Bruxelles – 21 avril 2022 – 5:35pm CET

Anheuser-Busch InBev nomme Ricardo Tadeu Chief Growth Officer

La structure commerciale intégrée permet d'aligner les ventes, le marketing, le B2B et le direct-to-consumer pour accélérer la croissance.

21 avril 2022 - Anheuser-Busch InBev (Euronext : ABI) (NYSE : BUD) (MEXBOL : ANB) (JSE : ANH) (« AB InBev ») a annoncé aujourd'hui une structure de direction commerciale réalignée afin d'accélérer la prochaine phase d'innovation et de croissance. Basé à New York, **Ricardo Tadeu**, précédemment Chief B2B Officer, a été nommé au nouveau poste de **Chief Growth Officer** et fera rapport à **Michel Doukeris, Chief Executive Officer d'AB InBev**.

Cette nouvelle structure va aligner le marketing, les ventes, le B2B et le direct-to-consumer (DTC) et sera dirigée par M. Tadeu, dans son rôle de Chief Growth Officer.

« La catégorie bière est rentable et passionnante, et elle devrait continuer à enregistrer une hausse de volume et de part de consommation de boissons au cours des cinq prochaines années, » a déclaré **Doukeris**. « Cette nouvelle structure est une étape essentielle dans la mise en œuvre de notre stratégie et la transformation de nos activités. L'expertise inégalée de Ricardo en matière de transformation numérique axée sur le client et le consommateur, combinée à sa vaste expérience commerciale, nous permettra de saisir les occasions, d'accélérer la croissance de notre activité principale et de continuer à exploiter de nouvelles opportunités commerciales rentables. »

Au cours de ses 26 années d'expérience dans l'entreprise, M. Tadeu a occupé divers postes de direction, notamment ceux de Chief Sales Officer, Zone President Afrique et Mexique, et Business Unit President pour des marchés tels que le Brésil et l'Amérique latine hispanique. En tant que fer de lance de BEES, un écosystème dynamique comptant plus de 2 milliards de consommateurs et 6 millions de clients, générant plus de 10 millions de transactions hebdomadaires, M. Tadeu est un architecte clé de la transformation numérique de l'entreprise. Tadeu est diplômé de l'Universidade Cândido Mendes au Brésil et est titulaire d'un master en droit de la Harvard Law School.

« Je suis honoré et inspiré d'assumer cette nouvelle fonction », a déclaré M. Tadeu. « Avec une équipe talentueuse, des marques de bière emblématiques, une plateforme technologique puissante et des solutions centrées sur le client et le consommateur qui n'existaient même pas il y a cinq ans, nous avons une occasion remarquable de résoudre des problèmes réels et de créer une véritable plus-value pour l'entreprise. »

La mission de M. Tadeu comprend l'écosystème omnicanal direct-to-consumer, avec des plateformes de commerce en ligne à croissance rapide, telles que Zé Delivery et Beer Hawk, et plus de 12 000 commerces de détail, dont Modelorama, qui a généré près d'1.5 milliard d'USD de produits en 2021, soit une hausse de plus de 35% par rapport à l'EX20. Il dirigera également l'organisation de Sales, qui est à la pointe du secteur, et l'équipe de marketing, qui a récemment reçu le prix « Creative Marketer of the Year » aux Cannes Lions.

En tant que Chief Growth Officer, M. Tadeu aura parmi ses rapports directs :

Lucas Herscovici, anciennement Chief Sales Officer, qui continuera à faire partie de la Senior Leadership Team (SLT), désormais en tant que **Chief Direct-to-Consumer Officer.**

Nick Caton, anciennement Chief Financial Officer d'Anheuser-Busch, remplacera M. Tadeu au poste de **Chief BEES Officer** et rejoindra la SLT d'AB InBev.

