

Bruxelles – 5 mai 2022 - 7:00am CET

Information réglementée et privilégiée¹

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du premier trimestre 2022

Maintien de la dynamique avec une croissance à deux chiffres des produits

« Stimulée par la mise en œuvre sans relâche de notre stratégie et l'accélération de la transformation numérique, notre dynamique s'est maintenue tout au long du premier trimestre, nous permettant de réaliser une croissance des produits de 11.1% grâce à la combinaison d'une croissance des volumes et des produits par hl. Nos équipes ont continué de saisir les occasions dans cet environnement opérationnel dynamique pour parvenir à une hausse de 7.4% de l'EBITDA. »

- Michel Doukeris, CEO

Produits totaux

+11.1%

Les produits ont augmenté de 11.1% avec une croissance des produits par hl de 7.8%.

6.0% d'augmentation pour les produits combinés de nos marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona en dehors de leurs marchés domestiques respectifs.

53% de nos produits désormais réalisés via les plateformes numériques B2B, la base d'utilisateurs actifs mensuels de BEES atteignant 2.7 millions d'utilisateurs.

Près de 300 millions d'USD de produits et plus de 17 millions de commandes via l'e-commerce générées par notre écosystème direct-to-consumer.

Volumes totaux

+2.8%

Les volumes totaux ont augmenté de 2.8%, les volumes de nos propres bières enregistrant une hausse de 2.2% et les volumes des non-bières enregistrant une hausse de 6.0%.

EBITDA normalisé

+7.4%

L'EBITDA normalisé de 4 486 millions d'USD représente une hausse de 7.4% avec une réduction de la marge EBITDA de 115 points de base à 33.9%.

Bénéfice sous-jacent

1 204 millions d'USD

Le bénéfice sous-jacent (bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et hors impact de l'hyperinflation) était de 1 204 millions d'USD au 1T22 par rapport à 1 099 millions d'USD au 1T21.

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev était de 1 341 millions d'USD au 1T22 alors qu'il s'élevait à 1 013 millions d'USD au 1T21.

BPA sous-jacent

0.60 USD

Le BPA sous-jacent était de 0.60 USD au 1T22, en hausse par rapport à 0.55 USD au 1T21. Le BPA normalisé au 1T22 était de 0.67 USD, en hausse par rapport à 0.51 USD au 1T21.

¹L'information ci-jointe constitue une information privilégiée au sens du Règlement (UE) N° 596/2014 du Parlement européen et du Conseil du 16 avril 2014 sur les abus de marché, et 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.

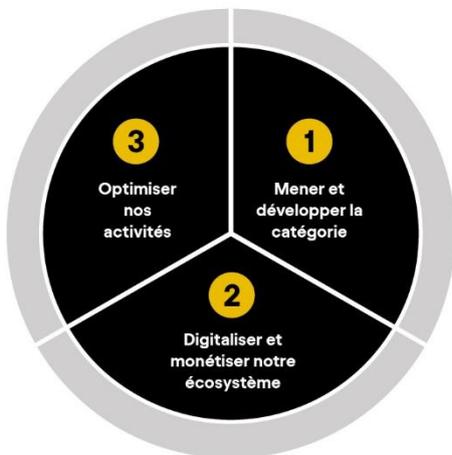
Commentaires de la direction

Maintien de la dynamique avec une croissance à deux chiffres des produits

Nous avons réalisé une croissance des produits de 11.1%, en alliant une croissance des volumes de 2.8% et une croissance des produits par hl de 7.8%, grâce à des initiatives de gestion des produits et à la premiumisation constante. L'EBITDA a progressé de 7.4% puisque la croissance des produits a été partiellement atténuée par l'impact négatif prévu des produits de base, ainsi que par l'augmentation des frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux, principalement due à des coûts plus élevés de la chaîne d'approvisionnement.

Exécution cohérente de notre stratégie

Nous continuons à mettre en œuvre et à investir dans les trois piliers clés de notre stratégie afin de réaliser une croissance constante et d'assurer une création de valeur à long terme.



- 1 Mener et développer la catégorie :**
 Durant ce trimestre, nous avons enregistré une croissance des volumes sur plus de deux tiers de nos marchés clés, malgré le contexte actuel d'environnement opérationnel dynamique.
- 2 Digitaliser et monétiser notre écosystème :**
 BEES est désormais opérationnel sur 17 marchés et a atteint 2.7 millions d'utilisateurs actifs mensuels.
- 3 Optimiser nos activités :**
 Au 1T22, nous avons achevé le remboursement de 3.1 milliards d'USD d'obligations supplémentaires.

