

COMMUNIQUE DE PRESSE



Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 1 / 20

L'information ci-jointe constitue une information réglementée au sens de l'Arrêté Royal belge du 14 novembre 2007 relatif aux obligations des émetteurs d'instruments financiers admis à la négociation sur un marché réglementé.

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois de 2014

Faits marquants

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 3T14 et aux 9M14 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les notes et mentions légales importantes, veuillez vous référer à la page 14-15.

- **Croissance des produits :** Les produits ont augmenté de 2,3 % au 3T14 et de 5,3 % au cours des 9M14, avec une hausse des produits par hl de 5,0 % au 3T14 et de 4,5 % au cours des 9M14. Sur une base géographique constante, les produits par hl ont augmenté de 4,9 % au 3T14 et de 5,2 % au cours des 9M14.
- **Performance des volumes :** Au 3T14, les volumes totaux ont diminué de 2,6 %, les volumes de nos propres bières affichant une baisse de 2,7 % et les volumes non-bières, une baisse de 0,9 %.
 - Les ventes aux grossistes (VAG) de bières aux Etats-Unis ont baissé de 3,7 %, les ventes aux détaillants (VAD) corrigées des jours de vente ayant diminué de 1,9 %.
 - Les volumes au Mexique ont augmenté de 2,9 %, avec de solides performances de Corona, Bud Light et Victoria.
 - Les volumes de bière au Brésil ont augmenté de 0,2 %, affectés par un secteur de la consommation faible.
 - En Chine, les volumes ont baissé de 4,9 %, principalement en raison des températures froides d'août et de septembre.

Au cours des 9M14, les volumes totaux ont augmenté de 0,8 %, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,6 %, et les volumes non-bières une hausse de 2,6 %.

- **Marques prioritaires :** Les volumes de nos marques mondiales ont augmenté de 3,1 % au 3T14, stimulés par la marque mondiale Corona qui a progressé de 6,7 % et par la marque mondiale Budweiser qui a progressé de 2,8 %. Les volumes totaux de nos marques prioritaires ont diminué de 1,0 % au cours du trimestre.
- **Coûts des Ventes :** Au 3T14, les Coûts des Ventes (CdV) ont augmenté de 2,9 %, et les CdV par hl de 5,6 %. Cela s'explique notamment par une hausse des charges d'amortissement liée aux récents investissements au Brésil, et à des coûts d'emballage accrus au Mexique dus à une demande de Corona plus importante que prévue. Au cours des 9M14, les CdV ont augmenté de 1,8 % et les CdV par hl de 1,0 %. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 6,7 % au 3T14 et de 2,6 % au cours des 9M14.
- **EBITDA :** Au 3T14, l'EBITDA a augmenté de 1,3 % à 4 745 millions d'USD, avec une diminution de la marge de 37 points de base à 38,8 %. La solide performance des produits par hl enregistrée au cours du trimestre a été en partie atténuée par la différence entre les ventes aux grossistes (VAG) et les ventes aux détaillants (VAD) aux Etats-Unis, le calendrier de nos initiatives en matière de gestion des produits au Brésil et une comparaison très difficile au Mexique quant aux synergies de coûts. Au cours des 9M14, l'EBITDA a augmenté de 6,9 % pour atteindre 13 476 millions d'USD, avec une amélioration de la marge de 59 points de base à 38,5 %.
- **Coûts financiers nets :** Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) ont totalisé 366 millions d'USD au cours du trimestre, par rapport à 562 millions d'USD au 3T13, principalement en raison d'une baisse des charges d'intérêts et de gains de change, alors que les coûts financiers nets au 3T13 comprenaient des résultats de change négatifs.
- **Impôt sur le résultat :** L'impôt sur le résultat au 3T14 s'élève à 684 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif (TIE) normalisé de 19,7 %, alors qu'il était de 699 millions d'USD au 3T13, avec un TIE normalisé de 21,3 %. Le TIE normalisé des 9M14 est de 18,9 %, par rapport à 18,1 % pour les 9M13.

COMMUNIQUE DE PRESSE



Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 2 / 20

- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté en termes nominaux, passant de 2 205 millions d'USD au 3T13 à 2 315 millions d'USD au 3T14. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté en termes nominaux, passant de 5 562 millions d'USD au cours des 9M13 à 6 345 millions d'USD au cours des 9M14.
- **Bénéfice par action (BPA)** : Le BPA normalisé a progressé, passant de 1,36 USD au 3T13 à 1,42 USD au 3T14. Le BPA normalisé a progressé, passant de 3,45 USD au cours des 9M13 à 3,89 USD au cours des 9M14.
- **Acompte sur dividende** : Le Conseil d'administration d'AB InBev a approuvé le versement d'un acompte sur dividende de 1,00 EUR par action pour l'exercice 2014. Les actions seront négociées ex-coupon à partir du 12 novembre 2014 et les dividendes seront payables à partir du 14 novembre 2014. La date d'enregistrement est fixée au 13 novembre 2014.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	3T13 Rapporté	3T13 Base de référence	3T14	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	119 664	119 664	120 651	-2,6%
Nos propres bières	107 907	107 907	108 527	-2,7%
Volumes des non-bières	11 206	11 206	11 105	-0,9%
Produits de tiers	551	551	1 019	-1,0%
Produits	11 729	11 712	12 239	2,3%
Marge brute	6 972	6 962	7 273	1,9%
Marge brute en %	59,4%	59,4%	59,4%	-24 bp
EBITDA normalisé	4 664	4 659	4 745	1,3%
Marge EBITDA normalisé	39,8%	39,8%	38,8%	-37 bp
EBIT normalisé	3 908	3 904	3 895	-0,7%
Marge EBIT normalisé	33,3%	33,3%	31,8%	-98 bp
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 366		2 499	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 205		2 315	
Bénéfice par action (USD)	1,44		1,53	
Bénéfice normalisé par action (USD)	1,36		1,42	
	9M13 Rapporté	9M13 Base de référence	9M14	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	315 497	335 344	345 646	0,8%
Nos propres bières	281 038	300 884	309 359	0,6%
Volumes des non-bières	32 930	32 931	33 774	2,6%
Produits de tiers	1 529	1 529	2 513	1,5%
Produits	31 484	33 787	35 045	5,3%
Marge brute	18 372	19 707	20 925	7,8%
Marge brute en %	58,4%	58,3%	59,7%	138 bp
EBITDA normalisé	11 989	12 748	13 476	6,9%
Marge EBITDA normalisé	38,1%	37,7%	38,5%	59 bp
EBIT normalisé	9 838	10 439	11 076	7,0%
Marge EBIT normalisé	31,2%	30,9%	31,6%	51 bp
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	11 875		6 689	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 562		6 345	
Bénéfice par action (USD)	7,36		4,10	
Bénéfice normalisé par action (USD)	3,45		3,89	

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 3 / 20



Tableau 2. Volumes (milliers d'hl's)

	3T13 Base de référence	Scope	Croissance interne	3T14	Croissance interne Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	33 243	211	-1 171	32 283	-3,5%	-3,5%
Mexique	9 311	-	267	9 578	2,9%	2,9%
Amérique latine Nord	28 830	11	-33	28 808	-0,1%	0,3%
Amérique latine Sud	8 167	-	188	8 355	2,3%	3,3%
Europe	13 119	37	-1 243	11 912	-9,5%	-9,5%
Asie-Pacifique	23 022	5 592	-1 087	27 527	-4,7%	-4,7%
Exportations Globales et Sociétés Holding	3 972	-1 849	65	2 187	3,0%	3,1%
AB InBev au niveau mondial	119 664	4 000	-3 013	120 651	-2,6%	-2,7%

	9M13 Base de référence	Scope	Croissance interne	9M14	Croissance interne Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	93 968	496	-1 660	92 805	-1,8%	-1,8%
Mexique	28 451	-	503	28 954	1,8%	1,8%
Amérique latine Nord	84 654	21	4 498	89 173	5,3%	5,9%
Amérique latine Sud	25 540	-	239	25 779	0,9%	1,3%
Europe	36 479	41	-2 374	34 146	-6,5%	-6,7%
Asie-Pacifique	54 543	11 526	992	67 062	1,8%	1,8%
Exportations Globales et Sociétés Holding	11 708	-4 321	340	7 726	4,6%	4,6%
AB InBev au niveau mondial	335 344	7 764	2 539	345 646	0,8%	0,6%

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Ce trimestre a été marqué par une solide performance commerciale sous-jacente dans nos principaux marchés, les produits ayant enregistré une hausse de 2,3 % et les produits par hl ayant enregistré une hausse de 4,9 % sur une base géographique constante. Néanmoins, l'EBITDA a seulement augmenté de 1,3 % essentiellement du fait de : la différence entre les ventes aux grossistes (VAG) (-3,7 %) et les ventes aux détaillants (VAD) (-1,9 %) aux Etats-Unis ; le calendrier de nos initiatives de gestion des produits au Brésil (les produits nets par hl ayant augmenté de seulement 1,2 %) ; et une comparaison très difficile au Mexique quant aux synergies de coûts qui représentent approximativement quatre points de pourcentage de la croissance interne de l'EBITDA au niveau consolidé.

