

Bruxelles – 27 octobre 2022 - 7:00am CET

 Information réglementée et privilégiée¹

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du troisième trimestre 2022

Meilleure performance trimestrielle de l'année en termes de volumes, stimulée par la transformation numérique accélérée et la demande continue des consommateurs pour notre portefeuille de marques

« Nous avons réalisé une croissance généralisée des volumes de 3.7% ce trimestre, entraînant une augmentation accélérée des produits de 12.1%. Nous continuons de constater une forte demande des consommateurs pour notre portefeuille et une résilience de la catégorie bière, tandis que nous évoluons dans un environnement opérationnel dynamique. Suite à notre performance et au maintien de notre dynamique, nous relevons la fourchette basse de nos perspectives d'EBITDA pour l'EX22. » – Michel Doukeris, CEO, AB InBev

Produits totaux

+12.1%

Les produits ont augmenté de 12.1% au 3T22 avec une hausse des produits par hl de 8.0%, et de 11.5% pour les 9M22, avec une hausse des produits par hl de 7.8%.

12.7% d'augmentation des produits combinés de nos marques mondiales, Budweiser, Stella Artois et Corona, en dehors de leurs marchés domestiques respectifs au 3T22, et 9.6% pour les 9M22.

Environ 57% de nos produits désormais réalisés via les plateformes numériques B2B, la base d'utilisateurs actifs mensuels de BEES atteignant 3.1 millions d'utilisateurs au 30 septembre 2022.

Plus de 385 millions d'USD de produits et environ 17 millions de commandes via l'e-commerce générés par notre écosystème direct-to-consumer au 3T22.

Volumes totaux

+3.7%

Au 3T22, les volumes totaux ont augmenté de 3.7%, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 3.4% et les volumes des non-bières, une hausse de 5.2%. Durant les 9M22, les volumes totaux ont augmenté de 3.3%, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 2.8% et les volumes des non-bières, une hausse de 6.5%.

EBITDA normalisé

+6.5%

Au 3T22, l'EBITDA normalisé de 5 313 millions d'USD représente une hausse de 6.5%, avec une réduction de la marge EBITDA de 183 points de base à 35.2%. Au cours des 9M22, l'EBITDA normalisé a augmenté de 7.0% à 14 896 millions d'USD, et la marge EBITDA normalisée a décliné de 143 points de base à 34.5%. Les chiffres de l'EBITDA normalisé des 9M22 et des 9M21 tiennent compte d'un impact de 201 millions d'USD et de 226 millions d'USD de crédits d'impôt au Brésil qui ont été comptabilisés respectivement au 2T22 et au 2T21. Pour plus de détails, veuillez vous référer à la page 12.

Bénéfice sous-jacent

1 682 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 impact de l'hyperinflation) était de 1 682 millions d'USD au 3T22 par rapport à 1 699 millions d'USD au 3T21, et de 4 354 millions d'USD pour les 9M22 par rapport à 4 290 millions d'USD pour les 9M21.

BPA sous-jacent

0.84 USD

Le BPA sous-jacent était de 0.84 USD au 3T22, en baisse par rapport à 0.85 USD au 3T21, et de 2.16 USD pour les 9M22, en hausse par rapport à 2.14 USD pour les 9M21.

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. Pour consulter les mentions légales importantes et les notes sur la base de préparation, veuillez vous référer à la page 16.

Commentaires de la direction

Meilleure performance trimestrielle de l'année en termes de volumes, stimulée par la transformation numérique accélérée et la demande continue des consommateurs pour notre portefeuille de marques

Durant ce trimestre, notre dynamique en termes de volumes s'est accélérée puisque nous avons atteint une croissance de 3.7% malgré le contexte actuel de l'environnement opérationnel dynamique. Les produits ont augmenté de 12.1%, avec une croissance des produits par hl de 8.0%, grâce à nos initiatives de gestion des produits et au maintien de la premiumisation sur la plupart de nos marchés. L'EBITDA a augmenté de 6.5%, la croissance des produits étant partiellement atténuée par l'impact défavorable anticipé des devises et du prix des produits de base, et par la hausse des investissements en ventes et marketing de nos marques.

Après la reconnaissance de nos capacités de développement de marque et de marketing créatif au Cannes Lions International Festival of Creativity, nous avons eu l'honneur d'être nommés marketeur le plus efficace au monde par l'indice d'efficacité Effie, pour la première fois dans l'histoire de notre société.

Tandis que nous poursuivons notre processus de désendettement, notre portefeuille d'obligations maintient un taux de coupon moyen pondéré très raisonnable d'environ 4% avant impôt, avec 94% du portefeuille à taux fixe. La maturité moyenne pondérée reste de plus de 16 ans, sans exigences de refinancement à court ou à moyen terme.

Exécution cohérente de notre stratégie

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



1 Mener et développer la catégorie :
Au cours de ce trimestre, nous avons réalisé une croissance généralisée des volumes totaux de 3.7%, affichant une croissance sur plus de 60% de nos marchés.

2 Digitaliser et monétiser notre écosystème :
BEES est désormais opérationnelle sur 19 marchés et a atteint 3.1 millions d'utilisateurs actifs mensuels au 30 septembre 2022, soit une hausse de 7% par rapport au 2T22. BEES Marketplace est désormais opérationnelle sur 14 marchés, et parmi les consommateurs de BEES, 44% sont également acheteurs marketplace.

