

AB INBEV PRESENTA I RISULTATI FINANZIARI PER IL 2022

- A livello globale, **crescita** dei volumi del 2,3% e dei ricavi dell'11,2%, l'EBITDA normalizzato in aumento del 7,2%
- A livello europeo continua a ripagare la **strategia di premiumizzazione**, con i marchi premium e superpremium che ora rappresentano oltre il 55% dei ricavi
- In **Italia** il 2022 è stato un anno di **ulteriore conferma**: la strategia incentrata sui brand premium e superpremium (Corona, Leffe, Stella Artois) registra crescite sia sulla Grande Distribuzione che sul fuori casa (Dati Nielsen e IRI, Novembre 2022)

Milano, 2 marzo 2023 – Nel 2022 AB InBev, il più grande produttore mondiale di birra, registra ricavi in aumento dell'11,2%. I volumi totali, invece, sono cresciuti del 2,3%, con l'EBITDA normalizzato in aumento del 7,2%.

Nonostante il 2022 non sia stato privo di sfide, tra cui le incertezze economiche, gli elevati costi di produzione e le interruzioni della catena di fornitura, che hanno continuato a limitare il pieno potenziale di crescita, AB InBev ancora una volta ha registrato una crescita di EBITDA in linea con le aspettative di medio termine e per l'anno precedentemente comunicate tra il 4 e l'8%. La performance della società è il risultato diretto dei suoi punti di forza fondamentali e delle sue scelte strategiche, continuando a investire nei propri brand, accelerando la trasformazione digitale e ottimizzando il proprio business.

A livello europeo, nel 2022 AB InBev ha conseguito risultati finanziari e operativi coerenti. La sua formula di crescita nella regione semplice e replicabile su larga scala, è incentrata sui marchi globali e premium e superpremium, che ad oggi rappresentano oltre il 55% dei ricavi, con un aumento di +5pp rispetto ai periodi pre-COVID.

Ma il 2022 non è stato solo questo. Di fronte alla crisi umanitaria in Ucraina, AB InBev si è mobilitata, producendo 5 milioni di lattine di acqua per aiutare la popolazione e donando 7 milioni di dollari a organizzazioni umanitarie. Inoltre, ha lanciato il marchio di birra più amato in Ucraina, Chernigivske, in 14 paesi per portare una parte importante della cultura ucraina nel mondo, destinando tutti i profitti di queste vendite a organizzazioni umanitarie.

Quanto al mercato italiano, il 2022 per la birra è stato un anno caratterizzato da due fondamentali macro-trend: da un lato, il sostanziale recupero del mondo Ho.re.ca rispetto ai livelli pre-pandemici e, dall'altro, la spinta inflattiva che ha caratterizzato soprattutto la seconda metà dell'anno.

In un contesto di grande instabilità, la **categoria** si è dimostrata ancora una volta **resiliente**, registrando non solo un **aumento totale dei volumi di vendita** rispetto all'anno precedente ma anche un **guadagno della quota consumi** rispetto alle altre bevande alcoliche (vino, spirits e ready-to-drink cocktails), in linea con i trend di lungo periodo (Dati Euromonitor).

Scendendo nel dettaglio dei canali di vendita, la **Grande Distribuzione** ha registrato una leggera contrazione di volumi del **-2.6% rispetto all'anno precedente** (Dati Nielsen); l'**Ho.re.ca** invece, grazie al rimbalzo post-Covid ed una stagione estiva particolarmente di successo, è ritornato ai volumi pre-pandemia (**-0.6% vs 2019**), postando un **+31.5% a volume rispetto al 2021** (Dati IRI, Novembre 2022).



Per AB InBev, il 2022 è stato un ulteriore anno di conferma. La strategia focalizzata sui brand premium e superpremium quali Corona, Leffe e Stella Artois continua ad incontrare il gradimento dei consumatori italiani.

Sulla Grande Distribuzione, i brand **Corona, Leffe e Beck's Unfiltered** (innovazione 2022) hanno registrato un aumento di **+0.1pp di quota volume**, facendo rimanere AB InBev stabile come terzo produttore a volume del Paese (Dati Nielsen).

Sul fuori casa, la strategia di lavoro incentrata sulla qualità di **Stella Artois**, sull'occasione del pasto con **Leffe** e sull'aperitivo con **Corona** hanno portato un aumento di **quota volume di ben +0.9pp** rispetto al 2019, con un particolare exploit del formato **fusto dove il guadagno è stato di +2.5pp** (Dati IRI, Novembre 2022).

“Nel 2022 i consumatori hanno continuato a premiare la nostra strategia incentrata sui brand premium e superpremium, volta a valorizzare la qualità dei nostri prodotti e che si abbina perfettamente al gusto del bere responsabile”, ha dichiarato **Arnaud Hanset, AD e Country Director di AB InBev Italia**. “Ne sono testimonianza la crescita nella Grande Distribuzione con Corona, Leffe e Beck's Unfiltered - innovazione dell'anno - e nel fuori casa, con brand come Stella Artois, Leffe e Corona. Dinamiche che si inseriscono in un contesto positivo per l'intero settore della birra, di cui vogliamo continuare a essere player trainante”.

AB InBev

AB InBev è la società leader mondiale della birra, quotata in borsa e con sede a Leuven, in Belgio. Sogniamo in grande per creare un futuro con più “cheers”. Lavoriamo ogni giorno per guidare e crescere la categoria ed avere un impatto positivo nelle comunità in cui operiamo. Ci impegniamo a produrre le migliori birre - utilizzando gli ingredienti naturali più pregiati - da gustare in modo responsabile. Dalle nostre radici europee nel birrifico 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 Leffe®, Beck's® e Hoegaarden®, nonché marchi locali. Possiamo contare sul talento di circa 169.000 dipendenti. La sede di Milano in piazza Gae Aulenti conta 240 dipendenti di 18 nazionalità diverse con un'età media di appena 35 anni, e la città è stata scelta anche come quartier generale della Business Unit Europa Centrale, un hub internazionale che opera verso più di 40 Paesi. Seguici su Twitter a @ABInBev_EU e su LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/ab-inbev>. Per ulteriori informazioni visita il sito www.ab-inbev.it.

Per informazioni

UTOPIA - Comunicazione e media relations AB InBev
Piero Tatafiore – Jacopo Bernardini
+39 320 0489602
abinbev@utopialab.it