Nous pensons que le troisième trimestre était ponctuel en terme de performance de l'EBITDA, et ne reflète pas les tendances futures de l'entreprise. Nous avons une stratégie claire construite autour d'une croissance durable et à long terme des volumes et produits, et nous sommes satisfaits de la direction prise.

Nous avons accru notre part de marche au niveau consolidé au 3T14 et au cours des 9M14, avec de solides performances au Brésil et en Chine en particulier, ainsi que des améliorations en termes de tendances de parts de marché aux Etats-Unis, selon nos estimations.

Nos propres volumes de bière ont baissé de 2,7 % au cours du trimestre, avec l'Europe comptant pour plus de 40 % de cette baisse, sous l'influence de la Russie et l'Ukraine. Néanmoins, nous avons vu une bonne progression dans chacun de nos quatre marchés principaux :

- Aux Etats-Unis, notre part de marche a connu une bonne amélioration, baissant de 30 points de base par rapport à une baisse de 65 points de base au deuxième trimestre, avec de bonnes performances de Bud Light, Michelob Ultra et de nos marques haut de gamme. Nous sommes également satisfaits de voir que nos investissements dans l'horeca commencent à délivrer des résultats.
- Nos volumes de bière au Mexique ont augmenté de 2,9 %, soit le meilleur trimestre depuis la finalisation du rapprochement avec Grupo Modelo, Corona, Bud Light et Victoria étant à l'origine de cette croissance.
- Nous avons gagné 100 points de base de part de marché au Brésil, pour atteindre 69,0 %, avec nos volumes de bière en légère progression par rapport à la même période l'année dernière, et ce malgré un environnement de consommation faible. Nous continuons à bénéficier de la dynamique amorcée par nos marques cœur de marché lors de la Coupe du Monde de la FIFA, ainsi que de la croissance soutenue des volumes de notre portefeuille de marques haut de gamme, en particulier Budweiser.
- En Chine, nos marques prioritaires ont continué d'afficher de bons résultats. Selon nos estimations, notre part de marche a augmenté en interne de 70 points de base à 15,7 % au cours des neuf premiers mois de l'année, et à 16,5 % si l'on inclut nos acquisitions récentes. Les volumes du secteur brassicole

COMMUNIQUE DE PRESSE



Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 4 / 20

en Chine ont été fortement affectés par des températures très faibles en août et septembre, à l'inverse des records de chaleur l'année dernière.

Nous continuons à investir dans nos marques, nos marques mondiales et prioritaires continuant d'enregistrer de meilleurs résultats que le portefeuille total. Les volumes de nos marques mondiales ont progressé de 3,1 %, avec des résultats particulièrement bons de Corona et Budweiser.

PERSPECTIVES

Nos perspectives pour l'exercice 2014 sont les suivantes :

- (i) **Volumes** : Aux Etats-Unis, nous prévoyons une amélioration de la tendance des volumes du secteur par rapport à 2013, favorisée par une économie plus solide, partiellement atténuée par des conditions climatiques hivernales difficiles au 1T14. Nous nous attendons à ce que le secteur brassicole mexicain renoue avec la croissance au cours de l'EX14, grâce notamment à une économie plus forte ainsi qu'à nos propres programmes commerciaux. Selon nos prévisions, les volumes du secteur brassicole au Brésil devraient repartir à la hausse au cours de l'EX14, sous l'impulsion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014. Nous prévoyons une année de solide croissance des volumes en Chine.
- (ii) **Produits par hl** : Nous nous attendons à une croissance interne des produits par hl en ligne avec l'inflation, sur une base géographique constante, suite à l'amélioration soutenue de notre portefeuille et à nos initiatives de gestion des revenus.
- (iii) **Coûts des Ventes par hl** : Nous nous attendons à ce que les CdV par hl affichent une croissance interne à un chiffre dans le bas de la fourchette, sur une base géographique constante, due notamment au portefeuille et à l'effet de change transactionnel défavorable (principalement BRL/USD), partiellement compensée par des prix de matières premières globalement favorables, des économies d'approvisionnement et des gains d'efficacité.
- (iv) **Frais de distribution par hl** : Nous nous attendons à une hausse interne des frais de distribution par hl d'un seul chiffre dans le milieu de la fourchette, suite à une hausse des frais de distribution au Brésil, aux Etats-Unis et au Mexique.
- (v) **Investissements commerciaux et de marketing** : Nous prévoyons une hausse de nos investissements commerciaux et de marketing dans la fourchette basse-moyenne des dizaines afin de continuer à stimuler la performance des volumes et des produits en investissant dans nos marques. Cette hausse inclut l'investissement dans nos innovations, la Coupe du Monde de la FIFA 2014 et l'intensification des programmes de marketing ayant fait leurs preuves. Nous nous attendons à ce que la hausse des investissements commerciaux et de marketing ait principalement lieu au premier semestre de l'année.
- (vi) **Coûts financiers nets** : Nous revoyons notre prévision concernant le coupon moyen sur la dette nette. Nous prévoyons maintenant que le coupon moyen sur la dette nette se situe dans le bas de la fourchette 4,0-4,5 % de notre indication communiquée précédemment. Les charges d'intérêts nettes liées aux retraites et les charges de désactualisation devraient avoisiner respectivement 35 et 80 millions d'USD par trimestre. Les autres résultats financiers continueront de subir l'impact des gains et pertes potentiels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (vii) **Taux d'imposition effectif** : Nous rectifions l'indication relative au taux d'imposition effectif normalisé. Notre indication précédente était que le taux d'imposition effectif (TIE) normalisé de l'EX14 se situerait entre 21 % et 23 %. Nous nous attendons désormais à ce que le résultat de l'EX14 se situe dans le bas de cette fourchette. Nous prévoyons que le TIE normalisé se situe entre 22 % et 25 % pendant la période 2015-2017 et entre 25 % et 27 % par la suite.
- (viii) **Dépenses nettes d'investissement** : Notre indication précédente concernant les dépenses nettes d'investissement pour l'EX14 était d'environ 4,0 milliards d'USD. Nous modifions cette prévision à environ 3,7 milliards d'USD.
- (ix) **Endettement** : Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2,0x. Près d'un tiers de la dette brute d'AB InBev est exprimé en devises autres que le dollar américain, principalement en euros.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 5 / 20



RAPPORT D'ACTIVITÉS

États-Unis

Indicateurs de performance clés

Tableau 3. États-Unis (millions d'USD)

	3T13	3T14	Croissance Interne
	Base de référence		
Volumes totaux (milliers d'lhs)	30 660	29 566	-3,7%
Produits	3 794	3 703	-2,6%
EBITDA normalisé	1 602	1 490	-7,1%
Marge EBITDA normalisé	42,2%	40,2%	-197 bp
	9M13	9M14	Croissance Interne
	Base de référence		
Volumes totaux (milliers d'lhs)	87 067	85 613	-1,8%
Produits	10 804	10 788	-0,3%
EBITDA normalisé	4 544	4 677	-2,1%
Marge EBITDA normalisé	42,1%	43,4%	-74 bp

Aux **États-Unis**, nous estimons que les VAD du secteur corrigées des jours de ventes ont diminué de 1,3 % et 0,8 % au cours des 9M14, soit une amélioration par rapport à une baisse rapportée de 2,2 % au cours des 9M13. Nos propres VAD corrigées des jours de vente ont enregistré une baisse de 1,9 % au 3T14, et de 1,8 % au cours des 9M14.