3 Optimiser nos activités :
Au cours des 9M22, notre EBITDA a augmenté de 7.0%, et suite au désendettement, nos charges nettes d'intérêt ont diminué d'environ 200 millions d'USD par rapport aux 9M21.

1 Mener et développer la catégorie

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

- **Catégorie inclusive :** Au 3T22, la participation des consommateurs à notre portefeuille a augmenté sur la plupart de nos marchés clés, selon nos estimations, grâce à des innovations en matière de marques,

d'emballages et de boissons centrées sur l'élargissement de l'inclusivité et de l'accessibilité. Par exemple, au Mexique, nos initiatives concernant la taille des emballages, qu'il s'agisse de l'augmenter ou de la diminuer, ont permis de réaliser une solide croissance à deux chiffres au cours de ce trimestre, contribuant à plus d'1 million d'hl en termes de volumes et améliorant la rentabilité dans les segments core et above core de notre portefeuille.

- **Supériorité core** : Au 3T22, notre portefeuille mainstream a continué de surpasser le secteur sur la majorité de nos marchés clés selon nos estimations, et a réalisé une croissance des produits d'un peu plus de 10% grâce à des performances particulièrement solides au Mexique, au Brésil et en Afrique du Sud.
- **Développement des occasions** : Notre portefeuille global de bières sans alcool a réalisé une croissance des produits à deux chiffres au cours de ce trimestre, sous l'impulsion de Budweiser Zero et Stella Artois Liberté aux États-Unis.
- **Premiumisation** : Notre portefeuille above core a enregistré une croissance des produits d'un peu plus de 10% au cours de ce trimestre, grâce au maintien d'une croissance à deux chiffres de Michelob ULTRA aux États-Unis et au Mexique, et à la poursuite de l'expansion de Spaten au Brésil. Nos marques mondiales ont augmenté leurs produits de 12.7% en dehors de leurs marchés domestiques au cours de ce trimestre, menées par Corona avec une croissance de 23.5%. Budweiser affiche une croissance de 8.9%, malgré l'impact des restrictions liées au COVID-19 en Chine, le plus grand marché de la marque. Stella Artois a progressé de 7.0%, avec une croissance continue sur les marchés clés tels que les États-Unis et le Brésil.
- **Beyond Beer** : Notre activité mondiale Beyond Beer a augmenté ses produits de plus de 10% durant ce trimestre, contribuant à plus de 400 millions d'USD de produits. Aux États-Unis, dans le segment des boissons spiritueuses prêtes-à-boire, notre portefeuille a maintenu une solide croissance à deux chiffres, faisant mieux que le secteur, menée par Cutwater et NÜTRL vodka seltzer. En Afrique du Sud, Brutal Fruit et Flying Fish ont continué d'enregistrer une croissance des volumes à deux chiffres.

2 Digitaliser et monétiser notre écosystème

- **Digitaliser nos relations avec nos plus de 6 millions de clients dans le monde** : Au 30 septembre 2022, BEES est opérationnelle sur 19 marchés, environ 57% de nos produits étant désormais générés à travers les plateformes numériques B2B. Au 3T22, BEES a atteint 3.1 millions d'utilisateurs actifs mensuels et réalisé environ 7.7 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, soit une croissance de plus 40% par rapport au 3T21. BEES Marketplace est désormais opérationnelle sur 14 marchés et a généré des produits provenant des ventes de produits tiers d'environ 850 millions d'USD sur une base annuelle à fin septembre. En septembre 2022, 44% des clients BEES étaient aussi des acheteurs Marketplace.
- **Se placer en tête des solutions DTC** : Nos produits numériques direct-to-consumer (DTC), Ze Delivery, TaDa et PerfectDraft, sont désormais disponibles sur 17 marchés et ont généré plus de 100 millions d'USD de produits et 17 millions de commandes au cours du trimestre. Notre réseau de détaillants physiques tels que Modelorama au Mexique et Pit Stop au Brésil a continué de réaliser une croissance des produits sur l'ensemble de notre empreinte couvrant environ 13 000 magasins. Au total, notre écosystème omnicanal DTC de produits DTC numériques et physiques a généré des produits de plus d'1 milliard d'USD pour les 9M22, soit une croissance d'environ 15% par rapport aux 9M21.

3 Optimiser nos activités

Durant les 9M22, nous avons continué de nous concentrer sur l'allocation disciplinée des ressources et avons atteint une croissance de l'EBITDA de 7.0%. Notre portefeuille d'obligations maintient un taux de coupon moyen pondéré très raisonnable d'environ 4% avant impôt, avec 94% du portefeuille à taux fixe. Durant les 9M22, nos charges nettes d'intérêts ont diminué d'environ 200 millions d'USD par rapport aux 9M21, principalement grâce à nos efforts de réduction de la dette brute.

Promouvoir nos priorités ESG

Tandis que nous continuons de progresser vers la réalisation de nos objectifs de durabilité, nous sommes fiers d'avoir été récemment repris dans la liste « Change the World » de Fortune en reconnaissance de nos initiatives mondiales en matière de gestion de l'eau. Nous progressons également vers notre ambition de parvenir au « net zéro » carbone pour 2040 puisque nous avons atteint la neutralité carbone sur cinq de nos sites au Brésil et un site en Argentine au cours des 9M22.

