

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

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres de croissance interne et se rapportent au 2T19 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les mentions légales importantes et obtenir des informations complémentaires sur les chiffres 2018 retraités et la base de référence, veuillez vous référer aux pages 18 et 19.

## Anheuser-Busch InBev publie les résultats du deuxième trimestre et du premier semestre 2019

### FAITS MARQUANTS

- Meilleurs résultats trimestriels depuis plus de cinq ans en termes de volumes, avec une croissance totale des volumes de 2,1% grâce aux excellents résultats sur de nombreux marchés clés comme le Mexique, le Brésil, l'Europe, l'Afrique du Sud, le Nigeria, l'Australie et la Colombie.
- Croissance des produits de 6,2 % et progression de l'EBITDA de 9,4% avec un accroissement de la marge de 123 points de base pour atteindre 42,0 %.
- Succès continu de notre stratégie de premiumisation pour soutenir la croissance des volumes et des produits, avec une croissance des produits des marques mondiales de 8,0 % (11,3 % en dehors de leur marché domestique) et croissance des produits de notre High End Company de près de 20 %.
- Engagé pour un Monde Meilleur – Nous sommes à mi-chemin de notre objectif de nous fournir à 100 % en électricité provenant de sources d'énergie renouvelable à l'horizon 2025.

### CHIFFRES CLÉS

- **Produits** : Les produits ont augmenté de 6,2 % pendant le trimestre, avec une croissance des produits par hl de 3,8 %, grâce à la solide croissance des volumes et aux initiatives de gestion des produits et de la premiumisation au niveau mondial. Au 1S19, les produits ont enregistré une hausse de 6,0 %, avec une croissance des produits par hl de 4,2 %.
- **Volumes** : Au 2T19, les volumes totaux ont augmenté de 2,1 %, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 2,2 %, et les volumes non-bières une hausse de 1,8 %. Au 1S19, les volumes totaux ont augmenté de 1,7 %, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 1,7 %, et les volumes non-bières une hausse de 3,4 %.
- **Marques mondiales** : Les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont enregistré une croissance de 8,0 % au niveau mondial et de 11,3 % en dehors de leurs marchés domestiques. Au 1S19, les produits combinés de nos marques mondiales ont augmenté de 8,2 % au niveau mondial et de 12,4 % en dehors de leurs marchés domestiques.
- **Coûts des Ventes (CdV)** : Au 2T19, les CdV ont augmenté de 7,2 % et de 4,4 % par hl. Au 1S19, les CdV ont augmenté de 6,6 % et de 4,5 % par hl.
- **EBITDA** : L'EBITDA a augmenté de 9,4 % durant le trimestre, avec un accroissement de la marge EBITDA de 123 points de base à 42,0 %, sous l'effet d'une croissance des volumes et des produits, et s'est amélioré grâce à la premiumisation et à une discipline constante en matière de coûts. L'EBITDA a augmenté de 8,8 % au cours du 1S19, avec un accroissement de la marge de 104 points de base à 40,9 %.
- **Résultats financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) sont passés de 1 301 millions d'USD au 2T18 à 1 004 millions d'USD au 2T19, cette amélioration étant principalement due à des gains évalués à la valeur de marché de 173 millions d'USD au 2T19 liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, par rapport à une perte de 16 millions d'USD au 2T18, soit une fluctuation de 189 millions d'USD. Les coûts financiers nets s'élèvent à 1 365 millions d'USD au 1S19, alors qu'ils étaient de 2 878 millions d'USD au 1S18.
- **Impôt sur le résultat** : Le taux d'imposition effectif (TIE) normalisé a augmenté de 24,7 % au 2T18 à

25,9% au 2T19. Sans tenir compte de l'impact de gains liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, notre TIE normalisé est passé de 24,6 % au 2T18 à 27,2 % au 2T19. Le TIE normalisé a baissé de 26,1 % au 1S18 à 23,1% au 1S19. Sans tenir compte de l'impact de gains liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, notre TIE normalisé est passé de 25,0 % au 1S18 à 27,4 % au 1S19.

- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev s'élevait à 2 470 millions d'USD au 2T19 contre 2 159 millions d'USD au 2T18, et à 4 986 millions d'USD au 1S19 comparé à 3 602 millions d'USD au 1S18. Le bénéfice sous-jacent (bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors gains évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et à l'impact de l'hyperinflation) était de 2 295 millions d'USD au 2T19 contre 2 175 millions d'USD au 2T18, et de 3 866 millions d'USD au 1S19 contre 3 860 millions d'USD au 1S18.
- **Bénéfice par action (BPA)** : Le BPA normalisé du 2T19 était de 1,25 USD, soit une hausse par rapport à 1,09 USD au 2T18, et a été impacté positivement par des gains évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Le BPA normalisé a augmenté, passant de 1,82 USD au 1S18 à 2,52 USD au 1S19. Le BPA sous-jacent (BPA normalisé, hors gains évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos paiements fondés sur des actions et impact de l'hyperinflation) était de 1,16 USD au 2T19, soit une hausse par rapport aux 1,10 USD du 2T18, et s'élevait à 1,95 USD pour le 1S19, soit la même valeur qu'au 1S18.
- **Rapprochement avec SAB** : Le rapprochement a généré des synergies et économies de coûts de 113 millions d'USD au 2T19. Nous avons aujourd'hui réalisé 3 151 millions d'USD sur les 3,2 milliards de synergies et d'économies de coûts attendus, en devises constantes depuis août 2016.
- **Désendettement** : Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé a diminué, passant de 4,61x au 31 décembre 2018 à 4,58x au 30 juin 2019. Nous prévoyons un ratio endettement net / EBITDA inférieur à 4x d'ici à fin 2020.
- **Rapport financier semestriel 2019** : Ce rapport est disponible sur notre site web [www.ab-inbev.com](http://www.ab-inbev.com).

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	2T18 Retraité	2T18 Base de référence	2T19	Croissance interne
<b>Volumes totaux (milliers d'hl)</b>	<b>143 685</b>	<b>143 685</b>	<b>146 120</b>	<b>2.1%</b>
Nos propres bières	127 632	127 632	130 465	2.2%
Volumes des non-bières	14 733	14 733	14 558	1.8%
Produits de tiers	1 320	1 320	1 097	-6.6%
<b>Produits</b>	<b>13 992</b>	<b>13 764</b>	<b>13 963</b>	<b>6.2%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>8 828</b>	<b>8 672</b>	<b>8 700</b>	<b>5.5%</b>
Marge brute en %	63.1%	63.0%	62.3%	-36 bps
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>5 694</b>	<b>5 582</b>	<b>5 862</b>	<b>9.4%</b>
Marge EBITDA normalisé	40.7%	40.6%	42.0%	123 bps
<b>EBIT normalisé</b>	<b>4 525</b>	<b>4 428</b>	<b>4 713</b>	<b>12.2%</b>
Marge EBIT normalisé	32.3%	32.2%	33.8%	179 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 935		2 484	
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>2 159</b>		<b>2 470</b>	
<b>Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>2 175</b>		<b>2 295</b>	
Bénéfice par action (USD)	0.98		1.25	
<b>Bénéfice normalisé par action (USD)</b>	<b>1.09</b>		<b>1.25</b>	
<b>BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)</b>	<b>1.10</b>		<b>1.16</b>	

	2S18 Retraité	2S18 Base de référence	2S19	Croissance interne
<b>Volumes totaux (milliers d'hl)</b>	<b>278 515</b>	<b>278 515</b>	<b>279 581</b>	<b>1.7%</b>
Nos propres bières	245 983	245 983	247 481	1.7%
Volumes des non-bières	30 074	30 074	30 109	3.4%
Produits de tiers	2 458	2 458	1 992	-13.5%
<b>Produits</b>	<b>27 087</b>	<b>26 854</b>	<b>26 552</b>	<b>6.0%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>16 922</b>	<b>16 758</b>	<b>16 414</b>	<b>5.7%</b>
Marge brute en %	62.5%	62.4%	61.8%	-21 bps
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>10 820</b>	<b>10 702</b>	<b>10 849</b>	<b>8.8%</b>
Marge EBITDA normalisé	39.9%	39.9%	40.9%	104 bps
<b>EBIT normalisé</b>	<b>8 485</b>	<b>8 383</b>	<b>8 549</b>	<b>10.6%</b>
Marge EBIT normalisé	31.3%	31.2%	32.2%	133 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 954		6 055	
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>3 602</b>		<b>4 986</b>	
<b>Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>3 860</b>		<b>3 866</b>	
Bénéfice par action (USD)	1.50		3.06	
<b>Bénéfice normalisé par action (USD)</b>	<b>1.82</b>		<b>2.52</b>	
<b>BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)</b>	<b>1.95</b>		<b>1.95</b>	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	2T18	Scope	Croissance interne	2T19	Croissance interne	
	Base de référence				Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	29 813	15	- 715	29 113	-2.4%	-2.5%
Amériques du Centre	32 212	- 55	2 051	34 208	6.4%	7.1%
Amérique du Sud	30 383	21	184	30 588	0.6%	0.3%
EMEA	21 340	- 416	1 155	22 079	5.5%	6.2%
Asie-Pacifique	29 804	- 32	333	30 105	1.1%	1.3%
Exportations Globales et Sociétés Holding	132	- 132	26	26	-	-
<b>AB InBev au niveau mondial</b>	<b>143 685</b>	<b>- 600</b>	<b>3 035</b>	<b>146 120</b>	<b>2.1%</b>	<b>2.2%</b>