Nos VAG ont reculé de 3,7 % au 3T14 et de 1,8 % au cours des 9M14. Nous avons maintenant terminé les ajustements prévus des niveaux de stock des grossistes, suite à la clôture des négociations sociales au début du 2T14, et prévoyons toujours une convergence, en termes absolus, des VAG et des VAD sur l'ensemble de l'exercice.

Selon nos estimations, notre performance de part de marché du 3T14 s'est améliorée par rapport au premier semestre. Nous estimons que notre part de marché a diminué d'environ 30 points de base pendant le trimestre, par rapport à une baisse de 65 points de base au 2T14 et à une baisse de 55 points de base au 1S14. Nous sommes particulièrement satisfaits de nos progrès dans l'horeca, qui ont été favorisés par la performance de Bud Light et de nos marques haut de gamme.

La marque Bud Light continue à progresser régulièrement. Les VAD de Bud Light ont diminué d'environ 2 % au 3T14, menant ainsi à une perte de la part de marché totale de 20 points de base, tout en gagnant de la part de marché dans le segment premium light, selon nos estimations. Cette performance a été stimulée par la nouvelle campagne « Up For Whatever », qui fut lancée au début de l'année et s'est poursuivie tout l'été, ainsi que par nos nouveaux emballages, à savoir la canette de 710 ml et la bouteille en aluminium de 475 ml. La famille des Rita a également enregistré de bons résultats, en réalisant un gain de part de marché de 10 points de base, selon nos estimations. Nous estimons que la part de marché de la famille Bud Light a perdu 20 points de base au 3T14 et durant les 9M14.

Selon nos estimations, la part de marché totale de la famille Budweiser a reculé d'environ 40 points de base durant le trimestre, avec une tendance à l'amélioration au cours des dernières semaines. Ces prochains mois, nous nous attendons à ce que la marque profite de la nouvelle bouteille refermable en aluminium de 475 ml qui a été étendue à Budweiser au début du mois de septembre.

Michelob Ultra continue d'enregistrer une solide croissance de part de marché, avec un gain estimé de 20 points de base pendant le trimestre. Nous estimons que nos autres marques haut de gamme ont également accru leur part de marché de 20 points de base. Montejo, notre marque mexicaine authentique, réalise également un bon démarrage dans les quatre états pilotes, à savoir la Californie, le Texas, l'Arizona et le Nouveau Mexique après son lancement au début du mois de septembre.

Nos marques bon marché ont eu un excellent trimestre, grâce notamment à notre canette de 710 ml, gagnant de la part de marché dans le segment et sur la totalité du marché, selon nos estimations.

COMMUNIQUE DE PRESSE



Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 6 / 20

Aux Etats-Unis, les produits par hl (bières uniquement) ont enregistré une hausse de 1,2 % pendant le trimestre et de 1,5 % au cours des 9M14. Comme prévu, le résultat du troisième trimestre a subi l'impact défavorable de la canette de 710 ml sur le mix d'emballage. Ce nouvel emballage ayant été lancé au 4T13, nous anticipons une comparaison plus favorable au quatrième trimestre.

L'EBITDA des Etats-Unis a diminué de 7,1 % pendant le trimestre, avec une diminution de la marge de 197 points de base. Ce résultat s'explique principalement par la différence entre les ventes aux grossistes (VAG) et les ventes aux détaillants (VAD) ainsi que par une hausse des frais de distribution due à une augmentation des tarifs de fret et à une hausse de l'investissement dans nos marques. L'EBITDA des Etats-Unis a diminué de 2,1 % au cours des 9M14, avec une réduction de la marge EBITDA de 74 points de base.

Mexique

Indicateurs de performance clés

Tableau 4. Mexique (millions d'USD)

	3T13	3T14	Croissance
	Base de référence		Interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	9 311	9 578	2,9%
Produits	1 150	1 132	8,2%
EBITDA normalisé	533	568	16,5%
Marge EBITDA normalisé	46,3%	50,2%	357 bp
	9M13	9M14	Croissance
	Base de référence		Interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	28 452	28 954	1,8%
Produits	3 485	3 471	5,0%
EBITDA normalisé	1 369	1 630	25,8%
Marge EBITDA normalisé	39,3%	47,0%	775 bp

Selon nos estimations, les volumes du secteur de la bière au Mexique ont enregistré une hausse à un chiffre dans le bas de la fourchette au cours du 3T14, grâce à une économie plus forte et aux bons résultats de nos propres marques prioritaires.

Les volumes de nos propres bières ont progressé de 2,9% pendant le trimestre, grâce à la bonne santé du secteur. Les pénuries de verre, qui ont eu une incidence négative sur les ventes et sur les coûts des ventes dans le trimestre, se sont améliorées à ce stade.

Nos marques prioritaires ont enregistré une croissance à un seul chiffre dans le milieu de la fourchette au 3T14 et au cours des 9M14. Les produits de la famille Corona continuent d'afficher de bons résultats, avec une hausse de 4,6 % pendant le trimestre et de 8,3 % au cours des 9M14. Nous sommes également enchantés des résultats de Bud Light - dont les volumes ont plus que doublé par rapport au 3T13 - et de Victoria, la nouvelle campagne lancée pendant le trimestre ayant été fructueuse. La modernisation de la chaîne Modelorama se poursuit ; l'image du nouveau magasin améliorera l'attrait et la visibilité de la marque Corona auprès des consommateurs.

Les produits par hl des bières ont augmenté de 4,4% au 3T14, reflétant nos initiatives de gestion des revenus et un portefeuille de marques profitant des excellents résultats de Bud Light.

Les synergies de coûts réalisées pendant le troisième trimestre avoisinaient les 10 millions d'USD, la comparaison étant difficile avec le 3T13, où nous rapportions des synergies de coûts de plus de 200 millions de dollars. Les économies de coûts totales réalisées à ce jour s'élèvent à environ 725 millions d'USD. Nous maintenons notre engagement à générer 1 milliard d'USD de synergies de coûts d'ici fin 2016, dont la majeure partie prévue avant fin 2015.

L'EBITDA du Mexique a augmenté de 16,5 % à 568 millions d'USD au 3T14, et la marge EBITDA s'est accrue de 357 points de base pour atteindre 50,2 %. La hausse de l'EBITDA s'explique par les bons résultats en termes de volumes et de produits par hl, malgré une comparaison difficile quant aux synergies de coûts, partiellement atténuée par des coûts d'emballage accrus dus à une demande de Corona plus importante que prévue au Mexique et sur les marchés à l'étranger. Au cours des 9M14, l'EBITDA du Mexique a augmenté de 25,8 % et la marge EBITDA a progressé pour atteindre 47,0 %.

Brésil

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 7 / 20



Indicateurs de performance clés

Tableau 5. Brésil (millions d'USD)			
	3T13	3T14	Croissance
	Base de référence		Interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	26 908	26 792	-0,4%
Volume des bières	19 635	19 676	0,2%
Volumes des non-bières	7 272	7 116	-2,2%
Produits	2 263	2 382	1,1%
EBITDA normalisé	1 240	1 210	-5,3%
Marge EBITDA normalisé	54,8%	50,8%	-349 bp
	9M13	9M14	Croissance
	Base de référence		Interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	79 482	83 636	5,2%
Volume des bières	58 328	61 895	6,1%
Volumes des non-bières	21 154	21 741	2,8%
Produits	7 033	7 209	10,7%
EBITDA normalisé	3 544	3 474	5,9%
Marge EBITDA normalisé	50,4%	48,2%	-219 bp

Les volumes du secteur de la bière au Brésil ont reculé de 1,2% au 3T14, selon nos estimations, en raison d'un environnement de consommation faible. Selon nos estimations, les volumes du secteur ont gagné 5,9% au cours des 9M14, grâce à un bon été et à la Coupe du Monde de la FIFA.

Nos volumes totaux ont baissé de 0,4 % pendant le trimestre, les volumes de nos bières affichant une hausse de 0,2 % et les volumes de nos boissons non-alcoolisées une baisse de 2,2 %. Au cours des 9M14, notre performance des volumes reste solide, avec des volumes totaux en hausse de 5,2 %, les volumes de nos bières affichant une hausse de 6,1 % et les volumes de nos boissons non-alcoolisées une hausse de 2,8 %.