Créer un avenir avec plus de célébrations

Grâce à la mise en œuvre de nos leviers d'expansion de catégorie, nous continuons de mener et développer la catégorie bière, ce qui a donné lieu à une croissance généralisée des volumes de 3.7% au cours de ce trimestre. Nous numérisons et monétisons notre écosystème, 57% de nos produits étant désormais générés par nos canaux numériques, et nous continuons d'optimiser nos activités grâce à une allocation efficace des ressources et à un équilibrage dynamique de nos priorités d'allocation des capitaux afin de stimuler la création de valeur à long terme. Nous restons concentrés sur la mise en œuvre cohérente de notre stratégie et de nos priorités ESG afin de générer de la valeur pour nos parties prenantes et de réaliser notre objectif consistant à créer un avenir avec plus de célébrations.

Perspectives 2022

- (i) **Performance générale** : Nous prévoyons une hausse de notre EBITDA pour l'EX22 comprise entre 6-8% et une croissance de nos produits supérieure à celle de l'EBITDA grâce à une combinaison saine des volumes et des prix. Nos perspectives à moyen terme, qui visent une croissance de l'EBITDA de 4-8%, restent inchangées.
- (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)

	3T21	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	151 629	157 284	3.7%
Nos propres bières	131 354	137 796	3.4%
Volumes des non-bières	19 308	18 332	5.2%
Produits de tiers	968	1 156	19.4%
Produits	14 274	15 091	12.1%
Marge brute	8 236	8 232	6.2%
Marge brute en %	57.7%	54.5%	-300 bps
EBITDA normalisé	5 214	5 313	6.5%
Marge EBITDA normalisé	36.5%	35.2%	-183 bps
EBIT normalisé	4 020	4 055	4.4%
Marge EBIT normalisé	28.2%	26.9%	-195 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	250	1 433	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 002	1 629	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 699	1 682	
Bénéfice par action (USD)	0.12	0.71	
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.50	0.81	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	0.85	0.84	

	9M21	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	432 027	446 358	3.3%
Nos propres bières	378 989	389 488	2.8%
Volumes des non-bières	50 551	53 820	6.5%
Produits de tiers	2 487	3 050	22.6%
Produits	40 106	43 118	11.5%
Marge brute	23 105	23 475	5.9%
Marge brute en %	57.6%	54.4%	-286 bps
EBITDA normalisé	14 327	14 896	7.0%
Marge EBITDA normalisé	35.7%	34.5%	-143 bps
EBIT normalisé	10 788	11 160	5.9%
Marge EBIT normalisé	26.9%	25.9%	-134 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 708	3 126	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 926	4 489	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 290	4 354	
Bénéfice par action (USD)	1.35	1.55	
Bénéfice normalisé par action (USD)	1.96	2.23	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	2.14	2.16	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	3T21	Scope	Croissance interne	3T22	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	28 137	1	-362	27 775	-1.3%	-1.7%
Amériques du Centre	35 591	19	1 705	37 314	4.8%	6.0%
Amérique du Sud	39 399	106	1 140	40 644	2.9%	0.4%
EMEA	22 124	24	1 576	23 724	7.1%	7.3%
Asie-Pacifique	26 020	1	1 589	27 610	6.1%	6.1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	360	-150	8	217	3.7%	-0.1%
AB InBev au niveau mondial	151 629	-	5 655	157 284	3.7%	3.4%

	9M21	Scope	Croissance interne	9M22	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	81 389	1	-2 166	79 223	-2.7%	-2.6%
Amériques du Centre	103 570	41	5 727	109 338	5.5%	6.6%
Amérique du Sud	111 327	257	5 875	117 459	5.3%	2.5%
EMEA	62 665	53	3 968	66 686	6.3%	6.3%
Asie-Pacifique	72 101	2	891	72 995	1.2%	1.3%
Exportations Globales et Sociétés Holding	975	-354	36	657	5.8%	4.2%
AB InBev au niveau mondial	432 027	-	14 331	446 358	3.3%	2.8%

Performance des marchés clés

États-Unis : Croissance continue des produits stimulée par notre portefeuille above core

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T22 :** Les produits ont progressé de 1.9%, avec une hausse des produits par hl de 3.8%. Les ventes aux grossistes ont diminué de 1.8% et les ventes aux détaillants ont diminué de 1.7%, ce qui est inférieur au secteur selon nos estimations, avec les volumes de septembre bénéficiant de l'échelonnement des livraisons avant notre hausse des prix en octobre. L'EBITDA a diminué de 2.0%.
 - **9M22 :** Les produits ont augmenté de 2.2%, avec une croissance des produits par hl de 5.1%. Nos ventes aux grossistes ont diminué de 2.7% et nos ventes aux détaillants ont diminué de 3.1%. L'EBITDA a diminué de 0.9%.
- **Faits commerciaux marquants :** Le secteur de la bière reste résilient malgré le contexte de l'environnement qui reste inflationniste. Nous continuons de progresser dans notre stratégie commerciale consistant à rééquilibrer notre portefeuille, nos marques de bières above core et nos marques « Beyond Beer » générant désormais environ 40% de nos produits. Notre portefeuille de bières above core a surpassé le secteur durant ce trimestre, principalement grâce à Michelob ULTRA qui affiche une croissance à deux chiffres, mais aussi grâce à la croissance de Stella Artois, Kona Big Wave et Estrella Jalisco. Dans le segment Beyond Beer, notre portefeuille de boissons spiritueuses prêtes-à-boire a continué de surpasser le secteur, sous l'impulsion de Cutwater, le cocktail à base de spiritueux #1 dans le pays, et de NÜTRL vodka seltzer, ces deux boissons ayant enregistré une solide croissance à deux chiffres.

