativi a conciliazioni con un ex-dirigente.

² Il dato include Euro 7,4 milioni relativi al debito per pagamento differito del prezzo di Enovation Brands Inc. da corrispondere ai venditori in tre rate annuali a partire da gennaio 2023 e non tiene conto dell'effetto contabile dell'IFRS 16 pari a Euro 12,2 milioni.

³ Dati **consolidati pro-forma** riferiti a tutte le società attualmente facenti parte del perimetro del Gruppo e considerati per l'intero semestre 1 gennaio 2022 – 30 giugno 2022.



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

Ricavi delle vendite

Il Gruppo Italian Wine Brands, in un contesto di mercato sostanzialmente stabile e di business fortemente stagionale, con una spiccata incidenza sul risultato dell'ultimo trimestre dell'anno, ha realizzato ricavi delle vendite, su base semestrale pro-forma, pari a Euro 179,6 milioni registrando quindi un sostanziale raddoppio nel volume d'affari rispetto al primo semestre del 2021. Tale aumento è da ascrivere principalmente alle operazioni di M&A concluse negli ultimi 12 mesi.

La dinamica dei ricavi delle vendite per paese è caratterizzata sia dall'ulteriore rafforzamento del Gruppo sui mercati internazionali, dove sono stati realizzati circa Euro 145,5 milioni (+83,0% rispetto al 2021), sia da un maggiore presidio sul mercato domestico, con ricavi delle vendite pari a circa Euro 32,7 milioni (+67,2% rispetto al 2021).

Di seguito viene rappresentata la suddivisione dei ricavi per canale di vendita.

	30.06.2022 pro-forma	30.06.2021	30.06.2020	30.06.2019	Δ % 21/22	Cagr 20/22
Ricavi delle vendite	179.619	99.501	92.158	70.073	80,52%	39,61%
Ricavi divisione <i>Wholesale</i>	127.198	56.508	50.582	37.325	125,10%	58,58%
Ricavi divisione <i>Distance Selling</i>	32.129	42.532	41.363	32.481	-24,46%	-11,87%
<i>Direct Mailing</i>	16.262	22.477	20.860	17.723	-27,65%	-11,71%
<i>Teleselling</i>	7.004	8.923	8.622	9.196	-21,51%	-9,87%
<i>Digital / WEB</i>	8.863	11.132	11.881	5.562	-20,38%	-13,63%
Ricavi divisione <i>Ho.Re.Ca.</i>	18.832	-	-	-	NA	NA
Altri Ricavi	1.460	462	213	267	216,30%	161,80%

I ricavi della divisione *wholesale* (vendita alle catene della Grande Distribuzione Organizzata e ai monopoli statali) hanno registrato uno sviluppo sostenuto nel corso degli ultimi 3 anni, passando da Euro 37,3 milioni dei primi sei mesi del 2019 a Euro 127,2 milioni dei primi sei mesi del 2022. La crescita è da attribuirsi sia allo sviluppo organico legato alla crescita dei marchi proprietari del Gruppo sia all'acquisizione di altre società italiane operanti nel settore vinicolo. A valle di tale crescita, sensibilmente superiore a quella registrata dal mercato nel medesimo periodo, il canale distributivo *wholesale* si conferma di gran lunga il principale contributore di ricavi del Gruppo.

I ricavi della divisione *distance selling* (vendita diretta ai privati) dopo la forte crescita registrata nel 2020 e nel 2021 si riposizionano sui valori del primo semestre 2019. Una più specifica analisi della dinamica dei ricavi di tale divisione indica tuttavia come, al netto di una sostanziale stabilità complessiva nel corso del tempo, il business sia stato progressivamente riposizionato con successo su canali e paesi che potranno assicurare un ulteriore sviluppo nel prossimo futuro. In particolare, è stato dato un forte impulso al fatturato e-commerce, passato da Euro 5,6 milioni nel 2019 (17,1% del fatturato totale) a Euro 8,9 milioni nel 2022 (27,6% del totale) e si sono presidiati con successo i principali mercati esteri, con ricavi in aumento da Euro 18,6 milioni nel 2019 (57,2% del fatturato totale) a Euro 19,1 milioni nel 2022 (59,6% del 2022 del fatturato totale).

Il primo semestre 2022 vede anche il rafforzamento del Gruppo nella divisione *Ho.re.ca.* (hotel, ristorazione e catering) 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 Euro 12,0 milioni di ricavi delle vendite, si conferma il primo mercato on-trade per il Gruppo, seguito da Stati Uniti (Euro 3,5 milioni) e Canada (Euro 1,0 milioni).



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

Marginalità

Nella tabella sotto riportata sono indicati gli elementi che contribuiscono alla formazione dell'Ebitda *Restated*.

	30.06.2022 pro-forma	30.06.2021	30.06.2020	30.06.2019	Δ% 21/22	Cagr 20/22
Ricavi delle vendite	179.619	99.501	92.158	70.073	80,52%	39,61%
Consumi di materie prime	(121.228)	(56.983)	(52.316)	(39.715)	112,74%	52,22%
% su ricavi delle vendite	-67,49%	-57,27%	-56,77%	-56,68%		
Costi per servizi	(35.262)	(27.196)	(25.338)	(19.686)	29,66%	17,97%
% su ricavi delle vendite	-19,63%	-27,33%	-27,49%	-28,09%		
Personale	(11.349)	(4.330)	(4.029)	(3.706)	162,11%	67,83%
% su ricavi delle vendite	-6,32%	-4,35%	-4,37%	-5,29%		
Altri costi operativi	(566)	(314)	(297)	(350)	80,25%	38,05%
% su ricavi delle vendite	-0,32%	-0,32%	-0,32%	-0,50%		
Ebitda Restated	14.286	11.825	10.668	7.259	20,81%	15,72%
% su ricavi delle vendite	7,95%	11,88%	11,58%	10,36%		

Nel semestre in esame la marginalità operativa del Gruppo ha proseguito il suo trend di crescita a valori assoluti, con un Ebitda *Restated* del primo semestre 2022 pari a Euro 14,3 milioni che si confronta con un Ebitda *Restated* del primo semestre 2021 pari a Euro 11,8 milioni (11,9% sui ricavi delle vendite) e un Ebitda *Restated* del 2020 di Euro 10,7 milioni.

La marginalità percentuale in termini di Ebitda sui Ricavi delle Vendite è tuttavia diminuita nel corso del primo semestre 2022 portandosi all'8,0% rispetto all'11,9% del primo semestre 2021. Tale andamento è da ascrivere:

- per circa l'1,9% alla mutata fisionomia del Gruppo a valle delle operazioni di M&A;
- per circa il 2,0% alla maggiore incidenza dei costi delle materie prime, utenze e trasporti a seguito degli aumenti registrati a partire da settembre 2021 e non interamente ribaltati sui prezzi di vendita.

