

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

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 2T18 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les mentions légales importantes, veuillez vous référer aux pages 17 et 18.

## Anheuser-Busch InBev publie les résultats du deuxième trimestre 2018 et du premier semestre 2018

### FAITS MARQUANTS

- Produits** : Les produits ont augmenté de 4,7 % durant le trimestre, avec une croissance des produits par hl de 4,0 %. Sur une base géographique constante, les produits par hl ont augmenté de 4,5 %, grâce aux initiatives de gestion des revenus et à la poursuite des excellents résultats des marques premium. Au 1S18, les produits ont augmenté de 4,7%, avec une croissance des produits par hl de 4,5 %. Sur une base géographique constante, les produits par hl affichent une hausse de 4,9 %.
- Volumes** : Les volumes totaux ont progressé de 0,8 %, avec une hausse de 0,9 % pour les volumes de nos propres bières et de 0,5 % pour les volumes de non-bière. Les volumes de nos propres bières affichent une belle progression au Mexique et en Chine, partiellement atténuée par les résultats aux Etats-Unis et en Afrique du Sud, qui affichent une comparaison particulièrement difficile. Les volumes totaux ont augmenté de 0,3 % au cours du 1S18, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,7 %, et les volumes de non-bières une baisse de 3,4 %.
- Marques mondiales** : Les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont accéléré leur croissance au cours du trimestre, avec une hausse de 10,1 % au niveau mondial et de 16,7 % en dehors de leurs marchés domestiques. Au 1S18, les produits combinés de nos marques mondiales ont augmenté de 9,1 % et de 14,6 % en dehors de leurs marchés domestiques.
- Coûts des Ventes (CdV)** : les CdV ont augmenté de 4,7 % au 2T18 et de 4,2 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 5,5 %, ce qui s'explique surtout par la hausse des taux de change et des prix des matières premières et par le mix pays, partiellement compensée par la réalisation de synergies. Au 1S18, les CdV ont enregistré une hausse de 3,0 % et de 2,8 % par hl, et les CdV par hl ont augmenté de 3,4 % sur une base géographique constante.
- EBITDA** : L'EBITDA a augmenté de 7,0 % avec un accroissement de la marge de 85 points de base à 39,7 % suite à la croissance des volumes et des produits et grâce à des synergies et à des économies de coûts, partiellement atténuées par une hausse des investissements commerciaux et de marketing liés à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. L'EBITDA a augmenté de 6,8% au 1S18 avec un accroissement de la marge de 78 points de base à 39,0 %.
- Coûts financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) ont totalisé 1 272 millions d'USD au 2T18, par rapport à 1 628 millions d'USD au 2T17. Les coûts financiers nets s'élèvent à 2 816 millions d'USD au 1S18, alors qu'ils étaient de 3 120 millions d'USD au 1S17.
- Impôt sur le résultat** : Le taux d'imposition effectif normalisé, qui était de 21,3 % au 2T17, a augmenté à 24,8 % au 2T18, et de 20,9 % au 1S17 à 26,3 % au 1S18.
- Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev est de 2 163 millions d'USD au 2T18, alors qu'il s'élevait à 1 872 millions d'USD au 2T17. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté, passant de 3 331 millions d'USD au 1S17 à 3 605 millions d'USD au 1S18.
- Bénéfice par action** : Le bénéfice par action (BPA) normalisé a augmenté de 15,8 %, passant de 0,95 USD au 2T17 à 1,10 USD au 2T18, et de 1,69 USD au 1S17 à 1,83 USD au 1S18, soit une hausse de 8,3 %.

- **Rapprochement avec SAB** : L'intégration progresse bien, avec 199 millions d'USD de synergies et d'économies de coûts générés au 2T18 et 359 millions d'USD générés au cours du 1S18.
- **Rapport financier semestriel 2018** : Ce rapport est disponible sur notre site web [www.ab-inbev.com](http://www.ab-inbev.com).

**Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)**

	2T17	2T18	Croissance interne
<b>Volumes totaux (milliers d'hl)</b>	<b>157 679</b>	<b>143 685</b>	<b>0,8%</b>
Nos propres bières	130 483	127 632	0,9%
Volumes des non-bières	25 889	14 733	0,5%
Produits de tiers	1 306	1 320	2,0%
<b>Produits</b>	<b>14 182</b>	<b>14 014</b>	<b>4,7%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>8 738</b>	<b>8 818</b>	<b>4,8%</b>
Marge brute en %	61,6%	62,9%	2 bps
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>5 354</b>	<b>5 568</b>	<b>7,0%</b>
Marge EBITDA normalisé	37,8%	39,7%	85 bps
<b>EBIT normalisé</b>	<b>4 338</b>	<b>4 509</b>	<b>6,7%</b>
Marge EBIT normalisé	30,6%	32,2%	58 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 502	1 937	
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres</b>	<b>1 872</b>	<b>2 163</b>	
Bénéfice par action (USD)	0,76	0,98	
<b>Bénéfice normalisé par action (USD)</b>	<b>0,95</b>	<b>1,10</b>	

	1S17	1S18	Croissance interne
<b>Volumes totaux (milliers d'hl)</b>	<b>305 550</b>	<b>278 515</b>	<b>0,3%</b>
Nos propres bières	248 212	245 983	0,7%
Volumes des non-bières	55 132	30 074	-3,4%
Produits de tiers	2 206	2 458	12,0%
<b>Produits</b>	<b>27 104</b>	<b>27 087</b>	<b>4,7%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>16 430</b>	<b>16 903</b>	<b>5,8%</b>
Marge brute en %	60,6%	62,4%	61 bps
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>10 162</b>	<b>10 557</b>	<b>6,8%</b>
Marge EBITDA normalisé	37,5%	39,0%	78 bps
<b>EBIT normalisé</b>	<b>8 059</b>	<b>8 444</b>	<b>8,0%</b>
Marge EBIT normalisé	29,7%	31,2%	97 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 908	2 955	
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux</b>	<b>3 331</b>	<b>3 605</b>	
Bénéfice par action (USD)	1,48	1,50	
<b>Bénéfice normalisé par action (USD)</b>	<b>1,69</b>	<b>1,83</b>	

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

	2T17	Scope	Croissance interne	2T18	Croissance interne Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	31 320	28	-1 536	29 813	-4,9%	-5,0%
Amérique latine Ouest	27 657	- 1	1 292	28 948	4,7%	5,4%
Amérique latine Nord	26 131	- 64	528	26 595	2,0%	2,2%
Amérique latine Sud	6 730	4	318	7 052	4,8%	6,1%
EMEA	36 706	-15 053	- 312	21 340	-1,4%	-1,2%
Asie-Pacifique	28 885	52	868	29 804	3,0%	3,1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	250	- 153	35	132	35,6%	35,6%
<b>AB InBev au niveau mondial</b>	<b>157 679</b>	<b>-15 187</b>	<b>1 193</b>	<b>143 685</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,9%</b>

	1S17	Scope	Croissance interne	1S18	Croissance interne Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	57 156	61	-2 591	54 627	-4,5%	-4,6%
Amérique latine Ouest	53 188	- 21	3 443	56 609	6,5%	7,9%
Amérique latine Nord	56 550	- 125	-2 279	54 146	-4,0%	-2,4%
Amérique latine Sud	15 819	21	825	16 666	5,2%	6,0%
EMEA	69 625	-27 795	59	41 889	0,1%	0,1%
Asie-Pacifique	52 568	66	1 467	54 101	2,8%	2,4%
Exportations Globales et Sociétés Holding	644	- 153	- 14	478	-2,9%	-2,9%
<b>AB InBev au niveau mondial</b>	<b>305 550</b>	<b>-27 946</b>	<b>911</b>	<b>278 515</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,7%</b>

### COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Notre entreprise a de nouveau enregistré un excellent trimestre, avec une amélioration des tendances sur la plupart de nos marchés clés, réalisant une croissance des produits de 4,7 % et une hausse des volumes totaux de 0,8 %. La croissance des produits a été générale et a surtout été favorisée par le Brésil, le Mexique, la Chine et l'Europe de l'Ouest et a été renforcée par la poursuite de la premiumisation sur la plupart de nos marchés. Notre entreprise haut de gamme (une unité disposant d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales dans 22 pays) reste en tête avec une croissance à la fois des produits et de l'EBITDA de plus de 20 % au 1S18.