Mexique : Croissance à deux chiffres des produits et du bénéfice avec un gain de part de marché accéléré

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T22 :** Les produits ont augmenté d'environ 25% avec une croissance des produits par hl d'environ 15% stimulée principalement par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation. Nos volumes ont progressé de plus de 10% tandis que nous avons continué à surpasser le secteur. L'EBITDA a progressé d'un peu plus de 20%.
 - **9M22 :** Les produits affichent une croissance d'un peu moins de 20%, avec une croissance des volumes à un chiffre dans le haut de la fourchette et une hausse des produits par hl de plus de 10%. L'EBITDA a augmenté d'environ 15%.
- **Faits commerciaux marquants :** Nous avons réalisé une croissance des volumes dans tous les segments de notre portefeuille durant ce trimestre, notre portefeuille above core atteignant une croissance d'un peu moins de 30%, grâce à Modelo, Pacifico et Michelob Ultra. Nous avons continué de développer notre empreinte de distribution en l'élargissant à plus de 800 magasins Oxxo supplémentaires au cours de ce trimestre, le déploiement étant désormais achevé à environ 80%. BEES poursuit son expansion, environ 86% de nos produits étant désormais d'origine numérique et 60% de nos clients BEES étant également des acheteurs BEES Marketplace.

Colombie : Croissance à deux chiffres des produits, avec un record de consommation par habitant

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T22** : Les produits ont augmenté de près de 20% avec une croissance des volumes à un chiffre dans le haut de la fourchette et une hausse des produits par hl d'un peu plus de 10%, principalement grâce aux initiatives de gestion des produits et la premiumisation. L'EBITDA a progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette.
 - **9M22** : Les produits ont progressé d'un peu plus de 20%, avec une croissance des volumes à un chiffre dans le haut de la fourchette et une hausse des produits par hl d'un peu plus de 10%. L'EBITDA a augmenté d'un peu plus de 10%.
- **Faits commerciaux marquants** : Stimulés par la mise en œuvre cohérente de nos leviers d'expansion de catégorie, nous avons réalisé une croissance des volumes dans tous les segments de notre portefeuille au cours de ce trimestre. Notre portefeuille premium et super premium a continué de mener la voie, réalisant une croissance des volumes de près de 20% et atteignant des records en termes de volumes et de quote-part dans nos produits totaux. Plus de 30% de nos clients BEES sont désormais aussi des acheteurs BEES Marketplace.

Brésil : Croissance à deux chiffres des produits et du bénéfice avec expansion de la marge

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T22** : Les produits ont augmenté de 20.1%, avec une hausse des volumes de 2.4% et une croissance des produits par hl de 17.3%. Nos volumes de bières sont restés stables, après une solide performance au 3T21. Les volumes des non-bières ont augmenté de 9.2%. L'EBITDA a augmenté de 23.7% avec un accroissement de la marge de 75 points de base.
 - **9M22** : Les volumes totaux ont augmenté de 5.9%, les volumes de bières enregistrant une hausse de 3.4% et les volumes des non-bières, une hausse de 13.9%. Les produits ont augmenté de 21.1%, avec une croissance des produits par hl de 14.3%. L'EBITDA a progressé de 18.1%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques premium et super premium ont continué de se surpasser au cours de ce trimestre, réalisant une croissance des volumes à un chiffre dans le haut de la fourchette. Notre portefeuille de bières core a augmenté les volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, et nous avons continué à investir dans le développement de nos marques core plus. La croissance des volumes des non-bières a été stimulée par la performance de nos marques premium et wellness. Plus de 70% de nos clients BEES sont désormais aussi des acheteurs BEES Marketplace. Notre plateforme numérique DTC, Zé Delivery, a honoré plus de 15 millions de commandes au 3T22, et a atteint 4.3 millions d'utilisateurs actifs mensuels.

Europe : Croissance à deux chiffres des produits atténuée par des pressions accrues sur les coûts

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T22** : Nos produits ont réalisé une croissance à deux chiffres, avec une hausse des volumes à un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une hausse des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulées par la demande continue pour nos marques premium, les initiatives de gestion des produits et la reprise dans le canal de la consommation hors domicile. L'EBITDA a diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, affecté par l'impact défavorable des coûts des matières premières et par la hausse des investissements en ventes et marketing pour soutenir notre stratégie premium et les activations liées à la Coupe du Monde de la FIFA™.

- **9M22** : Les produits ont progressé d'un peu plus de 10%, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette et une hausse des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette. L'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous continuons de premiumiser notre portefeuille en Europe, nos marques mondiales et super premium réalisant une croissance à deux chiffres des produits au cours de ce trimestre. Grâce à la mise en œuvre cohérente de notre stratégie, au cours des 9M22 nous avons étendu ou maintenu notre part de marché sur la majorité de nos marchés clés, selon nos estimations. Notre produit DTC, PerfectDraft, a augmenté sa base d'acheteurs de plus de 20% par rapport au 3T21.