Notre performance de part de marché pour les bières a été solide toute l'année. D'après nos estimations, notre part de marché a augmenté à 69,0% au 3T14, soit une hausse de 60 points de base par rapport au 2T14, et de 100 points de base par rapport au 3T13. Selon nos estimations, notre part de marché par rapport à l'année précédente pour les 9M14 a cru de 10 points de base pour atteindre 68,2%. Nos marques haut de gamme continuent de dépasser la performance du reste de notre portefeuille, avec une excellente performance de Budweiser, qui d'après nos estimations, a renforcé sa position de marque internationale leader au Brésil.

Au Brésil, les produits par hl (bières uniquement) ont enregistré une hausse de seulement 1,2 % pendant le trimestre, suite au calendrier de nos initiatives en matière de gestion des produits et de 4,7 % au cours des 9M14. Sur une base séquentielle, les produits par hl (bières uniquement) ont progressé de 3,0%, reflétant la fin des offres promotionnelles pendant la Coupe du Monde de la FIFA. Le secteur de la consommation reste difficile au Brésil et nos stratégies de packs à prix spéciaux et d'emballages consignés demeurent une priorité commerciale.

L'EBITDA du Brésil a baissé de 5,3 % au 3T14 à 1 210 millions d'USD, avec une diminution de la marge de 349 points de base pour atteindre 50,8 %. Ce résultat s'explique par l'effet combiné de volumes stables et d'une faible croissance des produits par hl. Nous avons également fait face à une comparaison difficile dans les autres revenus d'exploitation suite à la comptabilisation d'un gain au 3T13 liée à l'issue favorable de procédures juridiques. Au Brésil, l'EBITDA a augmenté de 5,9 % au cours des 9M14, avec une réduction de la marge EBITDA de 219 points de base.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 8 / 20



Chine

Indicateurs de performance clés

Tableau 6. Chine (millions d'USD)			
	3T13	3T14	Croissance
	Base de référence		Interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	22 962	23 543	-4,9%
Produits	1 096	1 192	4,6%
EBITDA normalisé	228	271	20,0%
Marge EBITDA normalisé	20,8%	22,7%	305 bp
	9M13	9M14	Croissance
	Base de référence		Interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	54 337	59 102	1,7%
Produits	2 703	3 127	11,1%
EBITDA normalisé	500	714	40,7%
Marge EBITDA normalisé	18,5%	22,8%	493 bp

Le secteur brassicole chinois a été fortement affecté par le temps froid du 3T14, notamment dans les régions du sud-est et du centre. Ces conditions météorologiques défavorables contrastent avec l'été long et chaud de l'an dernier, qui avait engendré une hausse de nos volumes de plus de 8% au 3T13.

Nos propres volumes en Chine ont reculé de 4,9% au 3T14, et ont progressé de 1,7% au cours des 9M14 grâce à la croissance soutenue de 6,5% enregistrée au premier semestre. Nos marques prioritaires Budweiser, Harbin et Sedrin, qui représentent près de 75% de notre portefeuille, ont gagné 3,7% durant le trimestre et plus de 8% au cours des 9M14, les résultats de Budweiser restant remarquables puisqu'elle a enregistré une croissance à deux chiffres durant le trimestre et au cours des 9M14. Selon nos estimations, nous avons gagné environ 70 points de base de part de marché en interne au cours des 9M14, pour atteindre une part de marché de 15,7%. Nous estimons que notre part de marché a atteint 16,5% au cours des 9M14 si l'on inclut nos acquisitions récentes.

Début août, Corona a rejoint notre portefeuille de marques premium en Chine. Les volumes de la marque sont aujourd'hui très limités, mais nous prévoyons une croissance importante à moyen-long terme.

Les produits par hl ont enregistré une hausse de 8,3 % au 3T14 et de 8,5 % au cours des 9M14. Ce résultat s'explique surtout par un mix amélioré dans notre portefeuille de marques, et par la tendance des consommateurs à se tourner davantage vers les marques premium, en particulier Budweiser et Harbin Ice.

L'EBITDA de la Chine a augmenté de 20,0% au 3T14 grâce à la croissance des produits et à la bonne gestion des coûts, en partie atténuée par une hausse des coûts des ventes et des frais de distribution due à notre portefeuille de marques. La marge EBITDA du 3T14 a augmenté de 305 points de base pour atteindre 22,7 %. L'EBITDA a enregistré une hausse de 40,7 % au cours des 9M14 et la marge s'est améliorée de 493 points de base pour atteindre 22,8 %.

COMMUNIQUE DE PRESSE



Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 9 / 20

Faits marquants sur nos autres principaux marchés

Malgré une conjoncture qui reste difficile, la tendance des volumes du secteur brassicole en **Argentine** s'est améliorée au 3T14 par rapport au 2T14, grâce au temps plus chaud. Les volumes de nos propres bières ont progressé de 2,9% au cours du trimestre, principalement en raison de la performance du secteur, et ont enregistré une hausse légère au cours des 9M14.

Les volumes de nos propres bières en **Belgique** ont reculé de 7,2% au 3T14, et ont légèrement diminué au cours des 9M14. Les résultats du trimestre ont été influencés par la météo très mauvaise en juillet et en août, par rapport à une comparaison difficile des conditions météorologiques, ainsi que par des ajustements d'inventaires suite à la Coupe du Monde de la FIFA. Selon nos estimations, nous avons accru notre part de marché au cours des 9M14, avec une bonne performance dans l'horeca.

Au **Canada**, les volumes de nos propres bières ont reculé de 1,0% au 3T14 et au cours des 9M14, à cause de la faiblesse du secteur. Nous pensons que notre part de marché était stable durant le trimestre, avec de bonnes performances de Bud Light et Stella Artois.

En **Allemagne**, les volumes de nos propres bières ont diminué de 7,4% au 3T14 et de 3,3% au cours des 9M14, sous l'effet de la faiblesse du secteur et d'une perte de part de marché durant les huit premiers mois de l'année pour lesquels nous disposons de chiffres. La performance de nos volumes a continué de subir l'impact de pressions promotionnelles, bien que selon nos estimations, la part de marché de Beck's et Franziskaner est restée stable.

En **Russie**, les volumes de nos bières restent sous pression, avec une perte d'environ 20% au 3T14 et de 14% au cours des 9M14, principalement imputable à la faiblesse du secteur et à une perte de part de marché estimée. Notre priorité reste la premiumisation de notre portefeuille et la recherche de l'équilibre optimal entre volumes, produits et rentabilité.

En **Corée du Sud**, les volumes de bière affichent une baisse de 3,4% au 3T14, principalement due à la faiblesse du secteur, la part de marché étant restée stable d'année en année.

Au **Royaume Uni**, nos propres produits ont reculé de 9,8% durant le trimestre, en raison du temps exceptionnel du 3T13. Les volumes ont augmenté de 1,3 % au cours des 9M14. Selon nos estimations, nous avons accru notre part de marché au cours des 9M14 grâce à la forte performance de nos marques prioritaires dans la grande distribution.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 10 / 20



COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDE

Tableau 7. Compte de résultats consolidé (millions d'USD)

	3T13		3T14	Croissance interne
	Rapporté	Base de référence		
Produits	11 729	11 712	12 239	2,3%
Coûts des ventes	-4 757	-4 750	-4 966	-2,9%
Marge brute	6 972	6 962	7 273	1,9%
Frais de distribution	-1 078	-1 076	-1 199	-9,0%
Frais commerciaux et de marketing	-1 613	-1 610	-1 809	-7,2%
Frais administratifs	-663	-662	-651	3,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	290	289	281	11,8%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	3 908	3 904	3 895	-0,7%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-26		66	
Produits/(coûts) financiers nets	-562		-366	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	170		103	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	5		2	
Impôts sur le résultat	-699		-684	
Bénéfice	2 796		3 016	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	430		517	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 366		2 499	
EBITDA normalisé	4 664	4 659	4 745	1,3%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 205		2 315	
	9M13		9M14	Croissance interne
	Rapporté	Base de référence		
Produits	31 484	33 787	35 045	5,3%
Coûts des ventes	-13 112	-14 080	-14 120	-1,8%
Marge brute	18 372	19 707	20 925	7,8%
Frais de distribution	-3 014	-3 241	-3 424	-7,9%
Frais commerciaux et de marketing	-4 481	-4 862	-5 415	-11,1%
Frais administratifs	-1 737	-1 965	-2 010	-2,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	698	800	1 000	6,5%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	9 838	10 439	11 076	7,0%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	6 253		-40	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 817		-1 614	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	151		341	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	288		13	
Impôts sur le résultat	-1 548		-1 750	
Bénéfice	13 165		8 026	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	1 290		1 337	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	11 875		6 689	
EBITDA normalisé	11 989	12 748	13 476	6,9%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 562		6 345	

Produits

Les produits ont augmenté de 2,3 % au 3T14, avec une croissance des produits par hl de 5,0 %, grâce à nos initiatives de gestion des revenus et aux améliorations du portefeuille de marques découlant de nos stratégies de premiumisation. Sur une base géographique constante, les produits par hl affichent une hausse de 4,9 %. Au cours des 9M14, les produits ont enregistré une hausse de 5,3 % et les produits par hl ont augmenté de 4,5 % ou 5,2 % sur une base géographique constante.