La tendance mondiale de premiumisation joue aussi un rôle évident dans le succès continu de notre portefeuille de marques mondiales. La progression de nos marques mondiales s'est accélérée au cours du trimestre, avec une hausse des produits de 10,1% au niveau mondial et de 16,7% en dehors des marchés domestiques des marques. Les produits Budweiser ont progressé de 4,1 % au niveau mondial et de 10,1 % en dehors des Etats-Unis, profitant de la belle croissance enregistrée au Brésil, en Chine et au Royaume-Uni, et de la création de nombreux nouveaux marchés grâce à l'activation de la marque en tant que sponsor mondial de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Les produits de Stella Artois ont augmenté de 9,0 %, avec de bonnes performances au Brésil, au Royaume-Uni et en Argentine. Corona a connu à nouveau un excellent trimestre, avec une hausse des produits de 21,9 % au niveau mondial et de 42,6 % en dehors du Mexique, sous l'impulsion de la Chine, de l'Europe de l'Ouest et de l'Afrique du Sud. Les trois marques continuent à bien se porter sur les marchés matures et émergents et leur promotion sur les nouveaux marchés dévoile de nouvelles opportunités de croissance.

Notre sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ a été le plus ambitieux et le plus fructueux de tous les temps pour Budweiser et pour AB InBev. En tant que sponsor bière officiel, nous avons lancé notre campagne Budweiser "Light Up FIFA World Cup™" dans plus de 50 pays. Le football suscite la passion sur beaucoup des nouveaux marchés conquis par Budweiser suite à notre rapprochement avec SAB, et nous avons donc ici une opportunité unique de nous engager auprès de 3,2 milliards de supporters de football (d'après la FIFA) dans le monde entier et d'augmenter la notoriété de la

marque. Grâce à notre campagne mondiale et à notre approche innovante par rapport aux moyens de sponsoring sportif traditionnels puisqu'elle faisait la part belle au numérique, Budweiser a été la marque dont on a le plus parlé dans les médias sociaux pendant la compétition. En outre, grâce à une exécution remarquable en Russie, nous avons vendu plus de bière dans les stades en comparaison avec la Coupe du Monde de la FIFA Brésil 2014™. Nous avons également soutenu nos marques locales dans plus de 40 pays, en misant sur la fierté nationale dans leurs marchés domestiques et contribuant à accélérer la croissance des volumes dans tout notre portefeuille.

Ce trimestre, l'EBITDA a augmenté de 7,0 %, avec un accroissement de la marge de 85 points de base à 39,7 %. Cette hausse a été possible grâce à la croissance des volumes et des produits, la premiumisation, la réalisation de synergies supplémentaires et une gestion efficace des coûts, mais elle a été partiellement atténuée par une augmentation des investissements commerciaux et de marketing liés à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™, comme prévu. Notre rapprochement avec SAB se poursuit comme prévu avec des synergies et des économies de coûts de 199 millions d'USD réalisées au cours du trimestre.

Notre endettement net a augmenté en passant de 104,4 milliards d'USD au 31 décembre 2017 à 108,8 milliards d'USD au 30 juin 2018, conformément aux augmentations précédentes durant le premier semestre, puisque la majorité de notre flux de trésorerie est généré au cours du deuxième semestre. Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé a augmenté, passant de 4,80x au 31 décembre 2017 à 4,87x au 30 juin 2018, suite aux fluctuations saisonnières de notre flux de trésorerie et aux variations de taux de change défavorables pour notre conversion de l'EBITDA. Nous visons toujours un désendettement avoisinant 2x, et nous sommes sur la bonne voie.

Suite au succès du rapprochement avec SAB, nous annonçons aujourd'hui quelques changements organisationnels, pour mettre davantage l'accent sur la croissance des volumes et des produits et sur la création de valeur. Tous les changements entreront en vigueur le 1er janvier 2019, et seront repris dans nos états financiers à compter de cette date. Pour en savoir plus, veuillez vous référer à notre communiqué de presse disponible via :

<http://www.ab-inbev.com/news/press-releases/global-press-releases/2018/07/anheuser-busch-inbev-announces-a-new-organization-for-future-gro.html>

Nous prévoyons toujours une accélération de notre croissance au second semestre en tirant les leçons du cadre d'extension des catégories et en continuant à partager nos meilleures pratiques sur nos marchés. En outre, avec notre portefeuille de marques mondiales et haut de gamme, nous sommes bien placés pour stimuler la croissance de la catégorie de façon durable dans les différentes régions où nous sommes implantés.

### États-Unis

Nos produits aux États-Unis ont diminué de 3,1 % au 2T18 et de 2,8 % au cours du 1S18. Nous avons enregistré une croissance constante des produits par hl de 2,1 % (2,0 % au 1S18), grâce aux initiatives de gestion des revenus et à un portefeuille de marques favorable, mais cette hausse a été atténuée par une baisse des volumes. Nos ventes aux détaillants (VAD) ont diminué de 3,1 % au cours du 2T18, subissant la fragilité du secteur, qui affiche un déclin de 2,4 % dont 1,3 pp imputables au timing des vacances de Pâques et à la fête nationale du 4 juillet. En revanche, les ventes aux grossistes (VAG), qui jouent un rôle clé dans nos résultats financiers, ont diminué de 5,1 %, alors que nous continuons à optimiser notre logistique. Au 1S18, nos VAD ont reculé de 3,2 % et nos VAG ont diminué de 4,8 %, et nous prévoyons toujours une convergence des VAD et des VAG durant l'exercice.

Notre performance trimestrielle en termes de parts de marché est la meilleure depuis presque quatre ans, avec une perte de parts de marché de 35 points de base, nos résultats ayant compensé presque pour moitié l'impact de la réorientation du secteur vers un autre mix de segments. Au 1S18, notre part de marché totale a perdu 45 points de base.

La croissance de nos marques Above Premium s'est accélérée au cours du trimestre, avec un gain de 100 points de base de part de marché. Notre stratégie de premiumisation du portefeuille continue à profiter de l'expansion de Michelob Ultra, la marque affichant le plus important gain de part de marché aux Etats-Unis pour le treizième trimestre consécutif, et de plusieurs innovations fructueuses, dont Michelob Ultra Pure Gold, Bud Light Orange et la série Budweiser Reserve.

Les marques Premium et Premium Light demeurent sous pression, car les consommateurs continuent à se tourner vers les segments plus chers ; au 2T18, la part de marché totale de Bud Light a ainsi perdu 85 points de base et celle de Budweiser a perdu 40 points de base. Dans leur segment respectif, toutefois, Bud Light a réduit sa perte de part de marché pour le quatrième trimestre consécutif et Budweiser a maintenu sa part du segment pour le deuxième trimestre consécutif.

Notre portefeuille de marques bon marché affiche de meilleures tendances en termes de part de marché, et reste un segment rentable et important.

Notre EBITDA a diminué de 7,4 %, une baisse qui s'explique environ pour moitié par le déséquilibre temporaire entre les VAD et les VAG. La marge EBITDA a reculé de 185 points de base à 40,1 %, subissant l'impact de la hausse du prix de couverture des matières première d'une année à l'autre et de l'augmentation des frais de distribution due à une hausse des frais de transport, une tendance qui est reflétée dans la base du deuxième semestre. L'EBITDA a baissé de 6,3 % au 1S18 et sa marge a perdu 147 points de base pour atteindre 39,6 %.

### **Mexique**

Les résultats trimestriels du Mexique sont de nouveau excellents, avec une croissance des produits à deux chiffres soutenue par la hausse des volumes à un chiffre dans le haut de la fourchette et les initiatives de gestion des revenus, malgré une comparaison difficile avec l'année précédente vu la date à laquelle tombait Pâques. Au 1S18, les produits et les volumes ont enregistré une croissance à deux chiffres.

L'ensemble de notre portefeuille de marques a continué à réaliser de solides résultats, avec une croissance pour toutes les marques et toutes les régions du pays. En tirant les leçons du cadre d'extension des catégories, nous avons promu et tarifé en conséquence les pils classiques, faciles à boire et les profils de bières plus riches, afin d'étoffer le segment core, tout en premiumisant grâce aux marques core plus et aux marques premium internationales telles que Stella Artois et Michelob Ultra. Notre segment des boissons non ou faiblement alcoolisées continue à bien se porter, ce qui nous aide à nous rapprocher de notre objectif mondial d'avoir 20 % de nos volumes de bières dans ce segment d'ici 2025.