1 Mener et développer la catégorie

Nous utilisons cinq leviers éprouvés et évolutifs pour favoriser l'expansion de catégorie :

- Catégorie inclusive :** Suite à l'expansion réussie de Coronita, notre offre de bouteilles plus petites pour Corona, nous avons développé d'autres formats de petits emballages sur plusieurs marchés clés en Amérique latine afin de fournir aux consommateurs des prix et choix pour divers besoins de consommation. De plus, nous avons étendu notre portefeuille de marques inclusives en renforçant le lancement de Nativa, notre marque de culture locale en Colombie.
- Supériorité core :** Notre portefeuille traditionnel a enregistré une croissance des produits d'un chiffre dans le haut de la fourchette et nous avons une nouvelle fois dépassé la performance du secteur sur la plupart de nos principaux marchés selon nos estimations.
- Développement des occasions :** Notre portefeuille de bières sans alcool a enregistré une croissance continue des produits, menée par les innovations de liquides et d'emballages, telles que Corona Sunbrew au Canada, et par la croissance des extensions de marques locales telles que Budweiser Zero aux États-Unis et Brahma 0.0 au Brésil. Pour développer davantage la participation de la bière aux repas, nous renforçons notre campagne à 360 degrés « Sign Off, Dine, Bon Appétit » pour Stella Artois sur 7 marchés afin d'améliorer la pertinence et la fréquence.

- **Premiumisation** : Notre portefeuille above core a enregistré une croissance des produits d'environ 15% au cours de ce trimestre, menée par une performance particulièrement solide de Michelob ULTRA aux États-Unis qui affiche une croissance à deux chiffres. Nos marques mondiales ont augmenté leurs produits de 6.0% en dehors de leurs marchés domestiques, menées par Corona avec 14.1% et Stella Artois avec 11.5%. Budweiser a enregistré une croissance de 0.3%, impactée par la prolongation des mesures de restriction liées au COVID-19 en Chine.
- **Beyond Beer** : Notre activité mondiale Beyond Beer a généré plus de 350 millions d'USD de produits durant ce trimestre. Aux États-Unis, Cutwater affiche une solide croissance à deux chiffres, soit près de 1.3 fois la croissance de l'ensemble de la catégorie spiritueux prêts-à-boire, et en Afrique du Sud, Brutal Fruit et Flying Fish ont enregistré une croissance continue à deux chiffres. Nous avons poursuivi le déploiement du portefeuille de marques Mike's Hard, qui a maintenant été lancé sur plus de 10 marchés dans le monde.

Suite à notre précédente reconnaissance en tant que « Creative Marketer of the Year » aux Cannes Lions 2022, nous sommes fiers d'avoir été reconnus par Fast Company comme l'une des entreprises les plus innovantes au monde en 2022, classée 12ème au niveau mondial et première dans la catégorie Amérique du Nord.

2 Digitaliser et monétiser notre écosystème

- **Digitaliser nos relations avec nos plus de 6 millions de clients dans le monde** : La plateforme BEES a généré près de 6.5 milliards d'USD de valeur brute des marchandises avec plus de 23 millions de commandes passées, ces deux chiffres affichant une progression de plus de 50% par rapport au 1T21.
- **Se placer en tête des solutions DTC** : Notre écosystème omnicanal direct-to-consumer (DTC), comprenant des plateformes de commerce en ligne à croissance rapide et près de 13 000 commerces de détail physiques, a généré près de 300 millions d'USD de produits. Nos plateformes DTC de commerce en ligne ont généré plus de 17 millions de commandes au cours de ce trimestre, menées par Zé Delivery au Brésil qui a réalisé une croissance à deux chiffres des commandes.

3 Optimiser nos activités

Notre portefeuille d'obligations maintient un taux du coupon moyen pondéré très raisonnable d'environ 4% avant impôt, avec 93% du portefeuille à taux fixe. Nos charges nettes d'intérêts ont diminué de près de 70 millions d'USD par rapport au 1T21, principalement grâce à nos efforts de réduction de la dette brute.

Avancement de nos priorités ESG

Nous continuons à accélérer nos objectifs ESG ambitieux afin de favoriser notre vision commerciale, de créer une prospérité partagée à travers notre chaîne de valeur et de réaliser notre objectif entrepreneurial. En reconnaissance de nos efforts, nous avons reçu la « Gold Medal for International Corporate Achievement in Sustainable Development » du World Environment Center.