Nella tabella sottoindicata sono riportati gli elementi che dall'Ebitda *Restated* contribuiscono alla formazione del Risultato Netto.

	30.06.2022 pro-forma	30.06.2021	30.06.2020	30.06.2019	Δ% 21/22	Cagr 20/22
Ebitda Restated	14.286	11.825	10.668	7.259	20,81%	15,72%
Svalutazioni, ammortamenti	(5.764)	(2.719)	(2.431)	(2.271)	111,99%	53,98%
% su ricavi delle vendite	-3,21%	-2,73%	-2,64%	-3,24%		
Oneri di natura non ricorrente	(365)	(185)	(517)	(589)	96,94%	-15,97%
% su ricavi delle vendite	-0,20%	-0,19%	-0,56%	-0,84%		
Risultato Operativo	8.157	8.921	7.720	4.399	-8,56%	2,79%
% su ricavi delle vendite	4,54%	8,97%	8,38%	6,28%		
Oneri finanziari	(2.548)	(1.269)	(632)	(671)	100,79%	100,79%
% su ricavi delle vendite	-1,42%	-1,28%	-0,69%	-0,96%		
Imposte	(1.681)	(1.308)	(1.741)	(1.040)	28,52%	-1,74%
% su ricavi delle vendite	-0,94%	-1,31%	-1,89%	-1,48%		
Risultto Netto	3.928	6.344	5.347	2.688	-38,08%	-14,29%
% su ricavi delle vendite	2,19%	6,38%	5,80%	3,84%		

Nel semestre in esame, le partite non monetarie, in particolare gli ammortamenti, sono sostanzialmente raddoppiate rispetto al passato (da Euro 2,7 milioni del 2021 a Euro 5,8 milioni del 2022) in considerazione del mutato perimetro di



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

consolidamento a seguito delle operazioni di M&A, che hanno visto l'ingresso nel Gruppo di importanti complessi industriali di vinificazione ed imbottigliamento.

Gli oneri finanziari registrano un aumento nel corso del primo semestre 2022 a causa della maggiore spesa per interessi da attribuire al "Bond IWB – TF 2,5%, May 2027, Euro 130 milioni", pari a complessivi Euro 1,7 milioni.

A valle di quanto sopra, il risultato netto di periodo risulta in contrazione da Euro 6,3 milioni del primo semestre 2021 a Euro 3,9 milioni del primo semestre 2022.

Per una migliore disamina dei trend sulle vendite, sulla marginalità e sulle prospettive a breve termine dell'andamento del business si faccia riferimento ai successivi paragrafi "Analisi dei dati pro-forma" e "Evoluzione prevedibile della gestione".

Analisi dei dati pro-forma

Ai fini di una maggiore chiarezza informativa e di una omogenea rappresentazione dell'evoluzione di Italian Wine Brands nel corso del tempo, nella presente sezione vengono riportati i principali indicatori economici e finanziari pro-forma semestrali dal 30 giugno 2019 al 30 giugno 2022 riferiti a tutte le società facenti attualmente parte del perimetro di consolidamento del Gruppo.

Si precisa che i dati delle società non rientranti nel perimetro di consolidamento precedentemente al 31 dicembre 2021:

- sono stati desunti dalle relazioni finanziarie semestrali approvate dalle società prima della loro acquisizione da parte di IWB;
- sono stati redatti secondo principi contabili locali (non IFRS);
- non sono stati soggetti a revisione contabile semestrale.

	H1' 22 Pro-forma	H1' 21 Pro-forma	H1 '20 Pro-forma	H1 '19 Pro-forma
Ricavi delle vendite	179.619	196.837	179.727	160.077
<i>Wholesale + Horeca</i>	147.490	154.305	138.364	127.596
<i>Distance Selling</i>	32.129	42.532	41.363	32.481
EBITDA Restated	14.287	19.625	18.229	12.106
% sui ricavi delle vendite	7,95%	9,97%	10,14%	7,56%
Capitale circolante netto	26.924	15.018	25.947	8.117
Posizione finanziaria netta (*)	144.147 (**)	135.973 (**)	145.978 (**)	143.399 (**)

(*) I dati escludono la contabilizzazione dei "rights of use" (ex IFRS 16)

(**) Il dato include: i) il pagamento per cassa del prezzo di acquisizione delle azioni Enoitalia S.p.A. (Euro 105,0 m), ii) il pagamento per cassa del prezzo di acquisizione delle azioni Enovation Brands Inc. (Eur 8,8 m) e iii) il prezzo differito delle azioni Enovation Brands Inc. da riconoscere ai venditori negli esercizi successivi (Eur 7,4 m)

I dati aggregati pro-forma evidenziano che nel periodo in esame, il Gruppo IWB è riuscito ad aumentare in modo organico e progressivo i ricavi di vendita delle divisioni Wholesale + Ho.re.ca., portandoli da Euro 127,6 milioni del primo semestre 2019 a Euro 147,5 milioni del primo semestre 2022. La diminuzione registrata tra il primo semestre del 2021 (Euro 154,3 milioni) e il primo semestre del 2022 (Euro 147,5 milioni) è da ascrivere per intero alla mancata consegna di alcune tipologie di vetri speciali da parte di alcuni fornitori a partire da metà aprile 2022; tali mancate consegne hanno generato la cancellazione di vendite ad alto margine di competenza del semestre per complessivi Euro 9,0 milioni. Si segnala altresì che in tutti i mercati di riferimento il Gruppo IWB ha registrato una domanda solida, benché alcuni clienti importanti della GDO abbiano risentito della riapertura del canale HORECA, che nel primo trimestre del 2021 era in lock down.



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Relativamente alla dinamica dei ricavi distance selling si rimanda a quanto già dettagliato nelle sezioni precedenti essendo di fatto invariato il perimetro societario aziendale nel corso del periodo in esame per questa divisione di business.

Nel corso del primo semestre 2022, l'Ebitda Restated ha subito una contrazione a valori assoluti e in termini di percentuale rispetto ai due esercizi precedenti, mentre risulta superiore a quello realizzato nel primo semestre 2019.

La perdita di due punti percentuali di marginalità del primo semestre 2022 rispetto al 2021 e al 2020 è da ascrivere:

- alla maggiore incidenza dei costi di uva, vini, mosti a seguito della vendemmia 2021 che ha fatto registrare prezzi mediamente più alti del 6-7% rispetto alla vendemmia 2020⁴ (indicativamente +1,0%);
- alla maggiore incidenza di costi di materiali secchi e trasporti cresciuti progressivamente a partire da ottobre 2021 (+0,6%);
- alla maggiore incidenza di costi per utenze cresciuti a partire da ottobre 2021 (+0,3%).