La solide croissance des volumes et des produits a entraîné une hausse de l'EBITDA de 16,8 % et un accroissement de la marge de 216 points de base à 45,6 %, malgré une hausse des coûts des ventes due à l'impact des taux de change défavorables sur les coûts de transaction, tandis qu'une capacité accrue nous a permis de faire face à la demande croissante. Au 1S18, l'EBITDA a augmenté de 16,4 %, avec un accroissement de la marge de 79 points de base à 43,5 %.

### **Colombie**

Nos activités colombiennes ont également enregistré de bons résultats avec une croissance des produits de 7,0 %. Les volumes des bières affichent une progression de 1,1 %, les volumes non-bière une légère hausse de 0,4 %, avec une croissance des produits par hl de 5,9 %. Cette performance a été réalisée pendant un trimestre impacté par la date de Pâques et par l'interdiction de vendre de l'alcool les week-ends des deux tours de l'élection présidentielle. Dans ce contexte, nous estimons que la bière a gagné 25 points de base supplémentaires de part de consommation d'alcool ce trimestre. Au cours du 1S18, les produits

ont augmenté de 9,4 %, les volumes des bières affichant une hausse de 4,5 %, et les volumes non-bières une hausse de 1,0 %.

La progression du volume des bières a été soutenue par les marques mondiales et core. Notre portefeuille de marques mondiales a enregistré une croissance à trois chiffres, avec Budweiser en tête grâce aux activations de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Aguila aussi affiche une très belle croissance, et a bénéficié des activations liées à la participation de l'équipe nationale à la compétition.

Notre EBITDA a augmenté de 8,0 % avec un accroissement de la marge de près de 50 points de base. Ce résultat a été stimulé par la solide performance des volumes et des produits et la réalisation de synergies supplémentaires, partiellement atténuées par une hausse des investissements dans nos marques. Au 1S18, l'EBITDA a augmenté d'environ 15 %, avec un accroissement de la marge supérieur à 200 points de base.

### **Brésil**

Les produits ont augmenté de 9,4 %, avec une augmentation de 7,7 % des produits par hl qui s'explique par l'annualisation de la hausse des prix du 3T17. L'impact négatif de la grève nationale des conducteurs de poids lourds ayant été compensé par les bénéfices de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Les volumes totaux ont augmenté de 1,5 % avec une hausse de 1,7 % des volumes des bières sur un marché généralement stable et une hausse de 1,0 % des volumes non-bières sur un marché diminuant d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. Au 1S18, les produits ont enregistré une hausse de 3,3 % et les volumes totaux ont reculé de 5,3 %.

Brahma, sponsor local de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ au Brésil, a enregistré de bons résultats durant le trimestre avec une belle performance des volumes grâce aux activations liées à la compétition. Dans le segment core plus, notre portefeuille affiche une croissance remarquable grâce notamment à Bohemia et Brahma Extra, et nous avons également lancé Skol Hops, brassée avec des houblons aromatiques pour un mariage unique de légèreté et de saveur. Notre portefeuille premium continue à afficher des résultats supérieurs à ceux du secteur, notre portefeuille de marques mondiales enregistrant une hausse de plus de 30 %, Budweiser en tête.

Au 2T18, l'EBITDA a augmenté de 16,1 %, avec un accroissement de la marge de 238 points de base à 41,3 %. Ce résultat a été favorisé par la hausse des produits et des CdV par hl en-deçà de l'inflation, partiellement atténuée par une hausse des frais commerciaux en raison du calendrier des investissements liés à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Au 1S18, notre EBITDA a augmenté de 10,3 %, avec un accroissement de la marge de 266 points de base à 41,5 %.

### **Afrique du Sud**

Comme prévu, le 2T18 a été un trimestre difficile. Les produits ont baissé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, les volumes des bières affichant une baisse d'environ 15 % suite à une comparaison difficile (au 2T17, les volumes affichaient une hausse à deux chiffres suite au calendrier des augmentations de prix et de Pâques). En outre, une augmentation de la TVA à partir du 1er avril 2018 et de nombreuses hausses du prix du pétrole ont impacté négativement les revenus disponibles des consommateurs. Au 1S18, les produits sont restés stables et les volumes des bières ont diminué d'un chiffre dans le haut de la fourchette.

La solide croissance des produits par hl de plus de 10 % enregistrée au 2T18 s'explique par l'annualisation de l'augmentation des prix du 1er juillet 2017 et du 1er mars 2018, qui a suivi les hausses de l'accise supérieures à l'inflation.

Au cours du trimestre, nous avons lancé un nouvel emballage refermable pour Castle Lite afin de développer les occasions de consommation à domicile, qui a été bien reçu par les consommateurs. Notre

portefeuille haut de gamme affiche une croissance à trois chiffres, grâce notamment à une bonne contribution de Budweiser qui a été récemment lancée. La notoriété de la marque et la volonté de tenter l'expérience ont bénéficié d'une grande campagne visant à susciter l'engagement du consommateur dans le cadre de nos activations liées à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™.

L'EBITDA a progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette, avec une marge augmentant de plus de 300 points de base. Au 1S18, l'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec un accroissement de la marge de presque 200 points de base.

### Chine

Au 2T18, les produits ont augmenté de 6,8 %, avec une hausse des volumes de 3,0 % et une croissance des produits par hl de 3,7 %. Au 1S18, les produits ont progressé de 5,7 %, les produits par hl augmentant de 3,3 % et les volumes de 2,4 %.

Notre dynamique s'est accéléré au deuxième trimestre, avec des performances en termes de volumes et de part parmi les meilleures de ces trois dernières années. Budweiser a renoué avec la croissance des volumes au cours du trimestre, grâce à une solide activation de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Nos marques restent en tête de l'e-commerce, la part de marché des ventes en ligne dépassant celle des ventes hors ligne. Notre entreprise haut de gamme affiche une fois de plus une croissance des volumes à trois chiffres en partant d'une base déjà bonne, avec Corona en tête. Notre part de marché de bière estimée poursuit sa progression, et est maintenant supérieure à 20 % pour les six premiers mois de l'année.

L'entreprise a réalisé une croissance interne de l'EBITDA de 6,2 %, avec une diminution de la marge de 20 points de base à 35,6 %, suite au phasage des dépenses marketing liées à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Au 1S18, l'EBITDA a augmenté de 8,2 %, avec un accroissement de la marge de 82 points de base à 35,5 %.

### Faits marquants sur nos autres marchés

Au **Canada**, les volumes et les produits ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette en raison de la faiblesse du secteur et de changements dans la composition du segment, en raison d'une compétitivité accrue dans le segment bon marché. Notre stratégie commerciale s'avère très fructueuse, notre entreprise haut de gamme faisant mieux que le secteur, avec une croissance à deux chiffres des volumes pour nos marques artisanales locales, et des hausses de part de marché pour Corona et Stella Artois. Nos grandes marques core continuent elles aussi d'afficher de solides résultats, Bud Light et Michelob Ultra comptant parmi les marques à la croissance la plus rapide du Canada.

**Le Pérou** a enregistré une croissance des produits d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une augmentation des volumes de bières d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Nous observons une très belle croissance des trois marques mondiales, ainsi qu'une solide activation de la marque Cristal en soutien à l'équipe nationale avant la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. **L'Equateur** a enregistré une croissance à deux chiffres des produits, tandis que les volumes ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette. Ceci a entraîné un gain de 80 points de base dans la part de consommation totale d'alcool, grâce à nos efforts pour développer la catégorie bière en exploitant de nouvelles occasions.

En **Amérique latine Sud**, les volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une croissance dans toute la région. L'**Argentine** a connu une croissance grâce au repositionnement des deux plus grandes marques core, Quilmes Clásica et Brahma. Toutes deux continuent à augmenter leurs volumes grâce au succès de la mise en œuvre du cadre d'extension des catégories. Les volumes de nos marques mondiales augmentent de deux chiffres dans toute la région au 1S18, et nous promovons / développons Budweiser en Argentine depuis que la marque a rejoint notre portefeuille au 2T18.