Créer un avenir avec plus de célébrations

Le maintien de notre dynamique renforce notre confiance dans le fait que notre portefeuille de marques de premier plan, notre transformation numérique accélérée et notre écosystème unique nous placent en bonne position pour générer une croissance rentable cohérente, une création de valeur à long terme et un avenir avec plus de célébrations.

Perspectives 2022

- (i) **Performance générale** : Nous prévoyons une hausse de notre EBITDA conforme à nos perspectives à moyen terme, c'est-à-dire entre 4% et 8%, et une croissance de nos produits supérieure à celle de l'EBITDA grâce à une combinaison saine des volumes et des prix. Les perspectives pour l'EX22 reflètent notre estimation actuelle de la gravité et de l'ampleur de la pandémie de COVID-19, laquelle est susceptible d'évoluer pendant que nous continuons à surveiller les développements en cours.
- (ii) **Coûts financiers nets** : Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation devraient se situer entre 170 et 200 millions d'USD par trimestre, en fonction de la fluctuation des devises et des taux d'intérêt. Pour l'EX22, le coupon moyen de la dette brute devrait se situer autour de 4.0%. Les coûts financiers nets continueront de subir l'impact de gains et pertes éventuels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (iii) **Taux d'imposition effectif (TIE)** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX22 se situera entre 28% et 30%, en excluant les gains ou pertes éventuels relatifs à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Les perspectives relatives au TIE ne tiennent pas compte de l'impact d'éventuelles modifications futures de la législation.
- (iv) **Dépenses nettes d'investissement** : Les dépenses nettes d'investissement devraient se situer entre 4.5 et 5.0 milliards d'USD au cours de l'EX22.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	1T21	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	135 553	139 344	2.8%
Nos propres bières	119 010	120 585	2.2%
Volumes des non-bières	15 944	17 945	6.0%
Produits de tiers	598	815	36.2%
Produits	12 293	13 235	11.1%
Marge brute	7 050	7 246	6.7%
Marge brute en %	57.3%	54.8%	-222 bps
EBITDA normalisé	4 267	4 486	7.4%
Marge EBITDA normalisé	34.7%	33.9%	-115 bps
EBIT normalisé	3 113	3 294	7.8%
Marge EBIT normalisé	25.3%	24.9%	-76 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	595	95	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 013	1 341	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 099	1 204	
Bénéfice par action (USD)	0.30	0.05	
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.51	0.67	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	0.55	0.60	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	1T21	Scope	Croissance interne	1T22	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	25 137	-	-1 050	24 087	-4.2%	-3.2%
Amériques du Centre	33 064	9	1 175	34 249	3.6%	4.3%
Amérique du Sud	38 463	71	1 860	40 394	4.8%	1.5%
EMEA	17 665	8	2 452	20 124	13.9%	14.0%
Asie-Pacifique	20 876	-	-588	20 288	-2.8%	-2.9%
Exportations Globales et Sociétés Holding	347	-88	-57	202	-21.9%	-22.5%
AB InBev au niveau mondial	135 553	-	3 792	139 344	2.8%	2.2%

Performance des marchés clés

États-Unis : Croissance continue des produits malgré un secteur faible

- **Performance opérationnelle** : Les produits en augmenté de 2.1%, les produits par hl affichant une progression de 6.2% menée par des initiatives de gestion des produits et une premiumisation continue. Les ventes aux grossistes (VAG) ont reculé de 3.8%. Les ventes aux détaillants (VAD) ont reculé de 5.0%, faisant moins bien que le secteur, qui a été impacté par la résurgence du COVID-19 en janvier. L'EBITDA est resté stable.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous restons concentrés sur l'exécution de notre stratégie commerciale et le rééquilibrage de notre portefeuille en faveur des produits adjacents et des segments above core qui connaissent une croissance plus rapide. Notre portefeuille above core continue de se surpasser, mené par la croissance à deux chiffres de Michelob ULTRA. Nos marques premium et super premium ont enregistré une croissance d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. Dans le segment des boissons spiritueuses prêtes-à-boire, notre portefeuille conserve son avance sur le secteur, menée par Cutwater et le déploiement fructueux de NÜTRL vodka seltzer.