Per quanto riguarda la Posizione Finanziaria Netta, si segnala una sostanziale stabilità nei periodi in esame, caratterizzati peraltro da volumi di capitale circolante netto sensibilmente superiori rispetto alle consistenze di fine esercizio.

Evoluzione prevedibile della gestione

A partire da settembre 2021 e a seguire nel corso di tutto il primo semestre del 2022, le tensioni inflattive hanno determinato una crescita consistente del costo dei fattori produttivi con un'incidenza media complessiva di circa 15 centesimi per bottiglia.

Il management ha pertanto provveduto a impostare azioni di riposizionamento dei prezzi di vendita, in particolare nei confronti delle principali catene della distribuzione organizzata internazionale, che hanno consentito già nel corso del semestre un ribaltamento pari a circa il 50% medio degli aumenti di costo sopra descritti.

A partire da luglio 2022 sono state inoltre impostate nuove azioni negoziali nei confronti delle catene della grande distribuzione organizzata internazionale volte a recuperare ulteriormente le spinte inflattive sui materiali secchi, in particolare vetri e imballaggi. Parallelamente, le prime indicazioni sui risultati della vendemmia risultano sostanzialmente positive sia in termini di quantitativi prodotti che di qualità, sia in Italia che in Europa e lasciano quindi presagire una generalizzata distensione sugli approvvigionamenti. È ipotizzabile che tali dinamiche, a parità di altre condizioni, abbiano un effetto positivo sui margini aziendali nel corso dell'ultimo trimestre dell'anno e nel corso del 2023.

Per quanto riguarda i volumi di vendita, a partire da giugno 2022 il Gruppo IWB ha registrato un significativo aumento degli ordinativi rispetto al medesimo periodo del 2021, con ricavi delle vendite nello stesso periodo superiori di circa il 5% rispetto all'esercizio precedente. Tali risultati sono stati ottenuti nonostante l'indisponibilità di alcuni vetri speciali che hanno determinato mancate consegne per il bimestre luglio / agosto pari a circa Euro 2,0 milioni.

Attività di M&A

IWB sta proseguendo i propri obiettivi di crescita dimensionale e di redditività attraverso ulteriori operazioni di acquisizione ed è tutt'oggi in stato avanzato di valutazione di possibili nuove opportunità di investimento in quote azionarie di altre aziende operanti nella produzione e distribuzione di prodotti vinicoli.

⁴ L'aumento generalizzato dei prezzi di uva, mosti e vini nella vendemmia 2021 è da ascrivere principalmente a due fattori: i) un generalizzato e repentino aumento della domanda a valle della ripresa post-pandemica del mercato mondiale del vino; ii) un sensibile calo di produzione per avverse condizioni climatiche in Francia e Spagna, con conseguente aumento della domanda di prodotto italiano.



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Situazione individuale della capogruppo IWB S.p.A.

La capogruppo Italian Wine Brands S.p.A. evidenzia un risultato netto positivo pari a Euro 10,8 milioni (di cui Euro 12,2 milioni derivanti dal dividendo 2021 deliberato dalla controllata Provinco Italia S.p.A.) e una liquidità pari a Euro 9,3 milioni.

La relazione finanziaria consolidata al 30 giugno 2022 sarà messa a disposizione del pubblico nei termini e con le modalità previste nel Regolamento Emittenti Euronext Growth Milan, nonché sul sito *internet* di IWB www.italianwinebrands.it, alla sezione Investor Relations - Documenti Finanziari.

Alessandro Mutinelli, Presidente e AD del Gruppo, dichiara: *“ Il Gruppo ha affrontato in modo compatto, determinato, lucido e flessibile questa fase di scarsità di materiali e di incremento dei costi. Anche in periodi recenti, come ad esempio nel 2018, abbiamo vissuto pressioni inflazionistiche, che nel breve termine avevano penalizzato i risultati economici. Oggi, come allora, abbiamo cercato di preservare l’asset più importante che ha il Gruppo: i clienti e la presenza dei nostri prodotti sui mercati, veri driver della crescita futura. Non abbiamo smesso di investire: nello sviluppo della struttura commerciale e di marketing, vogliamo più clienti, raggiungere mercati nuovi e posizionare in maniera sempre più granulare i nostri brands. Stiamo investendo per razionalizzare la nostra capacità produttiva, al fine di ridurre i costi di produzione, negli impianti fotovoltaici, per renderci sempre più indipendenti e più rispettosi dell’ambiente. Nello sviluppo della nostra squadra che, assieme ai clienti, rappresenta il patrimonio più grande di questo Gruppo. In un anno abbiamo raddoppiato le nostre dimensioni, accogliendo al nostro interno Enoitalia ed Enovation Brands e, con soddisfazione, posso affermare che l’integrazione sta procedendo come auspicato, apportando sinergie commerciali e produttive, proiettando questo Gruppo verso nuovi ambiziosi obiettivi. “*

PER INFORMAZIONI

Italian Wine Brands S.p.A.

Investor Relator

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

iwb-egm@intesasnpaolo.com

Uff. Stampa Spriano Communication

via Monte Cervino 6 - Milano

T. +39 02 83424010

mrusso@sprianocommunication.com

ctronconi@sprianocommunication.com


ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

BILANCIO CONSOLIDATO SEMESTRALE ABBREVIATO

Valori in euro	Notes	30.06.2022	31.12.2021
Attività non correnti			
Immobilizzazioni immateriali	5	37.453.094	35.983.013
Avviamento	6	198.145.946	181.085.190
Terreni, immobili, impianti e macchinari	7	48.008.249	50.123.900
Attività per diritti d'uso	7	12.868.100	14.041.962
Partecipazioni	8	2.859	2.859
Altre attività non correnti	9	2.927.877	2.327.877
Attività fiscali differite	10	1.309.839	1.515.513
Totale attività non correnti		300.715.964	285.080.314
Attività correnti			
Rimanenze	11	89.010.643	77.907.701
Crediti commerciali	12	51.901.146	68.143.859
Altre attività correnti	13	4.936.806	2.395.938
Attività per imposte correnti	14	5.870.379	7.402.216
Attività finanziarie correnti	17	449.649	1.113.163
Disponibilità liquide e strumenti equivalenti	15	49.630.368	59.103.393
Totale attività correnti		201.798.991	216.066.270
Attività non correnti possedute per la vendita			-
Totale attivo		502.514.955	501.146.584
Patrimonio netto			
Capitale sociale		1.046.266	1.046.266
Riserve		113.006.733	113.170.255
Riserva piani a benefici definiti		(77.633)	(77.633)
Riserva per stock grant		65.947	518.220
Utile (perdite) portate a nuovo		42.899.884	30.760.201
Risultato netto del periodo		3.932.968	14.537.076
Totale patrimonio netto attribuibile agli azionisti della Capogruppo		160.874.165	159.954.385
Patrimonio netto di terzi		(171.268)	-
Totale patrimonio netto	16	160.702.897	159.954.385
Passività non correnti			
Debiti finanziari	17	150.375.301	135.725.740
Passività per diritti d'uso	17	10.031.998	10.891.065
Fondo per altri benefici ai dipendenti	18	1.101.060	1.212.286
Fondo per rischi ed oneri futuri	19	227.177	333.891
Imposte differite passive	10	9.854.243	9.966.431
Altre passività non correnti	21		-
Totale passività non correnti		171.589.779	158.129.413
Passività correnti			
Debiti finanziari	17	43.851.838	32.467.349
Passività per diritti d'uso	17	2.216.607	2.388.122
Debiti commerciali	20	113.987.530	137.367.109
Altre passività correnti	21	8.742.814	9.507.718
Passività per imposte correnti	22	1.423.490	1.332.487
Fondo per rischi ed oneri futuri	19	-	-
Strumenti finanziari derivati		-	-
Totale passività correnti		170.222.279	183.062.785
Passività direttamente correlate ad attività possedute per la vendita			-
Totale patrimonio netto e passivo		502.514.955	501.146.584