Au sein d'EMEA, en Europe de l'Ouest, les produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, faisant mieux que le secteur avec une exécution solide associée à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Les volumes de nos marques mondiales ont augmenté de deux chiffres, et la progression de Budweiser a été soutenue par les activations de la compétition. Corona a tiré parti de Casa Corona, des bars permettant d'échapper au stress de la ville ouverts partout en Europe, et d'une campagne "Ocean Week" au Royaume-Uni visant à sensibiliser à la pollution des mers par les plastiques. Au Royaume-Uni, Bud Light affiche une croissance à deux chiffres de ses volumes, ouvrant la voie pour nos initiatives en faveur des bières peu alcoolisées et contribuant à la croissance à deux chiffres des produits au Royaume-Uni, malgré une comparaison difficile du secteur. Le 30 mars 2018, nous avons achevé la fusion 50/50 de nos activités et de celles d'Anadolu Efes en Russie et en Ukraine. Les activités combinées sont consolidées intégralement dans les comptes financiers d'Anadolu Efes. Suite à la transaction, nous avons cessé de consolider nos activités en Russie et en Ukraine et comptabilisons notre investissement dans AB InBev Efes selon la méthode de la mise en équivalence, à compter de cette date. En **Afrique hors Afrique du Sud**, les volumes de nos propres bières ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec une croissance à deux chiffres sur les marchés clés du Nigeria, de la Zambie et du Mozambique partiellement atténuée par une baisse des volumes en Tanzanie et en Ouganda, qui ont tous deux subi de fortes inondations.

**L'Australie** continue d'afficher de solides résultats commerciaux avec une hausse des produits d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette durant le trimestre. Cette croissance a été accélérée par Great Northern, qui reste un moteur clé de croissance dans le segment des pils faciles à boire. En outre, le segment haut de gamme continue à contribuer fortement à la croissance des volumes et des produits, avec nos trois marques mondiales en tête. Nous œuvrons pour accélérer la croissance de notre portefeuille de marques mondiales et durant ce trimestre, nous avons lancé Corona Ligera, une version premium moyennement forte de Corona qui soutient nos initiatives en faveur des bières peu alcoolisées. En outre, Budweiser a été brassée localement pour la première fois et a joué un rôle crucial dans les activations de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Notre portefeuille artisanal continue à bien se porter avec une croissance à deux chiffres grâce aux acquisitions récentes.

### PERSPECTIVES 2018

- (i) **Performance générale** : Bien que nous constatons une volatilité sur certains de nos marchés clés, nous prévoyons de réaliser une solide croissance des **Produits** et de **l'EBITDA** durant l'EX18, en profitant de la solide performance de notre portefeuille de marques et de nos programmes commerciaux efficaces. Notre modèle de croissance est aujourd'hui bien plus axé sur le développement de la catégorie, et par conséquent, nous prévoyons de réaliser une croissance des **produits par hl** supérieure à l'inflation grâce à des initiatives de premiumisation et de gestion des revenus, tout en maintenant les coûts en dessous de l'inflation. Nous restons convaincus que la croissance s'accélérera durant la seconde moitié de l'année.
- (ii) **Synergies** : Nous maintenons les synergies et économies de coûts attendues de 3,2 milliards d'USD sur une base monétaire constante à partir d'août 2016. Sur ce total, 547 millions d'USD ont été rapportés par l'ancienne SAB au 31 mars 2016, et 1 945 millions d'USD ont été générés entre le 1er avril 2016 et le 30 juin 2018. Le solde d'environ 700 millions d'USD devrait être réalisé d'ici octobre 2020.
- (iii) **Coûts financiers nets** : Pour l'EX18, le coupon moyen sur la dette nette devrait se situer autour de 3,7 %. Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation devraient avoisiner respectivement 30 et 100 millions d'USD par trimestre. Les coûts financiers net continueront de subir l'impact des gains et pertes éventuels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.

- (iv) **Taux d'imposition effectif** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX18 se situera entre 24 % et 26 %, en excluant les gains ou pertes futurs relatifs à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Cette indication tient compte de l'impact de la réforme fiscale aux États-Unis, qui a abaissé le taux d'imposition des sociétés et le compense par une base fiscale plus large et de nouvelles règles plus strictes pour certaines déductions applicables aux entreprises. Cette indication concernant le TIE est fondée sur une interprétation disponible de la loi sur la réforme fiscale aux États-Unis et peut être modifiée lorsque la société recevra des précisions supplémentaires et des directives de mise en œuvre.
- (v) **Dépenses nettes d'investissement** : Les dépenses nettes d'investissement devraient se situer entre 4,0 et 4,5 milliards d'USD pour l'EX18.
- (vi) **Dette** : Environ 42 % de notre dette brute est exprimé en devises autres que le dollar américain, principalement en euro. Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2x.
- (vii) **Dividendes** : Nous continuons à nous attendre à une hausse des dividendes au fil du temps, mais cette croissance à court terme devrait être modeste compte tenu de l'importance du désendettement.

### COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDE

Tableau 3. Compte de résultats consolidé (millions d'USD)

	2T17	2T18	Croissance interne
<b>Produits</b>	<b>14 182</b>	<b>14 014</b>	<b>4,7%</b>
Coûts des ventes	-5 444	-5 196	-4,7%
<b>Marge brute</b>	<b>8 738</b>	<b>8 818</b>	<b>4,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 551	-4 493	-3,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	151	183	24,3%
<b>Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents</b>	<b>4 338</b>	<b>4 509</b>	<b>6,7%</b>
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-66	-100	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 628	-1 271	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	-310	-164	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	70	37	
Impôts sur le résultat	-575	-761	
<b>Bénéfice des activités poursuivies</b>	<b>1 829</b>	<b>2 248</b>	
Bénéfice des activités abandonnées	-	-	
<b>Bénéfice</b>	<b>1 829</b>	<b>2 248</b>	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	327	311	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 502	1 937	
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>5 354</b>	<b>5 568</b>	<b>7,0%</b>
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 872</b>	<b>2 163</b>	

	1S17	1S18	Croissance interne
<b>Produits</b>	<b>27 104</b>	<b>27 087</b>	<b>4,7%</b>
Coûts des ventes	-10 674	-10 184	-3,0%
<b>Marge brute</b>	<b>16 430</b>	<b>16 903</b>	<b>5,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-8 779	-8 791	-3,1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	408	332	-7,0%
<b>Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents</b>	<b>8 059</b>	<b>8 444</b>	<b>8,0%</b>
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 287	- 196	
Produits/(coûts) financiers nets	-3 120	-2 816	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 211	- 494	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	124	93	
Impôts sur le résultat	- 994	-1 436	
<b>Bénéfice des activités poursuivies</b>	<b>3 572</b>	<b>3 595</b>	
Bénéfice des activités abandonnées	28	-	
<b>Bénéfice</b>	<b>3 600</b>	<b>3 595</b>	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	692	640	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 908	2 955	
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>10 162</b>	<b>10 557</b>	<b>6,8%</b>
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>3 331</b>	<b>3 605</b>	

### Produits

Les produits consolidés ont augmenté de 4,7 % au 2T18, avec une croissance des produits par hl de 4,0 %, sous l'impulsion des initiatives de gestion des revenus et d'une solide performance continue des marques premium. Sur une base géographique constante, les produits par hl affichent une hausse de 4,5 %. Au 1S18, les produits ont enregistré une hausse de 4,7 %, avec une croissance des produits par hl de 4,5 % sur une base interne et de 4,9 % sur une base géographique constante.

### Coûts des Ventes (CdV)

Au 2T18, les CdV ont augmenté de 4,7 % et de 4,2 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 5,5 %, ce qui s'explique surtout par la hausse des taux de change et des prix des matières premières et par le mix pays, partiellement compensée par la réalisation de synergies. Au 1S18, les CdV totaux ont augmenté de 3,0 %, de 2,8 % par hl, et de 3,4 % par hl sur une base géographique constante.

### Frais commerciaux, généraux et administratifs

Les frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux ont augmenté de 3,6 % suite à la réalisation de synergies et une bonne gestion des coûts, partiellement compensées par une hausse des investissements commerciaux et de marketing liés à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Au 1S18, les frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux ont augmenté de 3,1 %.

### Autres produits/(charges) d'exploitation

Les autres produits d'exploitation ont augmenté de 24,3 % au 2T18 en raison du calendrier. Au cours du 1S18, ils affichent un recul de 7,0 %.

### Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

Tableau 4. Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (millions d'USD)

	2T17	2T17	1S17	1S18
Restructuration	- 99	- 83	- 288	- 137
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	- 8	- 23	- 25	- 38
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	41	6	26	- 21
<b>Impact sur le résultat d'exploitation</b>	<b>- 66</b>	<b>- 100</b>	<b>- 287</b>	<b>- 196</b>

Le bénéfice d'exploitation normalisé au 2T18 ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 100 millions d'USD, principalement dus aux coûts de restructuration uniques relatifs à l'intégration de SAB.