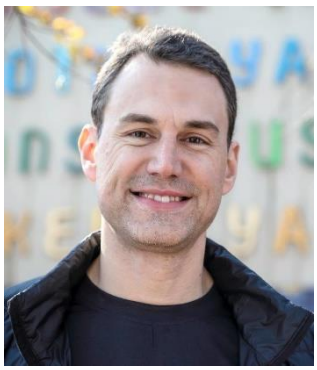
Marcel Marcondes, qui a été Chief Marketing Officer d'Anheuser-Busch et plus récemment président de Beyond Beer, a été nommé **Chief Marketing Officer d'AB InBev** et rejoindra la SLT d'AB InBev**.** M. Marcondes succèdera à M. **Pedro Earp**, qui quitte l'entreprise.

Pablo Panizza, anciennement Chief Direct to Consumer Officer**,** assumera un nouveau rôle en tant que **Global Head of Sales & Distribution.**

Bernardo Novick, **Global Head of ZX Ventures**, fera désormais rapport à M. Tadeu dans cette nouvelle structure.

« Chez AB InBev, nous redéfinissons ce qu'une entreprise brassicole peut être », a ajouté M. Doukeris. « Il s'agit d'une équipe remarquable, composée de dirigeants doués pour comprendre et satisfaire les besoins des consommateurs et des clients, utiliser la technologie et saisir de nouvelles opportunités. Grâce au leadership visionnaire de Ricardo, cette nouvelle structure commerciale alignée stratégiquement nous permettra de continuer sur notre lancée en poursuivant sans relâche notre stratégie, accélérant ainsi notre évolution du statut de leader de la catégorie à celui de leader de la croissance de la catégorie. »

Biographies des cadres



Ricardo Tadeu, Chief Growth Officer, AB InBev

Ricardo Tadeu est le Chief Growth Officer d'AB InBev. Nommé à ce poste en avril 2022, Tadeu est chargé de stimuler la croissance en alignant les fonctions commerciales clés, notamment les ventes, le marketing, le B2B, le direct to consumer et ZX ventures.

Architecte clé de la transformation numérique de l'entreprise, M. Tadeu était Chief B2B Officer avant d'occuper sa fonction actuelle et a mené la création de BEES, un écosystème dynamique comptant plus de 2 milliards de consommateurs et 6 millions de clients, générant plus de 10 millions de transactions hebdomadaires.

Né en 1976, il est brésilien et a obtenu un diplôme de droit de l'Universidade Cândido Mendes au Brésil et un master de droit de la Harvard Law School à Cambridge, dans le Massachusetts. Il a également obtenu la certification Black Belt de Six Sigma. Il a rejoint Ambev en 1995 et a occupé différents postes dans la branche commerciale. Il a été nommé Business Unit President pour les activités en Amérique latine hispanique en 2005, et a assumé la fonction de Business Unit President Brésil de 2008 à 2012. Il a été Zone President Mexique de 2013 jusqu'au rapprochement en 2016, année où il a été nommé Zone President Afrique. Il a assumé cette fonction jusqu'au 31 décembre 2018, avant d'occuper le poste de Chief Sales Officer.

Lucas Herscovici, Chef Direct-to-Consumer, AB InBev

Lucas Herscovici est Chief Direct-to-Consumer au sein d'AB InBev. Nommé en avril 2022, M. Herscovici travaille pour AB InBev depuis 2002, où il occupait dernièrement le poste de Chief Sales Officer.

Né en 1977, il est argentin et a obtenu un diplôme d'ingénieur industriel de l'Instituto Tecnológico de Buenos Aires. Lucas a rejoint le groupe en 2002 en tant que Global Management Trainee dans la zone Amérique latine Sud et a développé sa carrière dans les branches Marketing et Sales. Après avoir travaillé

en Argentine dans plusieurs fonctions commerciales, il est devenu responsable de l'innovation pour les marques mondiales, puis Global Marketing Director de Stella Artois en 2008. En 2011, il a été chargé d'ouvrir le « Beer Garage », le bureau mondial d'innovation numérique d'AB InBev, basé à Palo Alto, en Californie. En 2012, il a rejoint la zone Amérique du Nord pour devenir VP Digital Marketing et en 2014, il a été nommé VP Consumer Connections pour les États-Unis. En 2017, il a été nommé Global Marketing VP of Insights, Innovation and Consumer Connections et a occupé ce poste jusqu'au 31 décembre 2018, date à laquelle il est devenu Chief Non-Alcohol Officer jusqu'en août 2020.