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Conto economico consolidato

<i>Valori in euro</i>	Notes	30.06.2022	30.06.2021
Ricavi delle vendite	23	177.265.963	99.501.083
Variazione delle rimanenze	11	7.707.377	8.219.191
Altri proventi	23	3.114.981	1.146.696
Totale ricavi		188.088.321	108.866.970
Costi per acquisti	24	(128.823.667)	(65.202.013)
Costi per servizi	25	(34.109.278)	(27.195.820)
Costo del personale	26	(10.781.536)	(4.515.307)
Altri costi operativi	27	(524.173)	(313.704)
Costi operativi		(174.238.654)	(97.226.844)
Margine operativo lordo		13.849.667	11.640.126
Ammortamenti	5-7	(4.930.955)	(2.131.333)
Accantonamenti per rischi	19	-	-
Rivalutazioni / (svalutazioni)	28	(798.008)	(587.672)
Risultato operativo		8.120.704	8.921.121
Proventi finanziari		270.729	132.787
Oneri finanziari		(2.792.177)	(1.401.515)
Proventi (oneri) finanziari netti	29	(2.521.448)	(1.268.728)
Risultato prima delle imposte		5.599.256	7.652.393
Imposte	30	(1.680.726)	(1.307.891)
(Perdita) utile connesso ad attività cessate ed in dismissione			
Risultato netto (A)		3.918.530	6.344.502
Attribuibile a:			
(Utile)/ perdita di pertinenza dei terzi		14.438	
Risultato di pertinenza del Gruppo		3.932.968	6.344.502
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		
Effetto fiscale relativo agli altri utili/(perdite)		-	-
Totale altri utili/(perdite), al netto dell'effetto fiscale (B)		-	-
Totale utile/(perdita) complessiva (A) + (B)		3.932.968	6.344.502



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

Rendiconto finanziario consolidato

Valori in euro

	Note	30.06.2022	30.06.2021
Utile (perdita) di periodo prima delle imposte		5.599.256	7.652.393
Rettifiche per:			
- elementi non monetari - stock grant		-	-
- accantonamenti al fondo svalutazione crediti al netto degli utilizzi		798.008	587.672
- elementi non monetari - accantonamenti / (rilasci)		-	-
- elementi non monetari - ammortamenti		4.930.955	2.131.333
Utile di periodo (perdita) prima delle imposte rettificato		11.328.219	10.371.398
Disponibilità liquide generate dalle operazioni			
Imposte sul reddito pagate		(247.135)	(2.271.202)
Altri (proventi)/oneri finanziari senza flusso monetario (c. Amm. Fin)		1.721.302	327.561
Totale		1.474.168	(1.943.641)
Variazioni del capitale circolante			
Variazione crediti verso clienti		20.070.927	8.624.127
Variazione debiti verso fornitori		(30.165.047)	(1.931.521)
Variazione delle rimanenze		(9.927.021)	(8.097.232)
Variazione altri crediti e altri debiti		(3.898.150)	(1.800.511)
Altre variazioni		(267.042)	(109.321)
Variazione TFR e altri fondi		(217.940)	(36.237)
Variazioni altri fondi e imposte differite		93.486	100.718
Totale		(24.310.787)	(3.249.977)
Cash flow da attività operativa (1)		(11.508.401)	5.177.780
Investimenti:			
- Materiali		(386.266)	(621.114)
- Immateriali		(1.953.378)	(1.871.368)
- Flusso di cassa netto derivante dall'aggregazione aziendale (*):		(15.055.797)	-
- Finanziari		-	-
Cash flow da attività di investimento (2)		(17.395.442)	(2.492.482)
Attività finanziaria			
Accensioni di finanziamenti a breve		10.890.050	6.000.000
(Rimborsi) di finanziamenti a breve		-	(10.500.000)
Incassi / (rimborsi) prestito obbligazionario		-	130.000.000
Incassi / (rimborsi) finanziamento Senior		-	(16.625.000)
Incassi / (rimborsi) altri debiti finanziari		7.855.465	247.952
Variazione altre attività finanziarie		663.514	(1.955.341)
Variazione altre passività finanziarie		3.034.978	(3.321.509)
Acquisto azioni proprie		(1.429.629)	(52.440)
Cessione azioni proprie		-	-
Dividendi erogati		(879.216)	(4.784.942)
Aumenti di capitale sociale di natura monetaria		-	-
Variazione riserva per Stock Grant		-	-
Altre variazioni di patrimonio netto		(704.344)	(390.398)
Cash flow da attività di finanziamento (3)		19.430.819	98.618.322
Cash flow da attività in funzionamento		(9.473.024)	101.303.621
Variazione disponibilità liquide (1+2+3)		(9.473.024)	101.303.621
Disponibilità liquide all'inizio del periodo		59.103.393	33.401.735
Disponibilità liquide alla fine del periodo		49.630.369	134.705.356

(*) Effetti derivanti dall'acquisto del 85% della partecipazione nella società Enovation Brands Inc. come di seguito dettagliato:

a) Corrispettivo totale pagato/da pagare per cassa:	16.172.051
b) Ammontare delle disponibilità liquide acquisite (con segno negativo):	(1.116.253)
	15.055.798



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

Prospetto della movimentazione del Patrimonio Netto consolidato

Variazioni di patrimonio netto consolidato

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 31 dicembre 2020	879.854	67.027.888	739.278	-	(66.778)	35.940.267	104.520.509
Aumento capitale							-
Acquisto azioni proprie		(52.440)					(52.440)
Cessione azioni proprie							-
Dividendi						(4.784.942)	(4.784.942)
Stock grant		645.168	(645.168)				-
Riserva legale							-
Riclassifiche e altre variazioni		1.482				(391.879)	(390.397)
Totale Utile/(Perdita) complessiva						6.344.502	6.344.502
Saldo al 30 giugno 2021	879.854	67.622.098	94.110	-	(66.778)	37.107.947	105.637.232