Tableau 5. Produits/(coûts) financiers nets (millions d'USD)

	2T17	2T17	1S17	1S18
Charges nettes d'intérêts	- 973	- 986	- 2 055	- 1 955
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	- 26	- 24	- 55	- 48
Charges de désactualisation	- 134	- 97	- 303	- 177
Ajustements à la valeur de marché	- 265	- 16	- 135	- 258
Autres résultats financiers	- 230	- 148	- 573	- 378
<b>Produits/(coûts) financiers nets</b>	<b>- 1 628</b>	<b>- 1 272</b>	<b>- 3 120</b>	<b>- 2 816</b>

Le nombre d'actions incluses dans la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont présentés au tableau 6 ci-dessous.

Tableau 6. Couverture des paiements fondés sur des actions

	2T17	2T17	1S17	1S18
Prix de l'action au début de la période (Euro)	102,90	89,28	100,55	93,13
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	96,71	86,50	96,71	86,50
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	47,1	46,9	47,1	46,9

### Revenus/(coûts) financiers nets non-récurrents

Tableau 7. Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents (millions d'USD)

	2T17	2T17	1S17	1S18
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	- 125	- 10	- 71	- 127
Remboursement anticipé d'obligations	-	- 146	-	- 244
Autres ajustements à la valeur de marché	- 114	- 9	- 69	- 123
Autres	- 71	-	- 71	-
<b>Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents</b>	<b>- 310</b>	<b>- 165</b>	<b>- 211</b>	<b>- 494</b>

Les coûts financiers nets non-récurrents du 2T18 comprennent des pertes évaluées à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir les actions émises dans le cadre du rapprochement avec Grupo Modelo et SAB, ainsi que 146 millions USD résultant de primes versées pour le remboursement anticipé de certaines obligations.

Le nombre d'actions incluses dans la couverture du système d'action différé et les actions restreintes ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont fournis au tableau 8.

Tableau 8. Instruments non-récurrents dérivés sur fonds propres

	2T17	2T17	1S17	1S18
Prix de l'action au début de la période (Euro)	102,90	89,28	100,55	93,13
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	96,71	86,50	96,71	86,50
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	45,3	45,5	45,3	45,5

### Impôts sur le résultat

**Tableau 9. Impôts sur le résultat (millions d'USD)**

	2T17	2T17	1S17	1S18
Charges d'impôts	575	761	994	1 436
Taux d'impôts effectif	24,7%	25,6%	22,4%	29,1%
Taux d'impôt effectif normalisé	21,3%	24,8%	20,9%	26,3%

Notre taux d'imposition effectif normalisé, qui était de 21,3 % au 2T17, a augmenté à 24,8 % au 2T18, et de 20,9 % au 1S17 à 26,3 % au 1S18. Ceci s'explique principalement par le mix pays, par des pertes évaluées à la valeur de marché non déductibles fiscalement et par des modifications de la législation fiscale dans certains pays où nous opérons.

### Bénéfice normalisé et bénéfice

**Tableau 10. Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)**

	2T17	2T17	1S17	1S18
<b>Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 502</b>	<b>1 937</b>	<b>2 908</b>	<b>2 955</b>
Eléments non-récurrents, avant impôts	66	100	287	197
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	309	164	211	494
Impôts non-récurrents	-	- 42	- 37	- 45
Eléments non-récurrents attribuable aux intérêts minoritaires	- 5	4	- 9	3
Résultat des activités abandonnées	-	-	- 28	-
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InB</b>	<b>1 872</b>	<b>2 163</b>	<b>3 331</b>	<b>3 605</b>
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors ajustements à la valeur de marché</b>	<b>2 138</b>	<b>2 179</b>	<b>3 466</b>	<b>3 863</b>

### BPA normalisé et de base

**Tableau 11. Bénéfice par action (USD)**

	2T17	2T17	1S17	1S18
<b>Bénéfice de base par action</b>	<b>0,76</b>	<b>0,98</b>	<b>1,48</b>	<b>1,50</b>
Eléments non-récurrents, avant impôts	0,03	0,05	0,15	0,10
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	0,16	0,08	0,11	0,25
Impôts non-récurrents	-	-0,02	-0,02	-0,02
Eléments non-récurrents attribuables aux intérêts minoritaires	-	-	-	-
Résultat des activités abandonnées	-	-	-0,01	-
<b>Bénéfice normalisé par action</b>	<b>0,95</b>	<b>1,10</b>	<b>1,69</b>	<b>1,83</b>
<b>Bénéfice normalisé par action hors ajustements à la valeur de marché</b>	<b>1,09</b>	<b>1,10</b>	<b>1,76</b>	<b>1,96</b>

**Tableau 12. Composantes clés du Bénéfice normalisé par action (USD)**

	2T17	2T17	1S17	1S18
EBIT normalisé	2,20	2,29	4,09	4,29
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	-0,13	-0,01	-0,07	-0,13
Coûts financiers nets	-0,70	-0,64	-1,52	-1,30
Impôts sur le résultat	-0,29	-0,41	-0,52	-0,75
Associés et intérêts minoritaires	-0,13	-0,14	-0,29	-0,28
<b>Bénéfice normalisé par action</b>	<b>0,95</b>	<b>1,10</b>	<b>1,69</b>	<b>1,83</b>

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

**Tableau 13. Réconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)**

	2T17	2T17	1S17	1S18
<b>Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux</b>	<b>1 502</b>	<b>1 937</b>	<b>2 908</b>	<b>2 955</b>
Intérêts minoritaires	327	311	692	640
<b>Bénéfice</b>	<b>1 829</b>	<b>2 248</b>	<b>3 600</b>	<b>3 595</b>
Bénéfice des activités abandonnées	-	-	-28	-
<b>Bénéfice des activités poursuivies</b>	<b>1 829</b>	<b>2 248</b>	<b>3 572</b>	<b>3 595</b>
Impôts sur le résultat	575	761	994	1 436
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	- 70	- 37	- 124	- 93
(Produits)/coûts financiers nets	1 628	1 271	3 120	2 816
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	310	164	211	494
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations-non récurrentes incluses)	66	100	287	196
<b>EBIT Normalisé</b>	<b>4 338</b>	<b>4 509</b>	<b>8 059</b>	<b>8 444</b>
Amortissements et dépréciations	1 016	1 059	2 103	2 113
<b>EBITDA Normalisé</b>	<b>5 354</b>	<b>5 568</b>	<b>10 162</b>	<b>10 557</b>

L'EBITDA normalisé et l'EBIT normalisé sont des indicateurs utilisés par AB InBev pour démontrer les performances sous-jacentes de l'entreprise.

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

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.

### SITUATION FINANCIERE

**Tableau 14. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'USD)**

	1S17	1S18
<b>Activités opérationnelles</b>		
Bénéfice de l'exercice	3 600	3 595
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	6 379	6 752
<b>Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions</b>	<b>9 979</b>	<b>10 347</b>
Changement du fonds de roulement	-2 352	-2 298
Contributions aux plans et utilisation des provisions	- 288	- 282
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-3 381	-4 583
Dividendes reçus	60	38
<b>Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles</b>	<b>4 018</b>	<b>3 222</b>
<b>Activités d'investissement</b>		
Dépenses d'investissement nettes	-1 579	-1 972
Produits des cessions dans le cadre du rapprochement avec SAB, après impôts	5 130	- 430
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	- 448	- 72
Produits des cessions/(acquisitions) d'obligations à court terme	2 788	1 299
Autre	223	- 75
<b>Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement</b>	<b>6 114</b>	<b>-1 250</b>
<b>Activités de financement</b>		
Dividendes payés	-4 475	-5 132
(Remboursement)/émissions d'emprunts	-5 239	1 703
Autre (incluant les acquisitions d'intérêts minoritaires)	- 361	-1 210
<b>Flux de trésorerie provenant des activités de financement</b>	<b>-10 075</b>	<b>-4 640</b>
<b>Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	<b>57</b>	<b>-2 668</b>

L'EX18 a enregistré une baisse de la trésorerie et des équivalents de trésorerie de 2 668 millions d'USD, par rapport à une hausse de 57 millions d'USD durant l'EX17, en tenant compte des mouvements suivants :

- Nos flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ont totalisé 3 222 millions d'USD au premier semestre de 2018, par rapport à 4 018 millions d'USD au premier semestre de 2017. Cette baisse résulte surtout du calendrier du paiement des impôts de 2018 comparé à 2017 et du paiement en 2018 d'impôts relatifs à des périodes antérieures. Les changements apportés au fonds de roulement au premier semestre de 2018 et de 2017 reflètent la hausse des niveaux de fonds de roulement de fin juin par rapport aux niveaux de fin d'année, en raison des fluctuations saisonnières.
- Les flux de trésorerie sortants provenant des investissements s'élevaient à 1 250 millions d'USD au premier semestre de 2018, par rapport à des flux de trésorerie entrants de 6 114 millions d'USD au premier semestre de 2017. Les flux de trésorerie provenant des investissements de 2017 reflètent principalement les produits des cessions liées à SAB annoncées et clôturées en 2017 nets d'impôts payés en 2017 sur des cessions d'années précédentes, lesquelles n'ont pas été renouvelées au premier semestre 2018.

