InBev, nel 2022 volumi a +2,3% e ricavi a +11,2%

20230303112305abinbev-cb804250

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 l'anno 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 Horeca** 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).

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".*