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	Patrimonio Netto di Terzi	Totale
Saldo al 31 dicembre 2021	1.046.266	113.170.255	518.220	-	(77.633)	45.297.277	-	159.954.385
Aumento capitale								-
Acquisto azioni proprie		(1.429.629)						(1.429.629)
Cessione azioni proprie								-
Dividendi						(879.216)		(879.216)
Stock grant		1.278.338	(452.273)			(826.065)		-
Riserva legale		33.282				(33.282)		-
Riclassifiche e altre variazioni		(45.513)				(658.830)	(156.830)	(861.174)
Totale Utile/(Perdita) complessiva						3.932.968	(14.438)	3.918.530
Saldo al 30 giugno 2022	1.046.266	113.006.733	65.947	-	(77.633)	46.832.852	(171.268)	160.702.897



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

THE BOARD OF DIRECTORS OF ITALIAN WINE BRANDS APPROVES THE HALF YEAR REPORT AT 30 JUNE 2022

Revenues from sales: Eur 179,6 million (+80,5%)
Restated Ebitda⁵: Eur 14,3 million (+20,8%)
Restated Net Profit⁵: Eur 4,2 million (-35,3%)
Net Profit: Eur 3,9 million (-38,1%)
Net Financial Debt:
Eur 144,1⁶ million net of the IFRS 16 effect

Milan, 15 September 2022 – The Board of Directors of Italian Wine Brands S.p.A. met today to examine and approve the consolidated half-year report at 30 June 2022, drawn up in accordance with the Euronext Growth Milan and with IFRS international accounting standards.

The consolidated half-year report of the IWB Group at 30 June 2022, drawn up in accordance with IFRS international accounting standards, recorded the following amounts (in thousands of Euros)⁷:

	30.06.2022 pro-forma ⁽⁷⁾	30.06.2022	30.06.2021	30.06.2020	Δ % 21/22	Cagr 20/22
Revenue from sales	179.619	177.266	99.501	92.158	80,52%	39,61%
Change in inventories	7.716	7.707	8.219	4.255		
Other income	3.072	3.115	1.147	490		
Total revenues	190.407	188.088	108.867	96.903	74,90%	40,18%
Purchase costs	(128.944)	(128.824)	(65.202)	(56.571)		
Costs for services	(35.262)	(33.835)	(27.196)	(25.338)		
Personnel costs	(11.349)	(10.691)	(4.330)	(4.029)		
Other operating costs	(566)	(524)	(314)	(297)		
Total operating costs	(176.121)	(173.874)	(97.042)	(86.235)		
Restated EBITDA	14.286	14.214	11.825	10.668	20,81%	15,72%
EBITDA	13.921	13.849	11.640	10.151		
Restated Net Result	4.196	4.185	6.485	5.814	(35,30%)	(15,05%)
Net Result	3.929	3.918	6.344	5.348	(38,07%)	(14,29%)
Net financial debt	156.396	156.396	13.819	20.169		
<i>of which net financial debt - third-party lenders</i>	<i>136.796</i>	<i>136.796</i>	<i>3.797</i>	<i>9.444</i>		
<i>of which deferred cash payment of Enovation Brands Inc. p. price</i>	<i>7.351</i>	<i>7.351</i>	<i>-</i>	<i>-</i>		
<i>of which net financial debt - right-of-use liabilities IFRS 16</i>	<i>12.249</i>	<i>12.249</i>	<i>10.022</i>	<i>10.725</i>		

⁵The restated accounting data at 30 June 2022 (with reference to the Restated EBITDA and Restated Net Profit) are reported gross of non recurring costs, amounting in total to Eur 365 k and related to: i) Eur 208 k for the acquisition of Enovation Brands Inc of which Eur 163 k for legal and notary consultancy and Eur 44 k for financial advisory and due diligences, ii) Eur 53 k for legal consultancy relating to personnel redundancy iii) Eur 12 k for commercial and other non recurring expenses and iv) Eur 92 k for personnel costs regarding a redundancy transaction with a manager.

⁶ This figure encompasses Eur 7.4 million related to the deferred cash payment of Enovation Brands Inc. purchase price to be paid to sellers in three annual instalments starting from January 2023 and doesn't encompass the IFRS effect of Eur 12.2 million.

⁷ The consolidated pro-forma figures refer to the results of all the companies included in the Group perimeter for the entire period 1 January 2022 – 30 June 2022.



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

Revenues from sales

Italian Wine Brands Group achieved revenues from sales, on a pro-forma half-yearly basis, of Eur 179.6 million, thus recording a substantial doubling in turnover compared to the first half of 2021, in a substantially stable market context and highly seasonal business concentrated in the last quarter of the year. This increase is mainly attributable to operations of M&A concluded in the past 12 months.

The trend in revenues from sales by country is characterized both by the further strengthening of the Group on international markets, where Eur 145.5 million (+ 83.0% compared to 2021) were achieved, and by greater presence on the domestic market, with Eur 32.7 million (+ 67.2% compared to 2021).

The breakdown of revenues from sales by channel is shown below.

	30.06.2022 pro-forma	30.06.2021	30.06.2020	30.06.2019	Δ % 21/22	Cagr 20/22
Revenues from sales	179.619	99.501	92.158	70.073	80,52%	39,61%
Revenues from <i>Wholesale division</i>	127.198	56.508	50.582	37.325	125,10%	58,58%
Revenues from <i>Distance Selling division</i>	32.129	42.532	41.363	32.481	-24,46%	-11,87%
<i>Direct Mailing</i>	16.262	22.477	20.860	17.723	-27,65%	-11,71%
<i>Teleselling</i>	7.004	8.923	8.622	9.196	-21,51%	-9,87%
<i>Digital / WEB</i>	8.863	11.132	11.881	5.562	-20,38%	-13,63%
Revenues from <i>Ho.Re.Ca. division</i>	18.832	-	-	-	NA	NA
Other revenues	1.460	462	213	267	216,30%	161,80%

The revenues of the wholesale division (sale to large-scale retail chains and state monopolies) recorded a sustained development over the last 3 years, going from Eur 37.3 million in the first six months of 2019 to Eur 127.2 million in the first six months of 2022. The growth is attributable both to the organic development linked to the growth of the Group's proprietary brands and to the acquisition of other Italian companies operating in the wine sector. Following this growth, significantly higher than that recorded by the market in the same period, the wholesale channel is by far the main contributor to the Group's revenues.