- Les flux de trésorerie sortants provenant de nos activités de financement s'élevaient à 4 640 millions d'USD au premier semestre de 2018, par rapport à un flux de trésorerie sortant de 10 075 millions d'USD au premier semestre de 2017. Au premier semestre 2017, nous avons remboursé 8 milliards d'USD du prêt à terme B. Ce prêt à terme était le solde restant dû des crédits de 75 milliards d'USD mobilisés en octobre 2015 pour le rapprochement avec SAB.

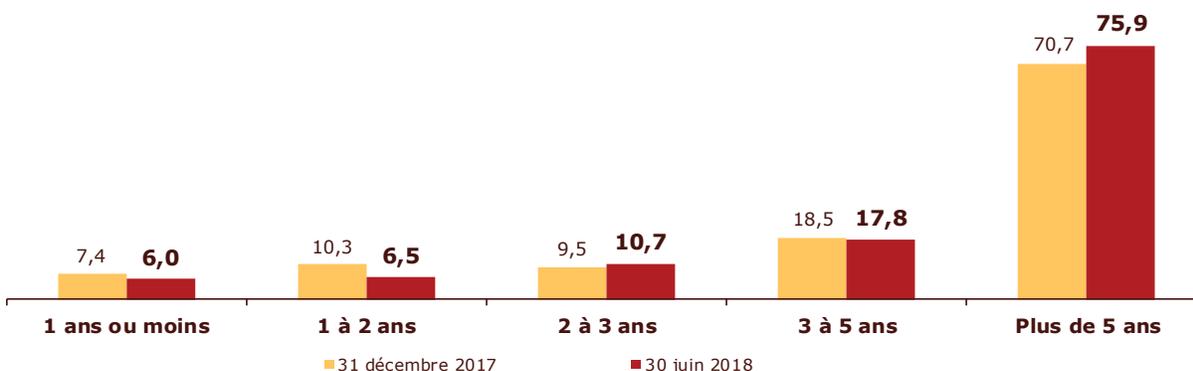
Notre endettement net a augmenté de 104,4 milliards d'USD au 31 décembre 2017 à 108,8 milliards d'USD au 30 juin 2018, conformément aux augmentations précédentes durant le premier semestre, puisque la majorité de notre flux de trésorerie est généré au cours du deuxième semestre.

Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé a augmenté, passant de 4,80x au 31 décembre 2017 à 4,87x au 30 juin 2018, suite aux fluctuations saisonnières de notre flux de trésorerie et aux variations de taux de change défavorables pour notre conversion EBITDA. Le calcul du ratio endettement net / EBITDA ne tient pas compte de l'EBITDA de CCBA pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2017. Nous maintenons notre engagement vers un désendettement autour de 2x, et nous sommes sur la bonne voie.

Nous continuerons de gérer de manière proactive notre portefeuille de dettes, dont 93 % sont à taux fixe, 42 % sont exprimés en devises autres que l'USD, et les échéances sont bien réparties sur les prochaines années.

Outre un profil d'échéance très confortable de la dette et un solide flux de trésorerie, la société disposait au 30 juin 2018 d'une liquidité totale de 16,9 milliards d'USD, dont 9 milliards d'USD disponibles sous la forme de lignes de crédit à long terme et 7,9 milliards d'USD de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et de placements à court terme dans des titres d'emprunt, moins les découverts bancaires. Bien que nous puissions emprunter ces montants pour combler nos besoins en liquidité, nous comptons essentiellement sur les flux de trésorerie provenant d'activités d'exploitation pour financer nos activités permanentes.

**Tableau 15. Echéancier de remboursement des dettes au 30 juin 2018 (milliards d'USD)**



### ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

#### Dévaluation du peso argentin

En mai 2018, le peso argentin a connu une forte dévaluation. En 2017, les activités en Argentine représentaient 3,6 % de nos produits consolidés et 4,1 % de notre EBITDA normalisé consolidé. Les résultats de l'Argentine pour l'exercice 2017 et le premier semestre 2018 ont été convertis à un taux moyen de 16,580667 et 20,303664 pesos argentins par dollar américain, respectivement. Nous évaluons les critères pour appliquer la norme IAS 29 « Information financière dans les économies hyperinflationnistes » pour les périodes de reporting ultérieures.

### NOTES

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 références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières 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 et les activités abandonnées. Les éléments non-récurrents sont des produits ou charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de la société. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de la société 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. Le 30 mars 2018, la fusion 50/50 des activités d'AB InBev et d'Anadolu Efes en Russie et en Ukraine a été clôturée. Les activités combinées sont consolidées intégralement dans les comptes financiers d'Anadolu Efes. Suite à cette transaction, AB InBev a cessé de consolider ses activités en Russie et en Ukraine et consolide son investissement dans AB InBev Efes selon la méthode de la mise en équivalence, à compter de cette date. Les résultats de l'activité CEE de l'ancienne SAB sont présentés en tant que « résultat d'activités abandonnées » jusqu'à leur vente le 31 mars 2017. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Les BPA du 2T18 et du 1S18 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 975 millions d'actions, comparé à une moyenne pondérée de 1 970 millions d'actions au 2T17 et au 1S17.

#### **Mentions légales**

Le présent communiqué de presse contient des « déclarations prévisionnelles ». Ces déclarations reposent sur les attentes et points de vue actuels du management d'AB InBev quant aux événements et évolutions futurs et sont soumises à des incertitudes et des changements au gré des circonstances. Les déclarations prévisionnelles contenues dans le présent communiqué incluent, entre autres, des déclarations liées au rapprochement d'AB InBev et de SAB et d'autres déclarations qui ne sont pas des faits historiques. Les déclarations prévisionnelles sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « estimer », « probable », « prévoir » ou d'autres mots ou expressions ayant une portée similaire. Toutes les déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devriez pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prévisionnelles, qui reflètent le point de vue actuel du management d'AB InBev, sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes au sujet d'AB InBev et sont dépendantes de nombreux facteurs, qui pour certains sont en dehors du contrôle d'AB InBev. Des facteurs, risques et incertitudes importants peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats escomptés. Ceci inclut, entre autres, la capacité à réaliser des synergies à partir du rapprochement avec SAB, les risques et incertitudes relatifs à AB InBev décrits au point 3.D du rapport annuel d'AB InBev inclus dans le formulaire 20-F (« Form 20-F ») déposé auprès de la US Securities and Exchange Commission (« SEC ») le 19 mars 2018. D'autres facteurs inconnus ou imprévisibles peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats énoncés dans les déclarations prévisionnelles.

Les déclarations prévisionnelles doivent être lues conjointement avec les autres avertissements et mises en garde contenus dans d'autres documents, y compris le formulaire 20-F le plus récent d'AB InBev et d'autres rapports inclus dans le formulaire 6-K, ou tout autre document qu'AB InBev a rendu public. Toute déclaration prévisionnelle contenue dans le présent communiqué doit être lue dans son intégralité à la lumière de ces avertissements et mises en garde, et il ne peut être garanti que les résultats effectifs ou les évolutions attendues par AB InBev se réaliseront ou, dans l'hypothèse où ceux-ci se réaliseraient de manière substantielle, qu'ils auront les conséquences ou effets attendus sur AB InBev, ses affaires ou ses opérations. Sauf lorsque cela est requis par la loi, AB InBev ne s'engage pas à publier des mises à jour ou à réviser ces déclarations prévisionnelles, à la lumière de nouvelles informations, événements futurs ou autre.