Coûts des Ventes (CdV)

Au cours du 3T14, les CdV totaux ont progressé de 2,9 % et les CdV par hl de 5,6 %. Ce résultat est dû à une hausse des charges d'amortissement liée aux récents investissements au Brésil, et à des coûts d'emballage supplémentaires au Mexique suite à une demande de Corona plus importante que prévue au Mexique et sur les marchés à l'étranger, partiellement compensés par des économies d'approvisionnement et des gains d'efficacité. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 6,7 %. Au cours des 9M14, les CdV ont progressé de 1,8 %, avec une hausse de 1,0 % pour les CdV par hl et de 2,6 % sur une base géographique constante.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 11 / 20



Frais de distribution

Les frais de distribution ont augmenté de 9,0 % et de 11,9 % par hl au 3T14, en raison notamment d'une hausse des tarifs de fret aux Etats-Unis, d'une intensification de nos propres activités de distribution au Brésil et d'une hausse des frais au Mexique. En Amérique latine Sud, les frais de distribution ont augmenté de 27,1 % par hl, en raison d'une hausse des prix du carburant et d'augmentations de salaires de travailleurs syndiqués. Au cours des 9M14, les frais de distribution ont augmenté de 7,9 % et les CdV par hl de 7,1 %.

Investissements commerciaux et de marketing

Les investissements commerciaux et de marketing ont augmenté de 7,2 % au 3T14, en raison du soutien accru de nos marques, innovations et activations commerciales dans la plupart des Zones. La hausse des investissements comprend nos activations liées à la Coupe du Monde de la FIFA au début du trimestre, surtout en Amérique latine Nord et Sud, au Mexique et en Europe, ainsi que les investissements dans des programmes de marketing associé et la nouvelle campagne estivale Bud Light aux Etats-Unis. Les investissements commerciaux et de marketing affichent une hausse de 11,1 % au cours des 9M14.

Frais administratifs

Les frais administratifs ont diminué de 3,5 % au 3T14, grâce principalement au calendrier des provisions pour la rémunération variable et autres frais généraux. Les frais administratifs ont augmenté de 2,7 % au cours des 9M14.

Autres revenus d'exploitation

Les autres revenus d'exploitation ont enregistré une hausse de 11,8 % au 3T14, et de 6,5 % au cours des 9M14.

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

Tableau 8. Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (millions d'USD)

	3T13	3T14	9M13	9M14
Restructuration (pertes de valeur incluses)	-56	-29	-118	-80
Ajustement de juste valeur	-5	-	6 410	-
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	-4	-3	-78	-71
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	39	98	39	111
Impact sur le résultat d'exploitation	-26	66	6 253	-40

Le bénéfice d'exploitation normalisé ne comprend pas un gain net non-récurrent de 66 millions d'USD au 3T14, résultant essentiellement de produits additionnels issus de cessions d'années précédentes. Au cours des 9M14, les éléments non-récurrents étaient de -40 millions d'USD.

Revenus/(coûts) financiers nets

Tableau 9. Produits/(coûts) financiers nets (millions d'USD)

	3T13	3T14	9M13	9M14
Charges nettes d'intérêts	-430	-377	-1 330	-1 260
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-40	-37	-116	-95
Charges de désactualisation	-83	-79	-236	-237
Autres résultats financiers	-9	127	-135	-22
Produits/(coûts) financiers nets	-562	-366	-1 817	-1 614

Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) au 3T14 ont totalisé 366 millions d'USD, par rapport à 562 millions d'USD au 3T13. Ce recul s'explique essentiellement par une diminution des charges d'intérêt et par des gains de change inclus dans les autres résultats financiers, alors que les coûts financiers nets au 3T13 comprenaient des résultats de change négatifs. Les autres résultats financiers comprennent un gain à la valeur de marché de 144 millions d'USD lié à la couverture de nos programmes de paiements en actions, par rapport au gain de 192 millions d'USD enregistré au 3T13. Le nombre d'actions incluses dans la couverture de nos programmes de paiement en actions ainsi que les cours de l'action au début et à la fin du troisième trimestre, sont fournis dans le tableau 10 ci-dessous. Les coûts financiers nets au cours des 9M14 s'élevaient à 1 614 millions d'USD, contre 1 817 millions d'USD au cours des 9M13.

COMMUNIQUE DE PRESSE



Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 12 / 20

Tableau 10. Couverture des paiements fondés sur des actions

	3T13	3T14	9M13	9M14
Prix de l'action au début de la période (Euro)	68,39	83,90	65,74	77,26
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	73,58	88,12	73,58	88,12
Nombre des instruments de fonds propres (millions)	28,3	28,7	28,3	28,7

Revenus/(coûts) financiers nets non-récurrents

Tableau 11. Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents (millions d'USD)

	3T13	3T14	9M13	9M14
Ajustement à la valeur de marché	170	103	251	341
Autres résultats financiers	-	-	-100	-
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	170	103	151	341

Les coûts financiers nets non-récurrents ont totalisé 103 millions d'USD au 3T14, suite notamment à l'impact de l'ajustement à la juste valeur d'instruments dérivés conclus pour couvrir le système d'action différé émis lors d'une transaction liée au rapprochement avec Grupo Modelo, par rapport au gain de 170 millions d'USD enregistré au 3T13. Le système d'action différé a été couvert à un prix moyen d'environ 68 EUR par action. Le nombre d'actions incluses dans la couverture de notre système d'action différé ainsi que les cours de l'action au début et en fin de période sont fournis dans le tableau 12.

Tableau 12. Couverture de l'instrument d'action différée

	3T13	3T14	9M13	9M14
Prix de l'action au début de la période (Euro)	68,39	83,90	65,74	77,26
Prix de l'action des couvertures additionnelles souscrites durant la période (Euro)	71,98	-	69,47	-
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	73,58	88,12	73,58	88,12
Nombre des instruments d'action différée au début de la période (millions)	21,5	23,1	9,5	23,1
Nombre des instruments d'action différée à la fin de la période (millions)	23,0	23,1	23,0	23,1

Impôt sur le résultat

Tableau 13. Impôts sur le résultat (millions d'USD)

	3T13	3T14	9M13	9M14
Charges d'impôts	699	684	1 548	1 750
Taux d'impôts effectif	20,0%	18,5%	10,7%	17,9%
Taux d'impôt effectif normalisé	21,3%	19,7%	18,1%	18,9%

L'impôt sur le résultat s'élève au 3T14 à 684 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif (TIE) normalisé de 19,7 %, alors qu'il était de 699 millions d'USD au 3T13, avec un TIE normalisé de 21,3 %.

Quote-part dans le résultat des entreprises associées

Le 3T14 a enregistré une quote-part dans le résultat des entreprises associées de 1 million d'USD par rapport à 5 millions d'USD au 3T13, et de 12 millions d'USD au cours des 9M14 contre 288 millions d'USD au cours des 9M13.

Au cours des cinq premiers mois de 2013, la quote-part dans le résultat des entreprises associées reflétait l'investissement en capitaux d'AB InBev dans Grupo Modelo. Depuis le rapprochement de Grupo Modelo et d'AB InBev au début du mois de juin 2013, les résultats de Grupo Modelo sont entièrement consolidés.

Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires

Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires s'élevait au 3T14 à 517 millions d'USD, par rapport à 430 millions d'USD du 3T13, cette hausse étant due à une croissance sous-jacente des bénéfices. Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires s'élevait au cours des 9M14 à 1 337 millions d'USD, soit une hausse par rapport aux 1 290 millions d'USD des 9M13.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 13 / 20



Bénéfice normalisé et bénéfice

Tableau 14. Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)				
	3T13	3T14	9M13	9M14
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 366	2 499	11 875	6 689
Éléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	9	-81	-6 162	-3
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	-170	-103	-151	-341
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 205	2 315	5 562	6 345

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev était de 2 315 millions d'USD au 3T14 alors qu'il s'élevait à 2 205 millions d'USD au 3T13, ce qui s'explique notamment par une baisse des coûts financiers nets. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté au cours des 9M14, passant de 5 562 millions d'USD au cours des 9M13 à 6 345 millions d'USD.

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev s'élevait au 3T14 à 2 499 millions d'USD, contre 2 366 millions d'USD au 3T13, et reflète un gain non récurrent de 81 millions d'USD résultant essentiellement de produits additionnels issus de cessions d'années précédentes.

Le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev est passé de 11 875 millions d'USD au cours des 9M13 à 6 689 millions d'USD au cours des 9M14, suite à l'ajustement non-récurrent à la juste valeur de l'investissement initial dans Grupo Modelo rapporté au cours des 9M13.

BPA normalisé

Tableau 15. Bénéfice par action (USD)				
	3T13	3T14	9M13	9M14
Bénéfice de base par action	1,44	1,53	7,36	4,10
Éléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	0,02	-0,05	-3,82	-
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	-0,10	-0,06	-0,09	-0,21
Bénéfice normalisé par action	1,36	1,42	3,45	3,89

Le bénéfice par action (BPA) normalisé a augmenté de 1,36 USD au 3T13 à 1,42 USD au 3T14, et de 3,45 USD au cours des 9M13 à 3,89 USD au cours des 9M14.

Réconciliation entre le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres et l'EBITDA normalisé

Tableau 16 - Réconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)				
	3T13 Rapporté	3T14	9M13 Rapporté	9M14
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 366	2 499	11 875	6 689
Intérêts minoritaires	430	517	1 290	1 337
Bénéfice	2 796	3 016	13 165	8 026
Impôts sur le résultat	699	684	1 548	1 750
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-5	-2	-288	-13
(Produits)/coûts financiers nets	562	366	1 817	1 614
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	-170	-103	-151	-341
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations-non récurrentes incluses)	26	-66	-6 253	40
EBIT Normalisé	3 908	3 895	9 838	11 076
Amortissements et dépréciations	756	850	2 151	2 400
EBITDA Normalisé	4 664	4 745	11 989	13 476

COMMUNIQUE DE PRESSE



Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 14 / 20

L'EBITDA normalisé et l'EBIT normalisé sont des indicateurs utilisés par AB InBev pour démontrer les performances sous-jacentes de la société. L'EBITDA normalisé est calculé sans tenir compte des effets suivants du bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev : (i) intérêts minoritaires, (ii) impôt sur le résultat, (iii) quote-part dans les résultats des entreprises associées, (iv) coût financier net, (v) coût financier net non-récurrent, (vi) éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses) et (vii) amortissements et dépréciation.

L'EBITDA normalisé et l'EBIT normalisé ne sont pas des indicateurs de comptabilité conformes aux normes comptables IFRS et ne doivent pas être considérés comme une alternative au bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres en tant qu'indicateur de performance opérationnelle ou comme une alternative au flux de trésorerie en tant qu'indicateur de liquidité. Il n'existe pas de méthode de calcul standard pour l'EBITDA normalisé et l'EBIT normalisé, et la définition de l'EBITDA normalisé et de l'EBIT normalisé selon AB InBev ne peut pas être comparée à celle d'autres sociétés.

NOTES

Les chiffres rapportés d'AB InBev des 3T14 et 3T13 ainsi que des 9M14 et 9M13 sont basés sur les états financiers intermédiaires consolidés condensés non-audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en millions d'USD.

Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB InBev, les analyses relatives à la croissance, y compris tous les commentaires contenus dans le présent communiqué de presse, sauf indication contraire, sont basées sur des chiffres de croissance interne et des chiffres normalisés. En d'autres termes, les chiffres financiers sont analysés de manière à éliminer l'impact des écarts de conversion des activités à l'étranger et des changements dans le périmètre. Les changements dans le périmètre représentent l'impact des acquisitions et cessions, le lancement ou l'arrêt d'activités ou le transfert d'activités entre segments, les pertes et profits enregistrés au titre de réduction et les modifications apportées aux estimations comptables d'une année à l'autre ainsi que d'autres hypothèses que la direction ne considère pas comme faisant partie de la performance sous-jacente de l'entreprise. Les résultats d'OB sont rapportés dans la zone Asie Pacifique, comme changement dans le périmètre, à compter du 1er avril 2014.

Toutes les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bière américaines. Afin d'éliminer l'effet mix géographique, c'est-à-dire l'impact d'une croissance des volumes plus forte dans les pays à plus faibles produits par hl et à plus faibles Coûts des Ventes par hl, nous présentons également, aux endroits spécifiés, les chiffres par hectolitre internes sur une base géographique constante. Lorsque nous faisons des estimations sur une base géographique constante, nous supposons que chaque pays dans lequel nous opérons représente le même pourcentage de notre volume mondial que pour la même période de l'année précédente.

Chaque fois qu'ils sont mentionnés dans le présent document, les indicateurs de performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, taux d'imposition, BPA) sont rapportés sur une base « normalisée », ce qui signifie qu'ils sont présentés avant les éléments non-récurrents. Les éléments non-récurrents sont des produits ou charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de l'entreprise. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de l'entreprise de par leur taille ou nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateurs de la performance de l'entreprise. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

A partir du 1er avril 2014, AB InBev a cessé de rapporter les volumes vendus à Constellation Brands dans le cadre du contrat d'approvisionnement temporaire (CAT), car ces volumes ne font pas partie de la performance sous-jacente de notre entreprise. Les volumes de la base de référence du 3T13 relevant du CAT ont donc été considérés comme un effet périmètre négatif.

Vu la nature évolutive de la transaction avec Grupo Modelo finalisée le 4 juin 2013 et afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB InBev, AB InBev a modifié son information sectorielle de 2013 aux fins de la publication des résultats et du contrôle interne effectué par la direction. Cette présentation (appelée la « Base de référence 2013 ») inclut, à des fins comparatives, les résultats de Grupo Modelo comme si le rapprochement avait eu lieu le 4 juin 2012. Par conséquent, la base de référence 2013 présentée ici inclut 6 mois de rapprochement avec Grupo Modelo. La base de référence 2013 reflète également les mises à jour de l'information sectorielle 2013 aux fins de la publication de nos résultats et du contrôle interne effectuées par la direction pour refléter les changements dans la présentation de la Zone d'AB InBev en vigueur au 1er janvier 2014. Les changements en vigueur au 1er janvier 2014 comprennent la fusion des Zones Europe de l'Ouest et Europe centrale & de l'Est en une Zone Europe unique, le transfert de la responsabilité des activités espagnoles de l'entreprise, passant des Exportations globales et Sociétés holding à la Zone Europe, et les exportations de Corona vers un certain nombre de pays européens.

Les BPA du 3T14 et des 9M14 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 633 millions d'actions, comparativement aux 1 613 millions d'actions pour le 3T13 et les 9M13.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 15 / 20



Le présent communiqué de presse contient certaines indications de nature prévisionnelle qui reflètent l'opinion actuelle de la direction d'Anheuser-Busch InBev à propos, notamment, des objectifs stratégiques d'Anheuser-Busch InBev. Ces déclarations comportent des risques et des incertitudes. L'aptitude d'Anheuser-Busch InBev à atteindre ces objectifs dépend de nombreux facteurs, dont certains peuvent échapper au contrôle de la direction. Par nature, des indications de nature prévisionnelle comportent des risques et des incertitudes, étant donné qu'elles sont le reflet des attentes et des hypothèses actuelles d'Anheuser-Busch InBev à propos d'événements et de circonstances futurs qui peuvent ne pas s'avérer exacts. Les résultats réels peuvent s'écarter substantiellement de ceux prévus dans de telles indications de nature prévisionnelle pour plusieurs raisons, notamment les risques décrits sous le point 3.D du Rapport Annuel d'Anheuser-Busch InBev au format 20-F déposé auprès de la Securities and Exchange Commission des États-Unis le 25 mars 2014. Anheuser-Busch InBev ne peut assurer que les résultats, le niveau d'activité, la performance ou les réalisations futurs d'Anheuser-Busch InBev seront conformes aux attentes reflétées dans les indications de nature prévisionnelle. Anheuser-Busch InBev décline toute obligation de mettre à jour ces déclarations après la publication du présent communiqué de presse.

