AB InBev, crescita dei volumi del 3,4% nel secondo trimestre 2022

abinev-2e97aec1

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.

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 ABInbev 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.

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.



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.