Afrique du Sud : Croissance à deux chiffres des produits et du bénéfice et investissements supplémentaires dans la capacité afin de soutenir la croissance

- **Performance opérationnelle** :
 - **3T22** : Les produits ont augmenté d'environ 25%, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans la moyenne de la fourchette stimulée principalement par les initiatives de gestion des produits. Nos volumes ont augmenté de près de 20%, grâce à la mise en œuvre de nos leviers d'expansion des catégories et soutenus par une comparaison favorable étant donné l'interdiction de vente d'alcool pendant 25 jours au 3T21. L'EBITDA a progressé de plus de 30%. Par rapport au 3T19, les volumes ont progressé d'un peu plus de 10%, surpassant le secteur selon nos estimations.
 - **9M22** : Les produits ont augmenté de plus de 20%, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une hausse des volumes d'environ 15%. L'EBITDA a progressé de près de 30%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous avons enregistré une croissance dans tous les segments de notre portefeuille durant ce trimestre, malgré des contraintes liées à la capacité de production limitant notre aptitude à répondre pleinement à la demande des consommateurs. Nous avons investi dans de la capacité supplémentaire qui devrait être opérationnelle au cours du 4T22. Notre performance a été stimulée par une croissance des produits de plus de 30% de notre principale marque core, Carling Black Label. Nos portefeuilles premium, super premium et Beyond Beer ont tous affiché une hausse à deux chiffres des volumes. Plus de 50% des clients BEES sont désormais aussi des utilisateurs BEES marketplace.

Chine : La demande sous-jacente des consommateurs reste constante, bien que le secteur continue d'être impacté par les restrictions liées au COVID-19

- **Performance opérationnelle** :
 - **3T22** : Les restrictions liées au COVID-19 ont continué d'impacter de façon disproportionnée nos régions et canaux de ventes clés. Nos volumes ont progressé de 3.6%. Les produits par hl ont diminué de 1.9%, principalement à cause d'un mix de canaux et géographique négatifs, entraînant une croissance des produits totale de 1.7%. L'EBITDA a diminué de 2.3%.
 - **9M22** : Les volumes ont diminué de 2.2% et les produits par hl ont augmenté de 0.7%, entraînant une baisse des produits totaux de 1.6%. L'EBITDA a diminué de 5.1%.
- **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. Dans nos villes d'expansion, à l'exception de celles impactées par les restrictions, Budweiser et notre portefeuille super premium affichent une croissance à deux chiffres des volumes. Notre plateforme BEES s'est étendue à plus de 90 villes, plus de 10% de nos produits étant réalisés par des canaux numériques en septembre.

Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada** : Nos volumes totaux ont surpassé le secteur. Les produits totaux affichent une hausse à un chiffre dans le haut de la fourchette au cours de ce trimestre, avec une croissance des volumes à un chiffre dans la moyenne de la fourchette.
- **Pérou** : Stimulés par la mise en œuvre cohérente de notre stratégie commerciale et par la poursuite de la transformation de notre portefeuille, nous avons réalisé des volumes records pour le trimestre. Les produits ont progressé d'un peu plus de 10%, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette et une hausse des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette. Plus de 50% des clients BEES sont désormais aussi des acheteurs BEES Marketplace.
- **Équateur** : Nous avons réalisé une croissance des produits d'un peu plus de 20% avec une hausse des volumes d'un peu plus de 10% au cours de ce trimestre, stimulée par l'expansion continue de la catégorie bière et par une comparaison favorable suite à la reprise post-COVID-19. Plus de 60% des clients BEES sont désormais aussi des acheteurs BEES Marketplace.
- **Argentine** : Les volumes affichent une croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette durant ce trimestre, sous l'impulsion de notre portefeuille de bières core et de nos marques mondiales. Nos produits par hl ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue principalement par les initiatives de gestion des revenus dans un environnement hautement inflationniste.
- **Afrique hors Afrique du Sud** : Au Nigéria, nos produits ont progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette au cours de ce trimestre, grâce aux initiatives de gestion des produits, les volumes étant toutefois en baisse en raison d'un secteur faible et de contraintes continues au niveau de la chaîne d'approvisionnement. Sur nos autres marchés clés, nous avons réalisé une croissance à deux chiffres des produits au 3T22, sous l'impulsion de la Tanzanie, de la Zambie et du Botswana. Nous investissons dans de la capacité supplémentaire en Zambie afin de soutenir la croissance.
- **Corée du Sud** : Les volumes ont progressé d'environ 15% au cours de ce trimestre, grâce à notre principale marque core « All New Cass », aux gains continus de part de marché et à une amélioration continue de l'environnement opérationnel. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, entraînant une croissance à deux chiffres des produits.

Compte de résultats consolidé

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

	3T21	3T22	Croissance interne
Produits	14 274	15 091	12.1%
Coûts des ventes	-6 039	-6 860	-20.0%
Marge brute	8 236	8 232	6.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 379	-4 347	-8.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	163	170	8.1%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	4 020	4 055	4.4%
Eléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	-73	-165	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 900	-1 392	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-747	-65	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	73	81	
Impôts sur le résultat	-679	-688	
Bénéfice	695	1 825	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	444	392	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	250	1 433	
EBITDA normalisé	5 214	5 313	6.5%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 002	1 629	
	9M21	9M22	Croissance interne
Produits	40 106	43 118	11.5%
Coûts des ventes	-17 001	-19 644	-19.0%
Marge brute	23 105	23 475	5.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-12 950	-12 963	-6.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	633	648	9.9%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	10 788	11 160	5.9%
Eléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	-290	-270	
Produits/(coûts) financiers nets	-3 948	-3 674	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-1 046	-51	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	174	210	
Eléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-1 143	
Impôts sur le résultat	-1 910	-1 933	
Bénéfice	3 768	4 299	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	1 061	1 174	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 708	3 126	
EBITDA normalisé	14 327	14 896	7.0%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 926	4 489	