Les données financières relatives au troisième trimestre 2014 (3T14) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 7 à 9, 11 et 13 à 16 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non-audités du groupe arrêtés au 30 septembre 2014 et pour la période de neuf mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un examen par notre commissaire PricewaterhouseCoopers Réviseurs d'Entreprises SCCRL conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (Etats-Unis). Les auditeurs ont conclu que, sur la base de leurs examens, aucun fait n'a été porté à leur connaissance, qui tendrait à indiquer que ces états financiers intermédiaires n'ont pas été établis, sous tous égards significativement importants, conformément à la norme IAS 34 « Information financière intermédiaire », telle que publiée par l'IASB et adoptée par l'Union européenne. Les données financières présentées aux tableaux 3 à 6, 10 et 12 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 30 septembre 2014 et pour la période de neuf mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes)

CONFERENCE TELEPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le vendredi 31 octobre 2014 :

à 14h00 Bruxelles / 13h00 Londres / 9h00 New York

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement)

<http://event.on24.com/r.htm?e=737291&s=1&k=5E21BBD821AEBE58CD44792B63E1D82B>

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/31330956>

CONTACTS ANHEUSER-BUSCH INBEV

Médias

Marianne Amsoms

Tél. : +1-212-573-9281

E-mail : marianne.amsoms@ab-inbev.com

Karen Couck

Tél. : +32-16-27-69-65

E-mail : karen.couck@ab-inbev.com

Investisseurs

Graham Staley

Tél. : +1-212-573-4365

E-mail : graham.staley@ab-inbev.com

Thelke Gerdes

Tél. : +32-16-27-68-88

E-mail : thelke.gerdes@ab-inbev.com

Christina Caspersen

Tél. : +1-212-573-4376

E-mail : christina.caspersen@ab-inbev.com

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 16 / 20



À propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation au New York Stock Exchange (NYSE : BUD). Elle est le brasseur leader au niveau mondial et l'un des cinq plus grands groupes de produits de consommation. La bière, premier réseau social, rassemble les gens depuis des milliers d'années et notre portefeuille de plus de 200 marques de bières continue de tisser des liens forts avec les consommateurs. Il comprend les marques mondiales Budweiser®, Corona® et Stella Artois®, les marques internationales Beck's®, Leffe® et Hoegaarden®, et les championnes locales Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Victoria®, Modelo Especial®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaya Korona®, Chernigivske®, Cass® et Jupiler®. Le dévouement d'AB InBev à l'héritage et à la qualité trouve ses origines dans des traditions brassicoles qui datent de 1366, du temps de la brasserie Den Hoorn à Louvain en Belgique, et dans l'esprit innovateur de la brasserie d'Anheuser & Co, dont les origines remontent à 1852, à St. Louis aux Etats-Unis. Géographiquement diversifiée avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, Anheuser-Busch InBev emploie les forces collectives de ses quelque 155 000 collaborateurs basés dans 25 pays du monde entier. En 2013, AB InBev a réalisé des produits de 43,2 milliards d'USD. La société aspire à être la Meilleure Entreprise Brassicole Rassemblant les Gens pour un Monde Meilleur. Pour plus d'infos, consultez ab-inbev.com, facebook.com/ABInBev ou Twitter via [@ABInBevNews](https://twitter.com/ABInBevNews).

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 17 / 20



Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial	3T13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T14	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hrs)	119 664	4 000	-	-3 013	120 651	-2,6%
dont volumes de nos propres bières	107 907	3 526	-	-2 906	108 527	-2,7%
Produits	11 712	434	-173	267	12 239	2,3%
Coûts des ventes	-4 750	-156	75	-136	-4 966	-2,9%
Marge brute	6 962	278	-98	132	7 273	1,9%
Frais de distribution	-1 076	-46	21	-98	-1 199	-9,0%
Frais commerciaux et de marketing	-1 610	-100	15	-115	-1 809	-7,2%
Frais administratifs	-662	-15	4	23	-651	3,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	289	-41	2	30	281	11,8%
EBIT normalisé	3 904	74	-54	-28	3 895	-0,7%
EBITDA normalisé	4 659	92	-69	63	4 745	1,3%
Marge EBITDA normalisée	39,8%				38,8%	-37 bp

Amérique du Nord	3T13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T14	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hrs)	33 243	211	-	-1 171	32 283	-3,5%
Produits	4 343	59	-19	-99	4 285	-2,2%
Coûts des ventes	-1 742	-11	4	39	-1 709	2,3%
Marge brute	2 601	48	-15	-59	2 576	-2,2%
Frais de distribution	-323	-19	3	-15	-354	-4,2%
Frais commerciaux et de marketing	-513	-8	1	-42	-561	-7,9%
Frais administratifs	-121	-2	-	8	-115	7,0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	20	-10	-1	8	18	94,6%
EBIT normalisé	1 664	8	-11	-97	1 562	-5,8%
EBITDA normalisé	1 858	5	-12	-98	1 753	-5,3%
Marge EBITDA normalisée	42,8%				40,9%	-132 bp

Mexique	3T13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T14	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hrs)	9 311	-	-	267	9 578	2,9%
Produits	1 150	-93	-12	87	1 132	8,2%
Coûts des ventes	-354	56	3	-55	-349	-18,7%
Marge brute	796	-37	-9	31	782	4,1%
Frais de distribution	-105	13	1	-15	-105	-15,6%
Frais commerciaux et de marketing	-192	15	1	7	-169	3,8%
Frais administratifs	-112	5	1	10	-97	9,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	53	-30	-1	32	54	-
EBIT normalisé	440	-34	-6	65	466	16,1%
EBITDA normalisé	533	-39	-7	81	568	16,5%
Marge EBITDA normalisée	46,3%				50,2%	357 bp

Amérique latine Nord	3T13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T14	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hrs)	28 830	11	-	-33	28 808	-0,1%
Produits	2 464	2	87	46	2 601	1,9%
Coûts des ventes	-810	-	-31	-48	-889	-6,0%
Marge brute	1 655	1	57	-1	1 711	-0,1%
Frais de distribution	-314	-	-10	-31	-356	-10,0%
Frais commerciaux et de marketing	-257	-	-15	-37	-309	-14,6%
Frais administratifs	-114	-	-3	-18	-135	-15,8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	174	-	1	3	177	1,7%
EBIT normalisé	1 144	-	31	-85	1 089	-7,5%
EBITDA normalisé	1 306	-	34	-45	1 294	-3,5%
Marge EBITDA normalisée	53,0%				49,8%	-278 bp

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 18 / 20



Annexe 1						
Amérique latine Sud	3T13	Scope	Variation	Croissance	3T14	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	8 167	-	-	188	8 355	2,3%
Produits	706	-	-196	159	668	22,6%
Coûts des ventes	-278	-	73	-44	-249	-15,7%
Marge brute	428	-	-123	115	419	27,1%
Frais de distribution	-73	-	26	-22	-69	-30,0%
Frais commerciaux et de marketing	-75	-	18	-10	-67	-13,2%
Frais administratifs	-27	-	5	-	-23	0,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-	-	3	-8	-6	-
EBIT normalisé	252	-	-72	76	254	30,1%
EBITDA normalisé	301	-	-83	80	297	26,6%
Marge EBITDA normalisée	42,6%				44,5%	139 bp
Europe	3T13	Scope	Variation	Croissance	3T14	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	13 119	37	-	-1 243	11 912	-9,5%
Produits	12 604	36	-	-1 193	11 447	-9,5%
Coûts des ventes	1 391	3	-21	-59	1 313	-4,2%
Marge brute	-608	-2	18	47	-546	7,7%
Frais de distribution	783	-	-3	-11	768	-1,5%
Frais commerciaux et de marketing	-133	-	2	6	-126	4,4%
Frais administratifs	-284	-3	7	-8	-287	-2,8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-81	1	2	5	-72	5,9%
EBIT normalisé	10	-	-	-3	7	-31,1%
EBITDA normalisé	295	-1	8	-13	289	-4,2%
Marge EBITDA normalisée	416	-	3	-19	400	-4,5%
Genormaliseerde EBITDA- marge	29,9%				30,5%	-9 bp
Asie-Pacifique	3T13	Scope	Variation	Croissance	3T14	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	23 022	5 592	-	-1 087	27 527	-4,7%
Produits	1 100	482	-10	55	1 626	4,9%
Coûts des ventes	-565	-217	5	-27	-804	-4,8%
Marge brute	535	265	-5	27	822	5,0%
Frais de distribution	-92	-40	-	-9	-141	-10,3%
Frais commerciaux et de marketing	-243	-104	3	-20	-365	-8,2%
Frais administratifs	-90	-17	-	3	-103	3,1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	20	-1	-	5	25	26,8%
EBIT normalisé	130	103	-2	6	237	4,3%
EBITDA normalisé	227	127	-2	44	395	19,3%
Marge EBITDA normalisée	20,6%				24,3%	283 bp
Exportations Globales et Sociétés Holding	3T13	Scope	Variation	Croissance	3T14	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	3 972	-1 849	-	65	2 187	3,0%
Produits	558	-19	-3	79	614	14,4%
Coûts des ventes	-393	18	2	-47	-420	-12,6%
Marge brute	165	-1	-	30	194	18,5%
Frais de distribution	-36	-	-	-12	-48	-32,4%
Frais commerciaux et de marketing	-46	1	-	-5	-50	-11,4%
Frais administratifs	-116	-2	-2	15	-106	12,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	13	-	1	-7	6	-57,4%
EBIT normalisé	-20	-1	-2	21	-2	-
EBITDA normalisé	20	-1	-1	20	38	94,0%