The revenues of the distance selling division (direct sales to private customers) after the strong growth recorded in 2020 and 2021 are repositioned on the values of the first half of 2019. A more specific analysis of the revenue dynamics of this division indicates however how, net of a substantial overall stability over time, the business has been progressively repositioned successfully on channels and countries that can ensure further development in the near future. In particular, a strong boost was given to e-commerce turnover, which went from Eur 5.6 million in 2019 (17.1% of total turnover) to Eur 8.9 million in 2022 (27.6% of the total) and the main foreign markets were successfully covered, with revenues increasing from Eur 18.6 million in 2019 (57.2% of total turnover) to Eur 19.1 million in 2022 (59.6% of total turnover in 2022).

The first half of 2022 also sees the strengthening of the Group in the Ho.re.ca. division (hotel, restaurant and catering) which constitutes the completion of the channel portfolio within the Group and which will allow for a significant improvement in the coverage of the customer base in the different consumption occasions. UK, with revenues of Eur 12.0 million, is the first on-trade market for the Group, followed by the United States (Eur 3.5 million) and Canada (Eur 1.0 million).


ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

Margins

The table below shows the elements that contribute to the formation of the Restated EBITDA.

	30.06.2022 pro-forma	30.06.2021	30.06.2020	30.06.2019	Δ % 21/22	Cagr 20/22
Revenues from sales	179.619	99.501	92.158	70.073	80,52%	39,61%
Raw materials	(121.228)	(56.983)	(52.316)	(39.715)	112,74%	52,22%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-67,49%</i>	<i>-57,27%</i>	<i>-56,77%</i>	<i>-56,68%</i>		
Costs for services	(35.262)	(27.196)	(25.338)	(19.686)	29,66%	17,97%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-19,63%</i>	<i>-27,33%</i>	<i>-27,49%</i>	<i>-28,09%</i>		
Personnel costs	(11.349)	(4.330)	(4.029)	(3.706)	162,11%	67,83%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-6,32%</i>	<i>-4,35%</i>	<i>-4,37%</i>	<i>-5,29%</i>		
Other operating costs	(566)	(314)	(297)	(350)	80,25%	38,05%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-0,32%</i>	<i>-0,32%</i>	<i>-0,32%</i>	<i>-0,50%</i>		
Restated EBITDA	14.286	11.825	10.668	7.259	20,81%	15,72%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>7,95%</i>	<i>11,88%</i>	<i>11,58%</i>	<i>10,36%</i>		

In the first six-months of 2022, the operating margins of the Group continued their growth trend in absolute values, with an Ebitda Restated of Eur 14.3 million which is compared with an Ebitda Restated in the first half of 2021 of Eur 11.8 million (11.9% of sales revenues) and a Restated Ebitda in 2020 of Eur 10.7 million.

The margins in terms of ratio Ebitda / Revenues from sales decreased during the first half of 2022, reaching 8.0% compared to 11.9% in the first half of 2021. This result is to be ascribed:

- for about 1.9% to the different perimeter of the Group after the M&A transactions;
- for about 2.0% to the higher incidence of raw materials, utilities and transportation costs following the increases recorded starting from September 2021 and not entirely reversed on sales prices.

The table below shows the elements that from the Restated Ebitda contribute to the formation of the Net Result.

	30.06.2022 pro-forma	30.06.2021	30.06.2020	30.06.2019	Δ % 21/22	Cagr 20/22
Restated EBITDA	14.286	11.825	10.668	7.259	20,81%	15,72%
Write downs, Depreciation	(5.764)	(2.719)	(2.431)	(2.271)	111,99%	53,98%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-3,21%</i>	<i>-2,73%</i>	<i>-2,64%</i>	<i>-3,24%</i>		
Exceptional items	(365)	(185)	(517)	(589)	96,94%	-15,97%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-0,20%</i>	<i>-0,19%</i>	<i>-0,56%</i>	<i>-0,84%</i>		
Operating profit (loss)	8.157	8.921	7.720	4.399	-8,56%	2,79%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>4,54%</i>	<i>8,97%</i>	<i>8,38%</i>	<i>6,28%</i>		
Financial income (expences)	(2.548)	(1.269)	(632)	(671)	100,79%	100,79%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-1,42%</i>	<i>-1,28%</i>	<i>-0,69%</i>	<i>-0,96%</i>		
Taxes	(1.681)	(1.308)	(1.741)	(1.040)	28,52%	-1,74%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>-0,94%</i>	<i>-1,31%</i>	<i>-1,89%</i>	<i>-1,48%</i>		
Net Result	3.928	6.344	5.347	2.688	-38,08%	-14,29%
<i>% of revenues from sales</i>	<i>2,19%</i>	<i>6,38%</i>	<i>5,80%</i>	<i>3,84%</i>		



ITALIAN WINE BRANDS
Creatori di Eccellenze

In the first six-month of 2022, non-monetary items, in particular depreciation and amortization, substantially doubled compared to the past (from Eur 2.7 million in 2021 to Eur 5.8 million in 2022) in consideration of the changed perimeter of consolidation following the transactions of M&A, which saw the entry into the Group of important industrial winemaking and bottling plants.

Financial expenses recorded an increase in the first half of 2022 due to the higher interest expense to be attributed to the “Bond IWB - TF 2.5%, May 2027, Eur 130 million”, equal to a total of Eur 1.7 million.

Following the above, the net result for the period decreased from Eur 6.3 million in the first half of 2021 to Eur 3.9 million in the first half of 2022.

For a better comprehension of historical sales trends and margins and to get a business outlook for the coming months, please refer to the following paragraphs “Analysis of pro-forma data” and “Business outlook”.

Analysis of pro-forma data

For the purposes of information clarity and to provide with a homogeneous representation of the evolution of Italian Wine Brands over time, this section shows the main half-yearly pro-forma economic and financial indicators from 30 June 2019 to 30 June 2022 referring to all the companies currently part of the Group’s consolidation perimeter.

It should be noted that the figures of the companies not included in the scope of consolidation prior to 31 December 2021:

- they were taken from the half-yearly financial reports approved by the companies prior to their acquisition by IWB;
- they have been prepared in accordance with local accounting principles (not IFRS);
- they have not been subject to half-yearly auditing.