Les autres produits/(charges) d'exploitation consolidés des 9M22 ont augmenté de 9.9%, principalement sous l'effet de la hausse des subventions gouvernementales. Durant les 9M22, Ambev a reconnu des produits de 201 millions d'USD dans les autres produits d'exploitation liés aux crédits d'impôts (9M21 : 226 millions d'USD). L'impact net 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

Tableau 4. Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT et éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées (millions d'USD)

	3T21	3T22	9M21	9M22
Coûts liés au COVID-19	-30	-2	-84	-16
Restructuration	-38	-13	-135	-63
Cession d'activités et vente d'actifs (y compris les pertes de valeur)	-	-149	14	-143
Coûts liés à AB InBev Efes	-	-1	-	-48
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	-5	-	-12	-
Coûts liés à SAB Zenzele Kabili	-	-	-73	-
Éléments non sous-jacents dans l'EBIT	-73	-165	-290	-270
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-	-	-1 143

L'EBIT ne comprend pas les éléments négatifs non sous-jacents de 165 millions d'USD du 3T22 et de 270 millions d'USD des 9M22. Les cessions d'activités et ventes d'actifs au 3T22 comprennent principalement des pertes de valeur d'immobilisations incorporelles et autres actifs non stratégiques vendus durant la période.

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 au 1T22.

Produits/(coûts) financiers nets

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

	3T21	3T22	9M21	9M22
Charges nettes d'intérêts	-880	-826	-2 709	-2 509
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-18	-18	-55	-55
Charges de désactualisation	-161	-215	-427	-551
Ajustements à la valeur de marché	-683	-79	-335	83
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	14	34	102	146
Autres résultats financiers	-171	-287	-524	-788
Produits/(coûts) financiers nets	-1 900	-1 392	-3 948	-3 674

Les coûts financiers nets au cours des 9M22 ont été impactés positivement par des 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.

Tableau 6. Couverture des paiements fondés sur des actions

	3T21	3T22	9M21	9M22
Prix de l'action au début de la période (Euro)	60.81	51.36	57.01	53.17
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	49.15	46.75	49.15	46.75
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	55.0	55.0	55.0	55.0

Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

Tableau 7. Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents (millions d'USD)				
	3T21	3T22	9M21	9M22
Ajustements à la valeur de marché	-567	-65	-284	69
Remboursement anticipé d'obligations et autres	-180	-	-762	-120
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-747	-65	-1 046	-51

Les coûts financiers nets non sous-jacents au cours des 9M22 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				
	3T21	3T22	9M21	9M22
Prix de l'action au début de la période (Euro)	60.81	51.36	57.01	53.17
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	49.15	46.75	49.15	46.75
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	45.5	45.5	45.5	45.5

Impôts sur le résultat

Tableau 9. Impôts sur le résultat (millions d'USD)				
	3T21	3T22	9M21	9M22
Impôts sur le résultat	679	688	1 910	1 933
Taux d'impôts effectif	52.2%	28.3%	34.7%	27.0%
Taux d'impôts effectif normalisé	35.1%	27.1%	29.5%	27.2%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	26.5%	26.3%	28.1%	27.5%

La baisse du TIE normalisé, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, au 3T22 par rapport au 3T21, et la diminution au cours des 9M22 par rapport aux 9M21 s'expliquent essentiellement par le mix pays.

Tableau 10. Bénéfice normalisé et sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)				
	3T21	3T22	9M21	9M22
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	250	1 433	2 708	3 126
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	752	195	1 218	1 363
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 002	1 629	3 926	4 489
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 699	1 682	4 290	4 354

BPA de base, normalisé et sous-jacent

Tableau 11. Bénéfice par action (USD)				
	3T21	3T22	9M21	9M22
Bénéfice de base par action	0.12	0.71	1.35	1.55
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	0.38	0.09	0.61	0.68
Bénéfice normalisé par action	0.50	0.81	1.96	2.23
Bénéfice sous-jacent par action	0.85	0.84	2.14	2.16
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 006	2 012	2 006	2 012

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

	3T21	3T22	9M21	9M22
EBIT normalisé hors hyperinflation	2.01	2.02	5.40	5.58
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-	-0.01	-0.02	-0.03
EBIT normalisé	2.01	2.02	5.38	5.55
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	-0.34	-0.04	-0.17	0.04
Coûts financiers nets	-0.61	-0.65	-1.80	-1.87
Impôts sur le résultat	-0.37	-0.36	-1.01	-1.01
Associés et participations ne donnant pas le contrôle	-0.19	-0.15	-0.45	-0.48
BPA normalisé	0.50	0.81	1.96	2.23
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0.34	0.04	0.17	-0.04
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	0.01	-0.01	0.01	-0.03
BPA sous-jacent	0.85	0.84	2.14	2.16
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 006	2 012	2 006	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)

	3T21	3T22	9M21	9M22
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	250	1 433	2 708	3 126
Participations ne donnant pas le contrôle	444	392	1 061	1 174
Bénéfice	695	1 825	3 768	4 299
Impôts sur le résultat	679	688	1 910	1 933
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-73	-81	-174	-210
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-	-	1 143
(Produits)/coûts financiers nets	1 900	1 392	3 948	3 674
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	747	65	1 046	51
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	73	165	290	270
EBIT normalisé	4 020	4 055	10 788	11 160
Amortissements et dépréciations	1 194	1 259	3 539	3 736
EBITDA normalisé	5 214	5 313	14 327	14 896

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) impôts 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 aux 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.