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 19 / 20



Annexe 2							
AB InBev au niveau mondial	9M13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M14	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	335 344	7 764	-	2 539	345 646	0,8%	
dont volumes de nos propres bières	300 884	6 803	-	1 672	309 359	0,6%	
Produits	33 787	937	-1 459	1 781	35 045	5,3%	
Coûts des ventes	-14 080	-348	555	-248	-14 120	-1,8%	
Marge brute	19 707	589	-904	1 534	20 925	7,8%	
Frais de distribution	-3 241	-107	184	-260	-3 424	-7,9%	
Frais commerciaux et de marketing	-4 862	-200	185	-539	-5 415	-11,1%	
Frais administratifs	-1 965	-41	50	-53	-2 010	-2,7%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	800	184	-34	49	1 000	6,5%	
EBIT normalisé	10 439	424	-518	731	11 076	7,0%	
EBITDA normalisé	12 748	465	-617	879	13 476	6,9%	
Marge EBITDA normalisée	37,7%				38,5%	59 bp	
Amérique du Nord	9M13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M14	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	93 968	496	-	-1 660	92 805	-1,8%	
Produits	12 305	123	-88	-43	12 297	-0,3%	
Coûts des ventes	-5 008	-26	20	146	-4 867	2,9%	
Marge brute	7 297	97	-68	103	7 430	1,4%	
Frais de distribution	-958	-42	16	-19	-1 003	-1,9%	
Frais commerciaux et de marketing	-1 438	-18	12	-191	-1 635	-13,1%	
Frais administratifs	-352	-11	3	4	-356	1,2%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	51	215	-1	10	276	24,3%	
EBIT normalisé	4 599	240	-37	-91	4 711	-2,0%	
EBITDA normalisé	5 178	232	-40	-103	5 267	-2,0%	
Marge EBITDA normalisée	42,1%				42,8%	-69 bp	
Mexique	9M13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M14	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	28 451	-	-	503	28 954	1,8%	
Produits	3 486	-93	-93	171	3 471	5,0%	
Coûts des ventes	-1 208	56	28	65	-1 058	5,6%	
Marge brute	2 278	-37	-65	236	2 412	10,5%	
Frais de distribution	-354	13	9	-13	-344	-3,7%	
Frais commerciaux et de marketing	-624	15	16	-1	-595	-0,2%	
Frais administratifs	-370	5	9	17	-339	4,8%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	157	-30	-5	57	179	45,0%	
EBIT normalisé	1 087	-34	-35	296	1 314	28,1%	
EBITDA normalisé	1 369	-39	-44	343	1 630	25,8%	
Marge EBITDA normalisée	39,3%				47,0%	775 bp	
Amérique latine Nord	9M13	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M14	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	84 654	21	-	4 498	89 173	5,3%	
Produits	7 582	3	-599	827	7 814	10,9%	
Coûts des ventes	-2 571	-1	203	-339	-2 708	-13,2%	
Marge brute	5 011	2	-395	489	5 105	9,7%	
Frais de distribution	-986	-	80	-128	-1 035	-13,0%	
Frais commerciaux et de marketing	-954	-	76	-133	-1 011	-14,0%	
Frais administratifs	-380	-	30	-35	-385	-9,3%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	476	-	-35	-6	435	-1,2%	
EBIT normalisé	3 167	1	-244	186	3 110	5,9%	
EBITDA normalisé	3 708	1	-287	249	3 671	6,7%	
Marge EBITDA normalisée	48,9%				47,0%	-185 bp	

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 31 octobre 2014 – 20 / 20



Annexe 2							
Amérique latine Sud							
	9M13	Scope	Variation	Croissance	9M14	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'hl)	25 540	-	-	239	25 779	0,9%	
Produits	2 226	-	-636	389	1 979	17,5%	
Coûts des ventes	-872	-	251	-120	-741	-13,7%	
Marge brute	1 354	-	-385	269	1 238	19,9%	
Frais de distribution	-225	-	78	-56	-202	-24,8%	
Frais commerciaux et de marketing	-255	-	72	-57	-240	-22,3%	
Frais administratifs	-79	-	15	-7	-72	-8,8%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	-10	-	5	-7	-12	-74,2%	
EBIT normalisé	786	-	-216	143	712	18,2%	
EBITDA normalisé	929	-	-253	163	839	17,6%	
Marge EBITDA normalisée	41,7%				42,4%	3 bp	
Europe							
	9M13	Scope	Variation	Croissance	9M14	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'hl)	36 479	41	-	-2 374	34 146	-6,5%	
Produits	35 145	41	-	-2 341	32 845	-6,7%	
Coûts des ventes	3 807	4	-24	9	3 796	0,2%	
Marge brute	-1 721	-3	36	73	-1 615	4,3%	
Frais de distribution	2 086	1	12	83	2 181	4,0%	
Frais commerciaux et de marketing	-385	-	3	8	-375	2,0%	
Frais administratifs	-813	-5	13	-60	-865	-7,3%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	-247	4	2	-13	-254	-5,4%	
EBIT normalisé	20	-	-	-5	15	-25,4%	
EBITDA normalisé	660	-	30	12	702	1,8%	
Marge EBITDA normalisée	1 021	1	20	-10	1 032	-0,9%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	26,8%				27,2%	-32 bp	
Asie-Pacifique							
	9M13	Scope	Variation	Croissance	9M14	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'hl)	54 543	11 526	-	992	67 062	1,8%	
Produits	2 718	956	-5	307	3 976	11,3%	
Coûts des ventes	-1 481	-400	3	-78	-1 956	-5,3%	
Marge brute	1 237	556	-2	229	2 020	18,5%	
Frais de distribution	-229	-78	-	-22	-329	-9,7%	
Frais commerciaux et de marketing	-633	-193	1	-67	-892	-10,5%	
Frais administratifs	-236	-34	-	-6	-275	-2,7%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	68	-1	-	16	84	24,0%	
EBIT normalisé	208	250	-1	150	607	72,1%	
EBITDA normalisé	496	303	-1	201	999	40,4%	
Marge EBITDA normalisée	18,3%				25,1%	478 bp	
Exportations Globales et Sociétés Holding							
	9M13	Scope	Variation	Croissance	9M14	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'hl)	11 708	-4 321	-	340	7 726	4,6%	
Produits	1 663	-56	-15	121	1 712	7,5%	
Coûts des ventes	-1 218	26	13	5	-1 174	0,4%	
Marge brute	444	-30	-1	125	538	30,1%	
Frais de distribution	-105	-	-2	-30	-136	-28,7%	
Frais commerciaux et de marketing	-144	2	-5	-31	-178	-21,6%	
Frais administratifs	-301	-5	-9	-13	-328	-4,3%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	37	-	2	-16	23	-41,1%	
EBIT normalisé	-68	-33	-15	35	-80	36,3%	
EBITDA normalisé	47	-33	-12	36	38	-	