### NOTES

Les données financières relatives au deuxième trimestre 2018 (2T17) et au premier semestre (1S18) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9 à 11 et 13 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 30 juin 2018, qui ont fait l'objet d'un examen par notre commissaire Deloitte Réviseurs d'Entreprises SCCRL conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (Etats-Unis). Les commissaires ont conclu que, sur la base de leur examen, aucun fait n'a été porté à leur connaissance, qui tendrait à indiquer que ces états financiers intermédiaires n'ont pas été présentés équitablement, 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 6, 8 et 12 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 30 juin 2018 et pour la période de six mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes)

### CONFERENCE TELEPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

#### **Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le mercredi 26 juillet 2018 :**

15h00 Bruxelles / 14h00 Londres / 9h00 New York

#### **Détails concernant l'inscription**

Webdiffusion (mode écoute uniquement)

<https://bit.ly/2NpRkA0>

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives)

<https://bit.ly/2uGfb9e>

### CONTACTS ANHEUSER-BUSCH INBEV

#### Médias

##### **Pablo Jimenez**

Tel: +1 212 573 9289

E-mail : [pablo.jimenez@ab-inbev.com](mailto:pablo.jimenez@ab-inbev.com)

##### **Aimee Baxter**

Tel: +1 718 650 4003

E-mail: [aimee.baxter@ab-inbev.com](mailto:aimee.baxter@ab-inbev.com)

##### **Ingvild Van Lysebetten**

Tel: +32 16 276 608

E-mail : [ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com](mailto:ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com)

#### Investisseurs

##### **Lauren Abbott**

Tel: +1 212 573 9287

E-mail : [lauren.abbott@ab-inbev.com](mailto:lauren.abbott@ab-inbev.com)

##### **Mariusz Jamka**

Tel: +32 16 276 888

E-mail : [mariusz.jamka@ab-inbev.com](mailto:mariusz.jamka@ab-inbev.com)

#### **A propos d'Anheuser-Busch InBev**

Anheuser-Busch InBev est une société cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec des cotations secondaires à la Bourse du Mexique (MEXBOL : ANB) et à la Bourse d'Afrique du Sud (JSE : ANH) et une cotation d'American Depositary Receipts à la Bourse de New York (NYSE : BUD). Notre Rêve est de rassembler les gens pour un monde meilleur. La bière, premier réseau social, rassemble les gens depuis des milliers d'années. Nous avons à cœur de développer de grandes marques qui résistent à l'épreuve du temps et de brasser les meilleures bières en utilisant les ingrédients naturels de la plus haute qualité. Notre portefeuille diversifié de plus de 500 marques de bières comprend les marques mondiales Budweiser®, Corona® et Stella Artois® ; les marques multi-pays Beck's®, Castle®, Castle Lite®, Hoegaarden® et Leffe® ; et des championnes locales telles que Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® et Skol®. Notre héritage brassicole remonte à plus de 600 ans, traversant les continents et les générations. De nos racines européennes ancrées dans la brasserie Den Hoorn à Leuven en Belgique, à l'esprit innovateur de la brasserie Anheuser & Co à St. Louis aux Etats-Unis, à la création de la brasserie Castle en Afrique du Sud lors de la ruée vers l'or à Johannesburg, ou encore à Bohemia, la première brasserie au Brésil. Géographiquement diversifiés avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, nous misons sur les forces collectives d'environ 180 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2017, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 56,4 milliards d'US dollars (hors joint-ventures et entreprises associées).

Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial	2T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	157 679	-15 187	-	1 193	143 685	0,8%
dont volumes de nos propres bières	130 483	-3 939	-	1 088	127 632	0,9%
<b>Produits</b>	<b>14 182</b>	<b>- 766</b>	<b>- 37</b>	<b>635</b>	<b>14 014</b>	<b>4,7%</b>
Coûts des ventes	-5 444	466	15	- 232	-5 196	-4,7%
<b>Marge brute</b>	<b>8 738</b>	<b>- 300</b>	<b>- 22</b>	<b>403</b>	<b>8 818</b>	<b>4,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 551	217	- 5	- 154	-4 493	-3,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	151	- 18	16	34	183	24,3%
EBIT normalisé	4 338	- 101	- 12	284	4 509	6,7%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>5 354</b>	<b>- 139</b>	<b>- 14</b>	<b>367</b>	<b>5 568</b>	<b>7,0%</b>
Marge EBITDA normalisée	37,7%				39,7%	85 bps
Amérique du Nord	2T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	31 320	28	-	-1 536	29 813	-4,9%
<b>Produits</b>	<b>4 271</b>	<b>11</b>	<b>26</b>	<b>- 127</b>	<b>4 181</b>	<b>-3,0%</b>
Coûts des ventes	-1 550	3	- 8	15	-1 540	1,0%
<b>Marge brute</b>	<b>2 722</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>- 112</b>	<b>2 642</b>	<b>-4,1%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 155	- 19	- 8	7	-1 175	0,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	5	-	-	- 4	1	-84,3%
EBIT normalisé	1 571	- 4	9	- 109	1 467	-7,0%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 778</b>	<b>- 4</b>	<b>10</b>	<b>- 124</b>	<b>1 660</b>	<b>-7,0%</b>
Marge EBITDA normalisée	41,6%				39,7%	-172 bps
Amérique latine Ouest	2T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	27 657	- 1	-	1 292	28 948	4,7%
<b>Produits</b>	<b>2 284</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>207</b>	<b>2 492</b>	<b>9,1%</b>
Coûts des ventes	- 641	- 1	2	- 62	- 702	-9,7%
<b>Marge brute</b>	<b>1 643</b>	<b>- 1</b>	<b>3</b>	<b>145</b>	<b>1 790</b>	<b>8,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 726	2	-	- 10	- 734	-1,4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	9	-	-	10	20	105,7%
EBIT normalisé	927	1	3	145	1 076	15,6%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 077</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>159</b>	<b>1 240</b>	<b>14,7%</b>
Marge EBITDA normalisée	47,2%				49,7%	245 bps
Amérique latine Nord	2T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	26 131	- 64	-	528	26 595	2,0%
<b>Produits</b>	<b>2 031</b>	<b>- 8</b>	<b>-174</b>	<b>207</b>	<b>2 056</b>	<b>10,2%</b>
Coûts des ventes	- 823	4	65	- 20	- 774	-2,5%
<b>Marge brute</b>	<b>1 207</b>	<b>- 4</b>	<b>-109</b>	<b>187</b>	<b>1 281</b>	<b>15,5%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 677	1	59	- 79	- 695	-11,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	66	-	- 7	13	72	20,4%
EBIT normalisé	596	- 3	- 57	121	658	20,5%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>798</b>	<b>- 3</b>	<b>-73</b>	<b>130</b>	<b>851</b>	<b>16,3%</b>
Marge EBITDA normalisée	39,3%				41,4%	216 bps

<b>Amérique latine Sud</b>	<b>2T17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>2T18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	6 730	4	-	318	7 052	4,8%
<b>Produits</b>	<b>650</b>	<b>1</b>	<b>- 142</b>	<b>164</b>	<b>673</b>	<b>25,5%</b>
Coûts des ventes	- 251	-5	45	- 35	- 245	-14,1%
<b>Marge brute</b>	<b>399</b>	<b>- 4</b>	<b>- 97</b>	<b>129</b>	<b>427</b>	<b>32,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 186	- 7	39	- 36	- 190	-19,8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	2	-2	-3	11	8	519,5%
EBIT normalisé	216	- 13	- 61	103	245	49,2%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>267</b>	<b>- 13</b>	<b>- 72</b>	<b>116</b>	<b>299</b>	<b>44,3%</b>
Marge EBITDA normalisée	41,1%				44,4%	612 bps

<b>EMEA</b>	<b>2T17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>2T18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	36 706	-15 053	-	- 312	21 340	-1,4%
dont volumes de nos propres bières	23 817	-3 839	-	- 231	19 747	-1,2%
<b>Produits</b>	<b>2 805</b>	<b>- 800</b>	<b>126</b>	<b>45</b>	<b>2 176</b>	<b>2,3%</b>
Coûts des ventes	-1 279	482	- 44	- 47	- 888	-6,0%
<b>Marge brute</b>	<b>1 525</b>	<b>- 318</b>	<b>82</b>	<b>- 2</b>	<b>1 288</b>	<b>-0,2%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 921	249	- 44	- 4	- 720	-0,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	15	-	2	18	35	117,6%
EBIT normalisé	619	- 68	40	12	602	2,1%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>826</b>	<b>- 106</b>	<b>49</b>	<b>34</b>	<b>802</b>	<b>4,7%</b>
Marge EBITDA normalisée	29,4%				36,9%	85 bps