	H1' 22 Pro-forma	H1' 21 Pro-forma	H1 '20 Pro-forma	H1 '19 Pro-forma
Revenues from sales	179.619	196.837	179.727	160.077
<i>Wholesale + Horeca division</i>	147.490	154.305	138.364	127.596
<i>Distance Selling division</i>	32.129	42.532	41.363	32.481
Restated EBITDA	14.287	19.625	18.229	12.106
<i>% of revenues from sales</i>	7,95%	9,97%	10,14%	7,56%
<i>Net Working Capital</i>	26.924	15.018	25.947	8.117
Net Financial Position (*)	144.147 (**)	135.973 (**)	145.978 (**)	143.399 (**)

(*) Data excluding liabilities for rights of use (ex IFRS 16)

(**) The amount includes: i) the effects due to the cash payment of Enoitalia acquisition price (Eur 105.0 m), ii) the effects due to the cash payment of Enovation Brands Inc. acquisition price (Eur 8.8 m) and iii) the effects due to the deferred cash payment of Enovation Brands Inc. acquisition price to be paid to sellers in the following years (Eur 7.4 m)

The pro-forma aggregate data show that in the period under review, the IWB Group managed to organically and progressively increase the sales revenues of the Wholesale + Ho.re.ca. divisions, bringing them from Eur 127.6 million in the first half of 2019 to Eur 147.5 million in the first half of 2022. The decrease recorded between the first half of 2021 (Eur 154.3 million) and the first half of 2022 (Eur 147.5 million) is entirely due to the non-delivery of certain types of special bottles from some suppliers starting from mid-April 2022; these non-deliveries generated the cancellation of



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

high-margin sales pertaining to the half year for a total of Eur 9.0 million. It should also be noted that, in all the reference markets, IWB Group recorded solid demand, although some major large-scale retailers were affected by the reopening of the HORECA channel, which was in lock down in the first quarter of 2021.

With regard to of distance selling revenues, reference should be made to the previous sections, since the corporate perimeter of the company during the period under examination was unchanged for this business division.

During the first half of 2022, the Restated Ebitda underwent a contraction in absolute values and in terms of percentage compared to the two previous years, while it is higher than that achieved in the first half of 2019.

The loss of two percentage points of margins in the first half of 2022 compared to 2021 and 2020 is due to:

- the higher incidence of costs of grapes, wines, musts following the 2021 harvest which recorded prices on average 6-7% higher than the 2020 harvest⁸ (indicatively + 1.0%);
- to the higher incidence of costs of dry materials and transport which increased progressively starting from October 2021 (+ 0.6%);
- the higher incidence of costs for utilities increased starting from October 2021 (+ 0.3%).

The Net Financial Position was stable in the periods in question, which were also characterized by volumes of net working capital that were significantly higher than the amounts at the end of the year.

Business outlook

Starting from September 2021 and following throughout the first half of 2022, inflationary tensions have led to a consistent increase in the cost of production factors with an overall average incidence of about 15 cents per bottle.

The management therefore took actions to put in place price repositioning, in particular with regard to large retail chains. During the half-year these actions allowed for a reversal of approximately 50% of the cost increases described above.

Starting from July 2022, new negotiation were also put in place with respect to the retail chains aimed at further recovering the inflationary pressures on dry materials, in particular glass and packaging. At the same time, the first indications on the results of the harvest are substantially positive both in terms of quantities produced and of quality, both in Italy and in Europe and therefore suggest a generalized relaxation on supplies. It is conceivable that these dynamics may have a positive effect on company margins during the last quarter of the year and during 2023.

With regard to sales volumes, starting from June 2022 the IWB Group recorded a significant increase in orders compared to the same period of 2021, with sales revenues in the same period of approximately 5% higher than the previous year. These results were obtained despite the unavailability of some special glasses which resulted in non-deliveries for the two-month period July / August equal to approximately Eur 2.0 million

M&A activities

IWB is pursuing the growth and profitability paths through acquisitions and is in an advanced state of evaluation of possible new investment opportunities in shares of other companies operating in the wine production and distribution.

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

⁸ The generalized increase in the prices of grapes, musts and wines in the 2021 harvest is mainly due to two factors: i) a generalized and sudden increase in demand following the post-pandemic recovery; ii) a significant drop in production due to adverse weather conditions in France and Spain, with a consequent increase in demand for Italian products.



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

The holding company Italian Wine Brands S.p.A. recorded a Net Profit of Eur 10,8 million and a Net liquidity of Eur 9,3 million.

The consolidated financial report at 30 June 2022 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, Group Chairman and CEO, stated: *“The Group faced this phase of scarcity of materials and increase in costs in a compact, determined, lucid and flexible way. Even in recent periods, such as in 2018, we have experienced inflationary pressures, which in the short term had penalized economic results. Today, as then, we have tried to preserve the most important asset that the Group has: customers and the presence of our products on the markets, true drivers of future growth. We have not stopped investing: in the development of the commercial and marketing structure, we want more customers, reach new markets and position our brands in an increasingly granular way. We are investing to rationalize our production capacity, in order to reduce production costs, in photovoltaic systems, to make ourselves more independent and more respectful of the environment. In the development of our team which, together with customers, represents the greatest asset of this Group. In one year we have doubled our size, welcoming Enoitalia and Enovation Brands within our company and, with satisfaction, I can say that the integration is proceeding as desired, bringing commercial and production synergies, projecting this Group towards new ambitious goals. “*

PER INFORMAZIONI

Italian Wine Brands S.p.A.
Investor Relator
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
iwb-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

Creatori di Eccellenze

CONSOLIDATED BALANCE SHEET

Amounts in EUR	Notes	30.06.2022	31.12.2021
Non-current assets			
Intangible fixed assets	5	37.453.094	35.983.013
Goodwill	6	198.145.946	181.085.190
Land, property, plant and equipment	7	48.008.249	50.123.900
Right-of-use assets	7	12.868.100	14.041.962
Equity investments	8	2.859	2.859
Other non-current assets	9	2.927.877	2.327.877
Deferred tax assets	10	1.309.839	1.515.513
Total non-current assets		300.715.964	285.080.314
Current assets			
Inventory	11	89.010.643	77.907.701
Trade receivables	12	51.901.146	68.143.859
Other current assets	13	4.936.806	2.395.938
Current tax assets	14	5.870.379	7.402.216
Current financial assets	17	449.649	1.113.163
Cash and cash equivalents	15	49.630.368	59.103.393
Total current assets		201.798.991	216.066.270
Non-current assets held for sale			-
Total assets		502.514.955	501.146.584
Shareholders' equity			
Share capital		1.046.266	1.046.266
Reserves		113.006.733	113.170.255
Reserve for defined benefit plans		(77.633)	(77.633)
Reserve for stock grants		65.947	518.220
Profit (loss) carried forward		42.899.884	30.760.201
Net profit (loss) for the period		3.932.968	14.537.076
Total Shareholders' Equity of parent company shareholders		160.874.165	159.954.385
Shareholders' equity of NCIs		(171.268)	-
Total Shareholders' Equity	16	160.702.897	159.954.385
Non-current liabilities			
Financial payables	17	150.375.301	135.725.740
Right-of-use liabilities	17	10.031.998	10.891.065
Provision for other employee benefits	18	1.101.060	1.212.286
Provisions for future risks and charges	19	227.177	333.891
Deferred tax liabilities	10	9.854.243	9.966.431
Other non-current liabilities	21		-
Total non-current liabilities		171.589.779	158.129.413
Current liabilities			
Financial payables	17	43.851.838	32.467.349
Right-of-use liabilities	17	2.216.607	2.388.122
Trade payables	20	113.987.530	137.367.109
Other current liabilities	21	8.742.814	9.507.718
Current tax liabilities	22	1.423.490	1.332.487
Provisions for future risks and charges	19	-	-
Derivatives		-	-
Total current liabilities		170.222.279	183.062.785
Liabilities directly related to assets held for sale			-
Total shareholders' equity and liabilities		502.514.955	501.146.584