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 les chiffres de croissance interne et les 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. 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, mais sont indiqués séparément dans les annexes dans la colonne intitulée « Retraité pour l'hyperinflation » pour le trimestre et dans la colonne « Variation des devises » pour l'exercice à ce jour. Au cours des 9M22, nous avons rapporté un impact positif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 52 millions d'USD. L'impact sur le BPA normalisé au cours des 9M22 était de 0.03 USD. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Les BPA du 3T22 et des 9M22 sont basés sur la moyenne pondérée de 2 012 millions d'actions, par rapport à une moyenne pondérée de 2 006 millions d'actions au 3T21 et durant les 9M21.

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 relatives à des données historiques, et 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 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. 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 troisième trimestre 2022 (3T22) et à la période des neuf premiers mois de 2022 (9M22) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9, 10 et 13 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 30 septembre 2022 et pour la période de neuf 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 et 12 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 30 septembre 2022 et pour la période de neuf 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 27 octobre 2022 :

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

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 3Q & 9M22 Results Webcast](#)

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

Gratuit : 877-407-8029

Payant : 201-689-8029

Investisseurs

Shaun Fullalove

Tel. : +1 212 573 9287

E-mail: shaun.fullalove@ab-inbev.com

Maria Glukhova

Tel: +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

Tel: +1 646 249 5440

E-mail: ana.zenatti@ab-inbev.com

Fallon Buckelew

Tél. : +1 310 592 6319

E-mail: fallon.buckelew@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'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 entités associées).

Annexe 1

AB InBev au niveau mondial	3T21	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	151 629	-	-	-	5 655	157 284	3.7%
dont volumes de nos propres bières	131 354	1 885	-	-	4 557	137 796	3.4%
Produits	14 274	-118	-966	193	1 708	15 091	12.1%
Coûts des ventes	-6 039	3	462	-81	-1 205	-6 860	-20.0%
Marge brute	8 236	-115	-504	112	503	8 232	6.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 379	111	311	-49	-341	-4 347	-8.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	163	-1	-12	6	14	170	8.1%
EBIT normalisé	4 020	-5	-206	69	176	4 055	4.4%
EBITDA normalisé	5 214	-12	-302	76	337	5 313	6.5%
Marge EBITDA normalisé	36.5%					35.2%	-183 bps

Amérique du Nord	3T21	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	28 137	1	-	-	-362	27 775	-1.3%
Produits	4 342	-	-23	-	122	4 442	2.8%
Coûts des ventes	-1 625	-2	8	-	-180	-1 800	-11.1%
Marge brute	2 717	-2	-15	-	-58	2 642	-2.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 189	-22	8	-	61	-1 142	5.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	16	3	-	-	-13	6	-70.3%
EBIT normalisé	1 544	-22	-6	-	-11	1 506	-0.7%
EBITDA normalisé	1 743	-21	-7	-	-29	1 686	-1.6%
Marge EBITDA normalisé	40.1%					37.9%	-174 bps

Amériques du Centre	3T21	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	35 591	19	-	-	1 705	37 314	4.8%
Produits	3 163	-13	-66	-	490	3 574	15.5%
Coûts des ventes	-1 117	6	27	-	-311	-1 395	-28.0%
Marge brute	2 047	-7	-39	-	179	2 180	8.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-759	4	15	-	-139	-880	-18.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	5	-	-	-	-2	3	-
EBIT normalisé	1 292	-3	-24	-	38	1 303	2.9%
EBITDA normalisé	1 572	-3	-29	-	91	1 631	5.8%
Marge EBITDA normalisé	49.7%					45.6%	-421 bps

Amérique du Sud	3T21	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	39 399	106	-	-	1 140	40 644	2.9%
Produits	2 459	33	-459	193	661	2 887	27.0%
Coûts des ventes	-1 291	-11	219	-81	-359	-1 522	-27.9%
Marge brute	1 168	22	-240	112	302	1 364	26.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-705	-40	132	-49	-192	-854	-26.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	48	-4	-3	6	17	64	32.1%
EBIT normalisé	511	-22	-112	69	128	574	26.4%
EBITDA normalisé	716	-22	-148	76	172	795	25.0%
Marge EBITDA normalisé	29.1%					27.5%	-41 bps

EMEA	3T21	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	22 124	24	-	-	1 576	23 724	7.1%
Produits	2 136	-63	-272	-	310	2 110	14.9%
Coûts des ventes	- 984	-3	141	-	-219	-1 065	-22.1%
Marge brute	1 152	-66	-132	-	91	1 045	8.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-704	67	90	-	-79	-627	-12.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	58	1	-7	-	-2	50	-4.1%
EBIT normalisé	506	1	-49	-	10	468	1.9%
EBITDA normalisé	754	-7	-83	-	79	744	10.6%
Marge EBITDA normalisé	35.3%					35.3%	-135 bps