<b>Asie-Pacifique</b>	<b>2T17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>2T18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	28 885	52	-	868	29 804	3,0%
<b>Produits</b>	<b>2 055</b>	<b>11</b>	<b>126</b>	<b>136</b>	<b>2 327</b>	<b>6,6%</b>
Coûts des ventes	- 823	- 5	- 53	- 77	- 958	-9,4%
<b>Marge brute</b>	<b>1 232</b>	<b>6</b>	<b>73</b>	<b>58</b>	<b>1 369</b>	<b>4,7%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 649	- 4	- 41	-48	- 742	-7,4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	39	-	3	1	43	1,9%
EBIT normalisé	622	2	35	11	669	1,8%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>758</b>	<b>2</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>857</b>	<b>6,6%</b>
Marge EBITDA normalisée	36,9%				36,8%	0 bps

<b>Exportations Globales et Sociétés Holding</b>	<b>2T17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>2T18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	250	- 153	-	35	132	35,6%
<b>Produits</b>	<b>87</b>	<b>19</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>109</b>	<b>3,8%</b>
Coûts des ventes	- 77	- 13	7	- 4	- 88	-6,3%
<b>Marge brute</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>- 1</b>	<b>22</b>	<b>-8,0%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 237	-5	- 10	16	- 236	6,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	15	- 16	21	- 15	5	-321,2%
EBIT normalisé	- 213	- 15	18	-	- 209	0,1%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>- 150</b>	<b>- 15</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>- 141</b>	<b>2,0%</b>

<b>Annexe 2</b>						
<b>AB InBev au niveau mondial</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	305 550	-27 946	-	911	278 515	0,3%
dont volumes de nos propres bières	248 212	-3 929	-	1 700	245 983	0,7%
<b>Produits</b>	<b>27 104</b>	<b>-1 421</b>	<b>193</b>	<b>1 210</b>	<b>27 087</b>	<b>4,7%</b>
Coûts des ventes	-10 674	875	-90	-295	-10 184	-3,0%
<b>Marge brute</b>	<b>16 430</b>	<b>-545</b>	<b>103</b>	<b>915</b>	<b>16 903</b>	<b>5,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-8 779	360	-113	-259	-8 791	-3,1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	408	-60	9	-25	332	-7,0%
EBIT normalisé	8 059	-246	-1	631	8 444	8,0%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>10 162</b>	<b>-306</b>	<b>26</b>	<b>675</b>	<b>10 557</b>	<b>6,8%</b>
Marge EBITDA normalisée	37,5%				39,0%	78 bps

<b>Amérique du Nord</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	57 156	61	-	-2 591	54 627	-4,5%
<b>Produits</b>	<b>7 786</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>-205</b>	<b>7 641</b>	<b>-2,6%</b>
Coûts des ventes	-2 887	12	-15	47	-2 843	1,6%
<b>Marge brute</b>	<b>4 899</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>-159</b>	<b>4 797</b>	<b>-3,2%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 174	-33	-17	4	-2 220	0,2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	20	-	-	-18	1	-92,9%
EBIT normalisé	2 744	-6	13	-173	2 578	-6,3%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>3 149</b>	<b>-5</b>	<b>15</b>	<b>-189</b>	<b>2 970</b>	<b>-6,0%</b>
Marge EBITDA normalisée	40,4%				38,9%	-140 bps

<b>Amérique latine Ouest</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	53 188	-21	-	3 443	56 609	6,5%
<b>Produits</b>	<b>4 259</b>	<b>-2</b>	<b>87</b>	<b>483</b>	<b>4 828</b>	<b>11,3%</b>
Coûts des ventes	-1 225	-5	-26	-128	-1 384	-10,4%
<b>Marge brute</b>	<b>3 034</b>	<b>-7</b>	<b>62</b>	<b>355</b>	<b>3 444</b>	<b>11,7%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 373	7	-28	-50	-1 444	-3,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	34	-	0	-9	26	-25,3%
EBIT normalisé	1 695	-	34	296	2 026	17,5%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 998</b>	<b>-</b>	<b>40</b>	<b>311</b>	<b>2 349</b>	<b>15,6%</b>
Marge EBITDA normalisée	46,9%				48,7%	178 bps

<b>Amérique latine Nord</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	56 550	-125	-	-2 279	54 146	-4,0%
<b>Produits</b>	<b>4 365</b>	<b>-16</b>	<b>-221</b>	<b>206</b>	<b>4 335</b>	<b>4,7%</b>
Coûts des ventes	-1 821	7	83	82	-1 649	4,5%
<b>Marge brute</b>	<b>2 545</b>	<b>-9</b>	<b>-138</b>	<b>288</b>	<b>2 686</b>	<b>11,3%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 410	3	74	-101	-1 434	-7,2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	157	-	-9	8	157	5,3%
EBIT normalisé	1 292	-6	-73	195	1 409	15,2%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 699</b>	<b>-6</b>	<b>-93</b>	<b>201</b>	<b>1 801</b>	<b>11,9%</b>
Marge EBITDA normalisée	38,9%				41,5%	266 bps

<b>Amérique latine Sud</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	15 819	21	-	825	16 666	5,2%
<b>Produits</b>	<b>1 523</b>	<b>3</b>	<b>- 274</b>	<b>377</b>	<b>1 629</b>	<b>24,9%</b>
Coûts des ventes	- 566	-6	86	- 96	- 582	-17,0%
<b>Marge brute</b>	<b>956</b>	<b>-2</b>	<b>- 188</b>	<b>280</b>	<b>1 046</b>	<b>29,5%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 394	-7	72	- 93	- 422	-23,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	<b>3</b>	<b>-2</b>	-2	6	4	240,4%
EBIT normalisé	565	- 12	- 118	194	629	34,5%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>666</b>	<b>- 12</b>	<b>- 136</b>	<b>216</b>	<b>735</b>	<b>32,7%</b>
Marge EBITDA normalisée	43,7%				45,1%	275 bps

<b>EMEA</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	69 625	-27 795	-	59	41 889	0,1%
dont volumes de nos propres bières	42 602	-3 835	-	32	38 799	0,1%
<b>Produits</b>	<b>5 145</b>	<b>-1 459</b>	<b>292</b>	<b>116</b>	<b>4 095</b>	<b>3,2%</b>
Coûts des ventes	-2 405	890	- 109	- 99	-1 723	-6,6%
<b>Marge brute</b>	<b>2 740</b>	<b>- 569</b>	<b>183</b>	<b>18</b>	<b>2 371</b>	<b>0,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 700	416	- 109	- 18	-1 411	-1,4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	42	- 3	3	6	47	16,1%
EBIT normalisé	1 081	- 156	77	6	1 007	0,6%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 489</b>	<b>- 219</b>	<b>103</b>	<b>39</b>	<b>1 413</b>	<b>3,1%</b>
Marge EBITDA normalisée	28,9%				34,5%	-2 bps

<b>Asie-Pacifique</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	52 568	66	-	1 467	54 101	2,8%
<b>Produits</b>	<b>3 856</b>	<b>18</b>	<b>263</b>	<b>230</b>	<b>4 367</b>	<b>6,0%</b>
Coûts des ventes	-1 630	- 9	-113	- 78	-1 829	-4,8%
<b>Marge brute</b>	<b>2 226</b>	<b>10</b>	<b>151</b>	<b>152</b>	<b>2 538</b>	<b>6,8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 249	- 9	-83	- 23	-1 364	-1,8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	81	-	6	- 4	84	-4,7%
EBIT normalisé	1 059	1	74	125	1 258	11,8%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 412</b>	<b>1</b>	<b>98</b>	<b>106</b>	<b>1 617</b>	<b>7,5%</b>
Marge EBITDA normalisée	36,6%				37,0%	54 bps

<b>Exportations Globales et Sociétés Holding</b>	<b>1S17</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1S18</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl)	644	-153	-	-14	478	-2,9%
<b>Produits</b>	<b>170</b>	<b>19</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>193</b>	<b>2,1%</b>
Coûts des ventes	- 140	- 14	4	- 22	- 173	-16,5%
<b>Marge brute</b>	<b>30</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>- 19</b>	<b>21</b>	<b>-53,2%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 479	-18	- 22	<b>22</b>	- 497	4,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	71	- 54	12	- <b>15</b>	14	-66,8%
EBIT normalisé	- 378	- 67	- 7	- 11	- 463	-2,6%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>- 250</b>	<b>- 66</b>	<b>-</b>	<b>- 11</b>	<b>- 326</b>	<b>-3,4%</b>