

AB INBEV PRESENTA I RISULTATI DEL SECONDO TRIMESTRE 2022

- A livello globale, nel secondo trimestre, crescita dei volumi del **3,4%**, crescita dei ricavi dell'**11,3%**, crescita dell'EBITDA normalizzato del **7,2%**;
- A livello europeo i marchi premium e superpremium costituiscono oltre il **50%** dei ricavi;
- In Italia crescita a valore dell'**1,2%**. Corona e Leffe guadagnano **0.1** punti percentuali di quota volume [Dati Nielsen].

Milano, 28 luglio 2022. AB InBev, il più grande produttore mondiale di birra, ha chiuso il secondo trimestre del 2022 registrando risultati finanziari positivi. A livello globale, ha infatti conseguito una **crescita dei volumi del 3,4%**, che si è accompagnata ad un **aumento dei ricavi dell'11,3%**. Anche l'**EBITDA normalizzato** ha segnato un **incremento del 7,2%**. Risultati che hanno determinato anche un andamento favorevole per l'intero primo semestre del 2022. In particolare, nei primi sei mesi dell'anno, i volumi sono aumentati del 3,1%, i ricavi dell'11,5% e l'EBITDA normalizzato del 7,5%.

A livello europeo, AB InBev ha osservato una crescita sia della top line sia della bottom line - quest'ultima a doppia cifra - grazie soprattutto alla proficua strategia basata sulla **premiumizzazione**, oltre che alla ripresa dell'Horeca, il cui trend positivo si prevede possa continuare ad estendersi fino al prossimo anno. I ricavi sono cresciuti a una cifra, mentre si è registrato un incremento dell'EBITDA di oltre il 10%. Rispetto al secondo trimestre del 2019, la top line è aumentata di mezza cifra, nonostante i volumi di vendita non siano ancora quelli del pre-pandemia.

Nel Vecchio Continente, la volontà di AB InBev di guidare la categoria ha fatto sì che i marchi globali premium e super-premium dell'azienda rappresentassero oltre il **50%** del fatturato. Non solo, si è ampliato il ricorso a strumenti digitali, anche grazie al lancio di BEES: oltre l'80% dei clienti on-trade ordina abitualmente per via telematica. Da menzionare, infine, l'arrivo in Europa di **Chernigivske**, il brand di birra più amato in Ucraina: tutti i profitti del marchio – uniti a una donazione di almeno 5 milioni di dollari – sono devoluti ad alcune ONG prescelte, tra cui Caritas International.

Anche a livello italiano, il filo conduttore del secondo trimestre è stato il forte recupero dell'Horeca, che dimostra la resilienza dell'intera filiera, soprattutto per quanto concerne la categoria della birra. La performance dei primi cinque mesi del 2022 segna un rimbalzo a **tripla cifra**, sia a volume sia a valore, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente [Dati IRI, Aggiornamento Maggio].

Nonostante il recupero dei consumi fuori casa impatti negativamente la categoria nella grande distribuzione, il secondo trimestre ha fatto comunque registrare una crescita a valore dell'**1.2%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, a fronte di una riduzione dei volumi solo dell'1%. La coerente strategia di AB InBev basata sui brand premium e superpremium si dimostra ancora una volta vincente, con **Corona** e **Leffe** che guadagnano 0.1 punti percentuali di quota volume [Dati Nielsen].

Merita infine una menzione particolare il lancio di **Beck's Unfiltered**, innovazione portata sul mercato quest'anno per incontrare i gusti dei consumatori italiani, che ha raggiunto nel mese di giugno una quota volume di 0.2 punti percentuali [Dati Nielsen].



“La conferma che l’Horeca sia definitivamente ripartito rilancia con forza la nostra presenza sul mercato, oltre a ridare slancio ai nostri clienti, che possono guardare con serenità i mesi a venire. Con ancora più soddisfazione, inoltre, si rilevano le ottime performance registrate dai marchi premium e superpremium, a testimonianza della bontà della nostra strategia commerciale che – soprattutto in Italia – punta con convinzione su tali brand, incontrando il gusto di quei consumatori maggiormente attenti alla qualità. Non solo, i nuovi prodotti come Beck’s Unfiltered riflettono la voglia dell’azienda di continuare ad innovare per andare incontro alle esigenze sempre più differenziate dei consumatori”, ha dichiarato **Arnaud Hanset, AD e Country Director di AB InBev Italia.**

AB InBev

AB InBev è la società leader mondiale della birra, quotata in borsa e con sede a Leuven, in Belgio. Ci impegniamo a produrre le migliori birre - utilizzando gli ingredienti naturali più pregiati - da gustare in modo responsabile. Dalle nostre radici europee nel birrificio di Den Hoorn a Leuven, in Belgio, siamo ora un produttore geograficamente diversificato, con una presenza bilanciata nei mercati sviluppati e in quelli in via di sviluppo. Abbiamo un portfolio diversificato di oltre 500 brand, che comprende marchi globali come Bud®, Corona® e Stella Artois®; marchi multi-paese come Beck’s®, Castle®, Hoegaarden® e Leffe®; e marchi locali come Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® and Skol®. Possiamo contare sul talento di circa 164.000 dipendenti, di cui 12.000 solo in Europa. Abbiamo uffici e birrifici in 18 Stati dell'UE, compreso il nostro Global Innovation Centre, che ha sede a Leuven, in Belgio. Seguici su Twitter a @ABInBev_EU

Per informazioni

UTOPIA - Comunicazione e media relations AB InBev
Piero Tatafiore - Andrea Maccagno
+39 328 6111646 - +39 392 8326800
abinbev@utopialab.it