Mexique : Croissance à deux chiffres des produits et bénéfiques

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté d'un peu plus de 10% avec une croissance des produits par hl d'un chiffre dans le haut de la fourchette menée principalement par la poursuite des initiatives de gestion des produits. Nos volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, faisant mieux que le secteur, malgré l'impact de la date tardive de Pâques. L'EBITDA a progressé de plus de 10%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous avons enregistré une croissance dans tous les segments de notre portefeuille, stimulée par le développement continu du portefeuille, la transformation digitale et l'expansion des canaux. Notre portefeuille above core a de nouveau enregistré une croissance à deux chiffres, menée par la famille Modelo et Michelob ULTRA. Nous continuons à étendre notre empreinte de distribution, avec l'ouverture de 200 nouveaux magasins Modelorama et l'achèvement fructueux de la septième phase du déploiement d'OXXO, s'étendant à près de 3 600 magasins supplémentaires. BEES poursuit son développement avec près de 75% de nos produits désormais numériques.

Colombie : Croissance à deux chiffres des produits et bénéfiques

- **Performance opérationnelle** : Nous affichons une croissance des produits de près de 20%, avec une hausse des produits par hl d'un peu plus de 10%, grâce à des initiatives de gestion des produits et la premiumisation. Nos volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, soutenus par le retour d'occasions de consommation clés et par nos investissements dans l'augmentation de capacité. L'EBITDA a progressé de près de 20%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous poursuivons la croissance de la catégorie bière par la mise en place de nos leviers d'expansion de catégories, atteignant un nouveau record de consommation par habitant ce trimestre. Notre portefeuille premium et super premium a pris la tête avec une croissance des volumes de plus de 30%. Le déploiement et l'adoption de la plateforme BEES se sont poursuivis, plus de 89% de nos produits ayant été réalisés via des canaux numériques et plus de 30% de nos clients BEES étant également des utilisateurs BEES Marketplace.

Bésil : Croissance à deux chiffres des produits

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté de 16.9%, avec une croissance des produits par hl de 10.8%. Nos volumes de bière ont augmenté de 2.1%, dépassant à nouveau la performance du secteur, d'après nos estimations, malgré un contexte de comparaison difficile. Les volumes des non-bières ont augmenté de 16.9% grâce à la reprise continue des occasions de consommation hors domicile et à l'expansion de la disponibilité du portefeuille sur la plateforme BEES. L'EBITDA a progressé de 3.4%.

- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques premium et super premium, stimulées par la reprise continue du canal de la consommation hors domicile, ont réalisé une croissance des volumes se rapprochant des 20%. Au sein du segment core, notre portefeuille a réalisé une croissance des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. BEES couvre aujourd'hui 92% de nos clients actifs avec 87% de nos produits désormais réalisés via des canaux numériques. Notre plateforme DTC, Zé Delivery, a rempli plus de 16 millions de commandes au 1T22, soit une augmentation de 15% par rapport au 1T21.

Europe : Croissance à deux chiffres des produits et bénéfices

- **Performance opérationnelle** : Nos produits ont réalisé une croissance se rapprochant des 20%, avec une croissance des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une hausse des produits par hl d'un peu plus de 10%, soutenues par des initiatives de gestion des produits, une premiumisation continue et la reprise dans le canal de la consommation hors domicile. L'EBITDA a progressé de plus de 30%. Par rapport au 1T19, nos produits ont progressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette malgré que les volumes du canal de l'on-trade enregistrent une croissance inférieure aux niveaux antérieurs à la pandémie.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous continuons à stimuler la premiumisation dans toute l'Europe, nos marques premium et super premium représentant plus de 50% de nos produits et enregistrant une croissance des produits d'environ 15%. Notre produit DTC, PerfectDraft, a augmenté la base d'acheteurs actifs de plus de 40% par rapport au 1T21.

Afrique du Sud : Croissance à deux chiffres des produits et bénéfices

- **Performance opérationnelle** : Nos produits ont augmenté de 30.7% avec une croissance des produits par hl d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une croissance des volumes d'environ 25%, surpassant le secteur selon nos estimations et soutenus par une comparaison favorable face à l'interdiction de la vente d'alcool pendant un mois au 1T21. L'EBITDA a progressé de plus de 40%. Par rapport au 1T19, les produits ont augmenté de plus de 30% et les volumes ont enregistré une croissance d'un peu moins de 30%.
- **Faits commerciaux marquants** : Notre dynamique s'est poursuivie avec une croissance constante à travers l'ensemble des segments de notre portefeuille, menée par une croissance de plus de 40% de notre marque core leader, Carling Black Label. Nos marques mondiales et notre portefeuille beyond beer ont enregistré une croissance de plus de 30%. Menés par BEES, 89% de nos produits sont désormais réalisés via des canaux numériques.