Asie-Pacifique	3T21	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	26 020	1	-	-	1 589	27 610	6.1%
Produits	1 901	-27	-131	-	132	1 876	7.1%
Coûts des ventes	-825	-1	59	-	-121	-889	-14.7%
Marge brute	1 076	-28	-72	-	11	987	1.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-603	26	39	-	-11	-549	-1.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	28	-	-2	-	10	36	35.0%
EBIT normalisé	500	-2	-35	-	10	474	1.9%
EBITDA normalisé	673	-2	-45	-	11	638	1.7%
Marge EBITDA normalisé	35.4%					34.0%	-180 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	3T21	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	360	-150	-	-	8	217	3.7%
Produits	272	-47	-16	-	-7	202	-3.2%
Coûts des ventes	-196	14	8	-	-14	-189	-7.9%
Marge brute	76	-33	-8	-	-22	14	-50.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-418	76	27	-	19	-296	5.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	7	-	-	-	5	12	64.3%
EBIT normalisé	-334	43	19	-	2	-270	0.7%
EBITDA normalisé	-245	43	10	-	12	-181	5.3%

Annexe 2

AB InBev au niveau mondial	9M21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	432 027	-	-	14 331	446 358	3.3%
dont volumes de nos propres bières	378 989	- 7	-	10 506	389 488	2.8%
Produits	40 106	-346	-1 215	4 573	43 118	11.5%
Coûts des ventes	-17 001	6	573	-3 222	-19 644	-19.0%
Marge brute	23 105	-340	-641	1 351	23 475	5.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-12 950	324	433	-771	-12 963	-6.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	633	-19	-8	42	648	9.9%
EBIT normalisé	10 788	-35	-216	622	11 160	5.9%
EBITDA normalisé	14 327	-56	-361	986	14 896	7.0%
Marge EBITDA normalisé	35.7%				34.5%	-143 bps

Amérique du Nord	9M21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	81 389	1	-	-2 166	79 223	-2.7%
Produits	12 382	-	-40	293	12 634	2.4%
Coûts des ventes	-4 705	-8	15	-450	-5 149	-9.6%
Marge brute	7 677	-8	-26	-158	7 486	-2.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 539	-24	15	126	-3 421	3.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	31	9	-	-6	34	-15.6%
EBIT normalisé	4 169	-23	-11	-38	4 098	-0.9%
EBITDA normalisé	4 756	-21	-13	-62	4 660	-1.3%
Marge EBITDA normalisé	38.4%				36.9%	-137 bps

Amériques du Centre	9M21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	103 570	41	-	5 727	109 338	5.5%
Produits	9 057	-40	-173	1 424	10 267	15.8%
Coûts des ventes	-3 171	15	67	-930	-4 020	-29.5%
Marge brute	5 885	-25	-106	493	6 248	8.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 336	18	40	-234	-2 511	-10.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	9	-	1	-19	-9	-
EBIT normalisé	3 558	-6	-65	240	3 728	6.8%
EBITDA normalisé	4 397	-6	-76	377	4 691	8.6%
Marge EBITDA normalisé	48.5%				45.7%	-303 bps

Amérique du Sud	9M21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	111 327	257	-	5 875	117 459	5.3%
Produits	6 605	85	-259	1 789	8 220	27.1%
Coûts des ventes	-3 382	-23	123	-1 034	-4 315	-30.6%
Marge brute	3 223	62	-135	755	3 905	23.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 960	-100	72	-476	-2 463	-23.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	336	-29	3	67	376	55.8%
EBIT normalisé	1 599	-67	-60	345	1 818	26.2%
EBITDA normalisé	2 163	-67	-89	454	2 461	24.1%
Marge EBITDA normalisé	32.7%				29.9%	-64 bps

EMEA	9M21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	62 665	53	-	3 968	66 686	6.3%
Produits	5 899	-188	-519	858	6 050	15.0%
Coûts des ventes	-2 781	-8	264	-542	-3 066	-19.4%
Marge brute	3 118	-196	-254	316	2 984	10.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 200	194	186	-149	-1 968	-7.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	151	2	-13	-2	138	-1.3%
EBIT normalisé	1 069	-	-81	166	1 154	15.5%
EBITDA normalisé	1 815	-24	-147	293	1 936	16.4%
Marge EBITDA normalisé	30.8%				32.0%	36 bps

Asie-Pacifique	9M21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	72 101	2	-	891	72 995	1.2%
Produits	5 401	-81	-193	220	5 347	4.1%
Coûts des ventes	-2 381	-1	85	-247	-2 544	-10.4%
Marge brute	3 020	-82	-108	-27	2 803	-0.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 729	79	61	41	-1 548	2.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	91	-	-2	13	103	14.1%
EBIT normalisé	1 382	-3	-48	27	1 358	1.9%
EBITDA normalisé	1 915	-3	-62	20	1 870	1.1%
Marge EBITDA normalisé	35.5%				35.0%	-106 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	9M21	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M22	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	975	-354	-	36	657	5.8%
Produits	763	-122	-30	-10	601	-1.6%
Coûts des ventes	-582	31	19	-19	-551	-3.4%
Marge brute	182	-91	-11	-29	50	-32.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 187	156	58	-79	-1 052	-7.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	15	-	2	-10	7	-
EBIT normalisé	-990	65	49	-118	-995	-12.5%
EBITDA normalisé	-718	65	27	-96	-722	-14.4%