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

<i>Amounts in EUR</i>	Notes	<u>30.06.2022</u>	<u>30.06.2021</u>
Revenue from sales	23	177.265.963	99.501.083
Change in inventories	11	7.707.377	8.219.191
Other income	23	3.114.981	1.146.696
Total revenue		188.088.321	108.866.970
Purchase costs	24	(128.823.667)	(65.202.013)
Costs for services	25	(34.109.278)	(27.195.820)
Personnel costs	26	(10.781.536)	(4.515.307)
Other operating costs	27	(524.173)	(313.704)
Operating costs		(174.238.654)	(97.226.844)
EBITDA		13.849.667	11.640.126
Depreciation and amortization	5-7	(4.930.955)	(2.131.333)
Provision for risks	19	-	-
Write-ups / (Write-downs)	28	(798.008)	(587.672)
Operating profit/(loss)		8.120.704	8.921.121
Finance revenue		270.729	132.787
Borrowing costs		(2.792.177)	(1.401.515)
Net financial income/(expenses)	29	(2.521.448)	(1.268.728)
EBT		5.599.256	7.652.393
Taxes	30	(1.680.726)	(1.307.891)
(Loss) Profit from discontinued operations			
Profit (loss) (A)		3.918.530	6.344.502
Attributable to:			
(Profit)/Loss of NCl's		14.438	
Group profit (loss)		3.932.968	6.344.502
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		
Tax effect of Other profit/(loss)		-	-
Total other profit/(loss), net of tax effect (B)		-	-
Total comprehensive profit/(loss) (A) + (B)		3.932.968	6.344.502



ITALIAN WINE BRANDS

Creatori di Eccellenze

CONSOLIDATED CASH FLOW

Amounts in EUR

	Note	30.06.2022	30.06.2021
Profit (loss) before taxes		5.599.256	7.652.393
Adjustments for:			
- non-monetary items - stock grant		-	-
- allocations to the provision for bad debts net of utilizations		798.008	587.672
- non-monetary items - provisions / (releases)		-	-
- non-monetary items - amortisation/depreciation		4.930.955	2.131.333
Adjusted profit (loss) for the period before taxes		11.328.219	10.371.398
Cash flow generated by operations			
Income tax paid		(247.135)	(2.271.202)
Other financial (income)/expenses without cash flow (financial amortisation)		1.721.302	327.561
Total		1.474.168	(1.943.641)
Changes in working capital			
Change in receivables from customers		20.070.927	8.624.127
Change in trade payables		(30.165.047)	(1.931.521)
Change in inventories		(9.927.021)	(8.097.232)
Change in other receivables and other payables		(3.898.150)	(1.800.511)
Other changes		(267.042)	(109.321)
Change in post-employment benefits and other provisions		(217.940)	(36.237)
Change in other provisions and deferred taxes		93.486	100.718
Total		(24.310.787)	(3.249.977)
Cash flow from operations (1)		(11.508.401)	5.177.780
Capital expenditure:			
- Tangible		(386.266)	(621.114)
- Intangible		(1.953.378)	(1.871.368)
- Net cash flow from business combination (*):		(15.055.797)	-
- Financial		-	-
Cash flow from investment activities (2)		(17.395.442)	(2.492.482)
Financial assets			
Short-term borrowings		10.890.050	6.000.000
Short-term borrowings (paid)		-	(10.500.000)
Long-term borrowings/ (repayments) - Bond		-	130.000.000
Collections / (repayments) Senior loan		-	(16.625.000)
Collections / (repayments) other financial payables		7.855.465	247.952
Change in other financial assets		663.514	(1.955.341)
Change in other financial liabilities		3.034.978	(3.321.509)
Purchase of own shares		(1.429.629)	(52.440)
Sale of own shares		-	-
Dividends paid		(879.216)	(4.784.942)
Monetary capital increases		-	-
Change in reserve for stock grants		-	-
Other changes in shareholders equity		(704.344)	(390.398)
Cash flow from financing activities (3)		19.430.819	98.618.322
Cash flow from continuing operations		(9.473.024)	101.303.621
Change in cash and cash equivalents (1+2+3)		(9.473.024)	101.303.621
Cash and cash equivalents at beginning of period		59.103.393	33.401.735
Cash and cash equivalents at end of period		49.630.369	134.705.356

(*) Effects of the acquisition of 85% of Enovation Brands shareholders' equity as below detailed:

a) Total amount paid/to be paid (cash):	16.172.051
b) Amount of cash and cash equivalents (with a negative sign):	(1.116.253)
	15.055.798


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 31 December 2020	879.854	67.027.888	739.278	-	(66.778)	35.940.267	104.520.509
Capital increase							-
Purchase of own shares		(52.440)					(52.440)
Sale of own shares							-
Dividends						(4.784.942)	(4.784.942)
Stock grants		645.168	(645.168)				-
Legal reserve							-
Reclassification and other changes		1.482				(391.879)	(390.397)
Total comprehensive profit/ (loss)						6.344.502	6.344.502
Balance sheet at 30 June 2021	879.854	67.622.098	94.110	-	(66.778)	37.107.947	105.637.232

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	Shareholders' equity of NCIs	Total
Balance sheet at 31 December 2021	1.046.266	113.170.255	518.220	-	(77.633)	45.297.277	-	159.954.385
Capital increase	-	-	-	-	-	-	-	-
Purchase of own shares	-	(1.429.629)	-	-	-	-	-	(1.429.629)
Sale of own shares	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividends	-	-	-	-	-	(879.216)	-	(879.216)
Stock grants	-	1.278.338	(452.273)	-	-	(826.065)	-	-
Legal reserve	-	33.282	-	-	-	(33.282)	-	-
Reclassification and other changes	-	(45.513)	-	-	-	(658.830)	(156.830)	(861.174)
Total comprehensive profit/ (loss)	-	-	-	-	-	3.932.968	(14.438)	3.918.530
Balance sheet at 30 June 2021	1.046.266	113.006.733	65.947	-	(77.633)	46.832.852	(171.268)	160.702.897

Fine Comunicato n.20061-23

Numero di Pagine: 22