Chine : Maintien de la dynamique malgré l'impact des restrictions liées au COVID-19 sur la performance

- **Performance opérationnelle** : La dynamique a été maintenue en début d'année, mais la mise en œuvre des restrictions liées au COVID-19 en mars a entraîné un déclin complet du secteur d'un chiffre dans le bas de la fourchette au cours du trimestre, selon nos estimations. Ces restrictions ont impacté nos régions et canaux clés de manière disproportionnée, entraînant une baisse des volumes de 4.3%. Les produits par hl ont augmenté de 3.3%, menés par la premiumisation et les initiatives de gestion des produits, entraînant une baisse de 1.2% des produits totaux. L'EBITDA est resté stable.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous continuons d'investir dans notre stratégie commerciale axée sur la premiumisation, l'expansion géographique et des canaux et la transformation numérique. La part de nos volumes totaux générée par notre portefeuille premium et super premium a augmenté au cours du trimestre. Par rapport au 1T19, Budweiser a enregistré une croissance des produits d'un chiffre dans le haut de la fourchette et notre portefeuille super premium affiche une forte croissance de plus de 20%. Le déploiement et l'adoption de BEES se sont poursuivis avec une expansion dans 28 villes et plus de 20 000 clients.

Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada** : Notre volume de bière a dépassé la performance du secteur, mené par notre portefeuille above core qui a enregistré une croissance d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. Les volumes totaux ont baissé sous l'effet d'une comparaison difficile et d'un secteur faible, qui a continué d'être affecté par les restrictions liées au COVID-19. Les produits ont baissé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.
- **Pérou** : Nous avons enregistré une croissance à deux chiffres des produits avec un équilibre sain grâce à une croissance des volumes et des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette, menée par la transformation actuelle du portefeuille et soutenue par la poursuite de la reprise post COVID-19. Nos marques premium ont à nouveau enregistré des performances particulièrement fortes, avec une progression d'un peu plus de 10% par rapport à l'année précédente. Nous poursuivons la progression de notre transformation numérique, 86% de nos produits étant désormais réalisés par nos canaux numériques.
- **Équateur** : Nous affichons une croissance des produits d'environ 15% avec une croissance des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette, malgré la remise en place des restrictions liées au COVID-19 durant le mois de janvier. Nous continuons à mettre l'accent sur l'expansion de la catégorie bière et la stimulation de la premiumisation de nos marques premium, qui enregistrent une croissance à deux chiffres. 98% de nos produits en Équateur sont désormais d'origine numérique avec plus de 30% de nos clients BEES étant également des utilisateurs BEES Marketplace.
- **Argentine** : Nos produits ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenus principalement par les initiatives de gestion des produits dans un environnement hautement inflationniste, les volumes enregistrant une croissance à un chiffre dans le bas de la fourchette.
- **Afrique hors Afrique du Sud** : Au Nigeria, nos produits ont augmenté de près de 50%, malgré la prolongation des contraintes liées à la chaîne d'approvisionnement, menés par la croissance des volumes et des initiatives de gestion des produits. Sur nos autres marchés clés, nous continuons de constater une forte demande de la part des consommateurs pour nos marques, ce qui a conduit à une croissance à deux chiffres des volumes et des produits, sous l'impulsion du Botswana, de la Tanzanie, du Mozambique et de la Zambie.
- **Corée du Sud** : Les volumes affichent une croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette, soutenue par la poursuite des gains de part de marché sur les canaux de la consommation hors domicile et de la consommation à domicile et par l'assouplissement progressif des restrictions liées au COVID-19. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, entraînant une croissance à deux chiffres des produits.

Compte de résultats consolidé

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

	1T21	1T22	Croissance interne
Produits	12 293	13 235	11.1%
Coûts des ventes	-5 243	-5 989	-16.8%
Marge brute	7 050	7 246	6.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 060	-4 116	-6.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	123	164	19.0%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	3 113	3 294	7.8%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	-68	-96	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 292	-1 065	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-363	-23	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	31	55	
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-1 143	
Impôts sur le résultat	-529	-524	
Bénéfice	892	499	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	297	404	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	595	95	
EBITDA normalisé	4 267	4 486	7.4%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 013	1 341	

Les autres produits/(charges) d'exploitation consolidés au 1T22 ont augmenté de 19% principalement sous l'effet de la hausse des subventions gouvernementales et de la vente d'actifs non stratégiques. Au 1T22, Ambev a reconnu des produits de 17 millions d'USD dans les autres produits d'exploitation liés aux crédits d'impôts (1T21: néant). Cet impact est présenté comme un changement dans le périmètre et n'affecte pas les taux de croissance interne présentés.

Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT & Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées (millions d'USD)

	1T21	1T22
Coûts liés au COVID-19	-23	-9
Restructuration	-34	-37
Cession d'activités et vente d'actifs	-10	-4
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	-1	-
Coûts liés à AB InBev Efes	-	-46
Éléments non sous-jacents dans l'EBIT	-68	-96
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-1 143

L'EBIT ne comprend pas les éléments négatifs non sous-jacents de 96 millions d'USD au 1T22. Cela comprend 46 millions d'USD liés à AB InBev Efes comprenant principalement la dépréciation des créances et des stocks suite à l'arrêt des exportations vers la région et la renonciation à tout avantage financier résultant des opérations de l'entreprise associée.

Les éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées comprennent une charge de dépréciation non-cash de 1 143 millions d'USD que l'entreprise a enregistré sur son investissement dans AB InBev Efes.

Produits/(coûts) financiers nets

	1T21	1T22
Charges nettes d'intérêts	-914	-846
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-18	-18
Charges de désactualisation	-123	-150
Ajustements à la valeur de marché	-92	127
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	5	48
Autres résultats financiers	-149	-225
Produits/(coûts) financiers nets	-1 292	-1 065

Les coûts financiers nets au 1T22 ont été impactés positivement par les gains évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. 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 dans le tableau 6 ci-dessous.

	1T21	1T22
Prix de l'action au début de la période (Euro)	57.01	53.17
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	53.75	54.26
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	55.0	55.0

Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

	1T21	1T22
Ajustements à la valeur de marché	-77	104
Remboursement anticipé d'obligations et autres	-287	-127
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-363	-23

Les coûts financiers nets non sous-jacents du 1T22 comprennent des gains évalués à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir les actions émises dans le cadre des regroupements avec Grupo Modelo et SAB.

Le nombre d'actions incluses dans la couverture de l'instrument d'actions différées et les actions restreintes ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont présentés dans le tableau 8.

Tableau 8. Instruments non sous-jacents dérivés sur fonds propres

	1T21	1T22
Prix de l'action au début de la période (Euro)	57.01	53.17
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	53.75	54.26
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	45.5	45.5

Impôts sur le résultat

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

	1T21	1T22
Impôts sur le résultat	529	524
Taux d'impôts effectif	38.1%	24.8%
Taux d'impôts effectif normalisé	30.0%	24.1%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	28.6%	25.6%

La baisse du TIE normalisé du 1T22, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, s'explique essentiellement par le mix pays et un ajustement positif des impôts différés résultant de la réévaluation des devises étrangères.

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

	1T21	1T22
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	595	95
Eléments non sous-jacents, avant impôts	68	96
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents, avant impôts	363	23
Eléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	1 143
Impôts non sous-jacents	-10	-14
Eléments non sous-jacents attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	-3	-2
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 013	1 341
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 099	1 204

BPA de base, normalisé et sous-jacent

Tableau 11. Bénéfice par action (USD)

	1T21	1T22
Bénéfice de base par action	0.30	0.05
Eléments non sous-jacents, avant impôts	0.03	0.05
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents, avant impôts	0.18	0.01
Eléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	0.57
Impôts non sous-jacents	-0.01	-0.01
Bénéfice normalisé par action	0.51	0.67
Bénéfice sous-jacent par action	0.55	0.60
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 003	2 012

Tableau 12. Composantes clés du Bénéfice normalisé et BPA sous-jacent par action (USD)

	1T21	1T22
EBIT normalisé hors hyperinflation	1.57	1.65
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-0.01	-0.01
EBIT normalisé	1.55	1.65
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	-0.05	0.06
Coûts financiers nets	-0.60	-0.59
Impôts sur le résultat	-0.27	-0.27
Associés et participations ne donnant pas le contrôle	-0.13	-0.17
Bénéfice normalisé par action	0.51	0.67
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0.05	-0.06
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	-	-0.01
BPA sous-jacent	0.55	0.60
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 003	2 012

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

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

	1T21	1T22
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	595	95
Participations ne donnant pas le contrôle	297	404
Bénéfice	892	499
Impôts sur le résultat	529	524
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-31	-55
Eléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées (Produits)/coûts financiers nets	1 292	1 065
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	363	23
Eléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	68	96
EBIT normalisé	3 113	3 294
Amortissements et dépréciations	1 154	1 192
EBITDA normalisé	4 267	4 486

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) participations ne donnant pas le contrôle, (ii) impôt sur le résultat, (iii) quote-part dans le résultat des entreprises associées, (iv) éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées, (v) coûts financiers nets, (vi) coûts financiers nets non sous-jacents, (vii) éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT 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 peut ne pas être comparable à celle d'autres sociétés.