Nick Caton, Chief BEES Officer, AB InBev

Nick Caton est Chief BEES Officer au sein d'AB InBev. Nommé en avril 2022, M. Caton a plus de 10 ans d'expérience au sein d'AB InBev, où il occupait dernièrement le poste de Vice President Finance & Technology pour la zone Amérique du Nord. Né en 1982, il est américain et a obtenu un diplôme de bachelier en mathématiques de la Stanford University et un diplôme de droit de la Yale Law School.

Au sein de l'entreprise, M. Caton a occupé des postes dans les branches de la finance, de la technologie et des ventes dans les zones Amérique du Nord, Asie-Pacifique, BEES et GHQ. Avant de rejoindre Anheuser-Busch, M. Caton travaillait pour McKinsey et Skadden Arps LLP.

Marcel Marcondes, Chief Marketing Officer, AB InBev

Marcel Marcondes est Chief Marketing Officer au sein d'AB InBev. Nommé en avril 2022, M. Marcondes travaille au sein de la société depuis 2005, où il occupait dernièrement le poste de Global President, Beyond Beer.

Né en 1975, il est brésilien et titulaire d'un master en administration des affaires de la Business School São Paulo. De 2017 à 2021, M. Marcondes occupait le poste de Chief Marketing Officer au sein d'Anheuser-Busch, et était chargé de la stratégie marketing d'un vaste portefeuille comprenant certaines des plus grandes marques de bière au monde. M. Marcondes siège au Board of the Association of National Advertisers (ANA) et est membre du Cannes Lions CMO Growth Council. Il siège également à l'Adweek's Diversity & Inclusion Council et gère les partenariats d'Anheuser-Busch avec #SeeHer et #SeeAll d'AIMM pour promouvoir le marketing multiculturel. Avant de rejoindre AB InBev, M. Marcondes a travaillé sept ans pour Unilever dans la gestion des marques.

Contacts Anheuser-Busch InBev

Investisseurs

Shaun Fullalove
Tél. : +1 212 573 9287
E-mail : shaun.fullalove@ab-inbev.com

Maria Glukhova
Tél. : +32 16 276 888
E-mail : maria.glukhova@ab-inbev.com

Médias

Kate Laverge
Tél. : +1 917 940 7421
E-mail : kate.laverge@ab-inbev.com

Ana Zenatti
Tél. : +1 646 249 5440
E-mail : ana.zenatti@ab-inbev.com

Cyrus Nentin
Tél. : +1 646 746 9673
E-mail : cyrus.nentin@ab-inbev.com

À propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Bush InBev est une société cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation secondaire à la Bourse du Mexique (MEXBOL : ANB) et à la Bourse d'Afrique du Sud (JSE : ANH) et une cotation d'ADR (American Depositary Receipts) à la Bourse de New York (NYSE : BUD). En tant qu'entreprise, nous avons des rêves ambitieux et voulons lever le verre sur l'avenir. Nous cherchons toujours à concevoir de nouvelles manières de profiter pleinement des moments de la vie, de faire progresser notre secteur et d'avoir un impact significatif dans le monde. 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 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®, Hoegaarden®, Leffe® et Michelob Ultra® ; et des championnes locales telles que Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Castle®, Castle Lite®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, 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 États-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 169 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2021, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 54.4 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Déclarations prévisionnelles

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 naturellement 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, y compris, mais sans y être limités, les effets de la pandémie de COVID-19 et les incertitudes quant à son impact et sa durée et les risques et incertitudes relatifs à AB InBev décrits au point 3.D de son Rapport Annuel inclus dans le Formulaire 20-F déposé auprès de la U.S. Securities and Exchange Commission ("SEC") le 19 mars 2021. Nombre de ces risques et incertitudes sont, et seront, exacerbés par la pandémie de COVID-19 et toute aggravation de l'environnement commercial et économique global en résultant. 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, les rapports inclus dans le Fomulaire 6-K, et 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 de réviser ces déclarations prévisionnelles, à la lumière de nouvelles informations, événements futurs ou autre.