Événements récents

Annonce de la nouvelle structure commerciale intégrée

Le 21 avril 2022, la société a annoncé la mise en place d'une nouvelle 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, sous la supervision du CEO d'AB InBev, Michel Doukeris.

Annonce de la décision de vendre la participation dans la JV russe

Le 22 avril 2022, la société a annoncé sa décision de vendre sa participation ne donnant pas le contrôle dans la joint-venture AB InBev Efes et qu'elle mène actuellement des discussions actives avec son partenaire, l'entreprise brassicole turque Anadolu Efes, en vue de l'acquisition de cette participation. La demande d'AB InBev concernant la suspension de la licence de production et de vente de Bud en Russie fera également partie d'une transaction potentielle. AB InBev a annoncé précédemment qu'en tant que partenaire non contrôlant, elle renonçait à tout avantage financier résultant des opérations de la joint-venture. En conséquence, AB InBev ne reprend plus l'investissement dans AB InBev Efes au bilan et rapporte une charge de dépréciation non-cash de 1.1 milliard d'USD dans les éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées dans la publication de ses résultats du premier trimestre.

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 la société. Toutes les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières aux États-Unis. Les références à la High End Company renvoient à une business unit constituée d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales vendues dans plus de 30 pays. 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 sous-jacents. Les éléments non sous-jacents 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 indicateur de la performance de la société. Nous rapportons les résultats de l'Argentine en appliquant le traitement comptable de l'hyperinflation, à compter de la publication des résultats du 3T18 pour lesquels nous avons pris en compte l'impact de l'hyperinflation pour les neuf premiers mois de 2018. Les normes IFRS (IAS 29) impliquent de retraiter les résultats à ce jour pour refléter l'évolution du pouvoir d'achat général de la devise locale, en utilisant des indices officiels avant de convertir les montants locaux au taux de change à la clôture de la période. Ces impacts n'ont pas été pris en compte dans le calcul interne. Au 1T22, nous avons rapporté un impact positif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 11 millions d'USD. L'impact sur le BPA normalisé était de 0.01 USD au cours du 1T22. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Le BPA du 1T22 est basé sur la moyenne pondérée de 2 012 millions d'actions, comparée à une moyenne pondérée de 2 003 millions d'actions pour le 1T21.

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 naturellement soumises à des incertitudes et des changements au gré des circonstances. Les déclarations prévisionnelles contenues dans le présent communiqué comprennent des déclarations qui ne sont pas des faits historiques, et sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « poursuivre », « 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 soumises à de nombreux risques et incertitudes concernant AB InBev et dépendent de nombreux facteurs, qui pour certains échappent au 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, les effets de la pandémie de COVID-19 et les incertitudes concernant son impact et sa durée, ainsi que 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 déposé auprès de la SEC le 18 mars 2022. Un grand nombre de ces risques et incertitudes sont, et seront, exacerbés par la pandémie de COVID-19 et le conflit actuel entre la Russie et l'Ukraine et par toute dégradation de l'environnement commercial et économique mondial qui en découle. 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 formulaire 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. AB InBev ne s'engage pas à mettre à jour ou à réviser publiquement ces déclarations prévisionnelles, à la lumière de nouvelles informations, événements futurs ou autre, sauf si la loi l'exige. Les données financières relatives au premier trimestre 2022 (1T22) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9 et 10 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 31 mars 2022 et pour la période de trois mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un examen par notre commissaire PwC Réviseurs d'Entreprises SRL / PwC Bedrijfsrevisoren BV conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (États-Unis). Les données financières présentées aux tableaux 6, 8, 11 à 13 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 31 mars 2022 et pour la période de trois mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes). Les références aux contenus de nos sites web, tels que www.bees.com, mentionnées dans le présent communiqué, sont fournies à titre informatif et ne sont pas intégrées par renvoi dans le présent document.

Conférence téléphonique et webdiffusion

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le jeudi 5 mai 2022 :

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

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 1Q22 Results Webcast](#)

Pour y assister par téléphone, veuillez utiliser l'un des deux numéros suivants :

Gratuit : 877-407-8029

Payant : 201-689-8029

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

Cyrus Nentin

Tél. : +1 646 746 9673

E-mail : cyrus.nentin@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

A propos de Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch 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 rêvons en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations. 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 54.3 milliards d'USD (hors joint-ventures et entreprises associées).

Annexe 1

AB InBev au niveau mondial	1T21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	135 553	-	-	3 792	139 344	2.8%
dont volumes de nos propres bières	119 010	-979	-	2 553	120 585	2.2%
Produits	12 293	-103	-304	1 348	13 235	11.1%
Coûts des ventes	-5 243	2	132	-880	-5 989	-16.8%
Marge brute	7 050	-101	-172	468	7 246	6.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 060	96	100	-251	-4 116	-6.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	123	20	-4	24	164	19.0%
EBIT normalisé	3 113	15	-76	241	3 294	7.8%
EBITDA normalisé	4 267	8	-105	316	4 486	7.4%
Marge EBITDA normalisé	34.7%				33.9%	-115 bps

Amérique du Nord	1T21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	25 137	-	-	-1 050	24 087	-4.2%
Produits	3 751	-	-1	53	3 803	1.4%
Coûts des ventes	-1 452	-3	-	-109	-1 563	-7.5%
Marge brute	2 299	-3	-	-56	2 239	-2.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 093	-1	-	23	-1 070	2.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	6	3	-	12	21	-
EBIT normalisé	1 212	-1	-	-22	1 190	-1.8%
EBITDA normalisé	1 402	-	-	-24	1 378	-1.7%
Marge EBITDA normalisé	37.4%				36.2%	-115 bps

Amériques du Centre	1T21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	33 064	9	-	1 175	34 249	3.6%
Produits	2 840	-14	-103	376	3 098	13.3%
Coûts des ventes	-981	5	37	-251	-1 190	-25.7%
Marge brute	1 859	-9	-66	125	1 908	6.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-768	9	23	-21	-757	-2.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	4	-	-	-1	2	-29.9%
EBIT normalisé	1 095	-1	-43	102	1 154	9.3%
EBITDA normalisé	1 370	-1	-51	132	1 450	9.6%
Marge EBITDA normalisé	48.2%				46.8%	-157 bps

Amérique du Sud	1T21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	38 463	71	-	1 860	40 394	4.8%
Produits	2 248	26	-124	558	2 707	24.5%
Coûts des ventes	-1 078	-6	59	-349	-1 374	-32.2%
Marge brute	1 170	20	-65	209	1 334	17.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-616	-27	28	-140	-754	-21.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	33	17	-1	20	69	59.7%
EBIT normalisé	587	10	-37	88	649	15.3%
EBITDA normalisé	763	10	-43	116	846	15.4%
Marge EBITDA normalisé	34.0%				31.2%	-245 bps

EMEA	1T21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	17 665	8	-	2 452	20 124	13.9%
Produits	1 567	-54	-79	365	1 799	24.1%
Coûts des ventes	-789	-2	39	-161	-914	-20.4%
Marge brute	778	-56	-40	203	885	28.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-658	53	34	-91	-661	-15.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	48	1	-3	-8	38	-16.3%
EBIT normalisé	168	-2	-8	104	263	62.4%
EBITDA normalisé	403	-10	-19	127	500	32.3%
Marge EBITDA normalisé	25.7%				27.8%	171 bps

Asie-Pacifique	1T21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	20 876	-	-	-588	20 288	-2.8%
Produits	1 635	-25	7	19	1 636	1.2%
Coûts des ventes	-746	-	-4	-25	-775	-3.3%
Marge brute	890	-26	3	-6	862	-0.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-534	25	-	42	-467	8.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	29	-	1	11	41	39.7%
EBIT normalisé	384	-	4	47	435	12.3%
EBITDA normalisé	570	-	6	36	611	6.3%
Marge EBITDA normalisé	34.8%				37.3%	179 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	1T21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	347	-88	-	-57	202	-21.9%
Produits	253	-35	-5	-22	191	-10.0%
Coûts des ventes	-198	8	1	16	-173	8.3%
Marge brute	55	-27	-4	-6	18	-21.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-392	37	13	-63	-406	-17.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	3	-	-1	-10	-7	-
EBIT normalisé	-334	9	8	-79	-396	-24.4%
EBITDA normalisé	-241	9	3	-71	-300	-30.8%