	2S18	Scope	Croissance interne	2S19	Croissance interne	
	Base de référence				Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	54 627	15	-1 007	53 635	-1.8%	-1.9%
Amériques du Centre	62 950	- 109	1 881	64 722	3.0%	3.1%
Amérique du Sud	64 471	188	2 198	66 856	3.4%	3.1%
EMEA	41 889	-3 228	1 574	40 235	4.1%	4.5%
Asie-Pacifique	54 100	- 32	23	54 092	-	0.6%
Exportations Globales et Sociétés Holding	478	- 478	42	42	-	-
<b>AB InBev au niveau mondial</b>	<b>278 515</b>	<b>-3 645</b>	<b>4 711</b>	<b>279 581</b>	<b>1.7%</b>	<b>1.7%</b>

### COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Au 2T19, nous avons enregistré les meilleurs résultats en termes de volumes depuis plus de cinq ans, ce qui a favorisé une forte performance des volumes et des produits et de l'EBITDA. Les produits ont augmenté de 6,2 % grâce à la croissance des volumes de 2,1 % (propres bières +2,2 %, non-bières +1,8 %) et à la croissance des produits par hl de 3,8 %, conformément à nos prévisions d'une croissance des produits plus équilibrée.

Les volumes ont augmenté sur la plupart de nos principaux marchés, avec des résultats remarquables au Mexique, au Brésil, en Europe, en Afrique du Sud, au Nigeria, en Australie et en Colombie, certains de ces marchés ayant également profité du timing tardif du week-end de Pâques. La croissance généralisée a été réalisée malgré une comparaison difficile due à notre sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™, notre plus grande activation commerciale de tous les temps. Nos produits affichent une solide croissance sur nos principaux marchés, sous l'impulsion du Mexique, du Brésil, de la Chine, de l'Europe et des États-Unis.

La premiumisation reste une opportunité importante et un levier essentiel de notre stratégie pour atteindre une croissance durable et soutenue des produits. Nous restons en tête au niveau mondial avec notre portefeuille inégalé de marques premium, car nous sommes convaincus que la premiumisation nécessite une approche basée sur le portefeuille pour répondre aux besoins des consommateurs. Notre High End Company reste un moteur de croissance dans notre secteur, avec une hausse des produits de 19,5 % au cours du trimestre. Les produits combinés de nos marques mondiales ont augmenté de 8,0 % et de 11,3 % en dehors de leurs marchés domestiques. Budweiser a progressé de 5,6 % en dehors des États-Unis, Stella Artois a augmenté de près de 12 % et Corona affiche une hausse de 23,7 % en dehors du Mexique.

Budweiser, qui a vu son envergure et sa portée considérablement élargis par la coupe du monde masculine, la Coupe du monde de la FIFA Russie 2018™, a continué à soutenir le meilleur football du monde en tirant parti de la coupe du monde féminine, la Coupe du monde de la FIFA France 2019™, et ce sur de nombreux marchés. En outre, Budweiser a annoncé un sponsoring de plusieurs années avec deux des ligues de football les plus prestigieuses du monde, la Premier League et LaLiga. Ces nouveaux sponsorings concerneront les cinq continents et plus de 20 pays.

En tant que partenaire de longue date de la Coupe du Monde de la FIFA™ et supporteur de ligues de football et de plusieurs équipes nationales dans le monde, Budweiser étend son soutien à ce sport mondial et continue à atteindre de plus en plus d'amateurs de football. Pour rappel, durant l'EX18, nos investissements commerciaux et de marketing ont été réalisés principalement au cours du premier semestre de l'année suite aux activations liées à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Durant l'EX19, nos investissements commerciaux et de marketing devraient être beaucoup plus équilibrés tout au long de l'année, ce qui rendra la comparaison plus difficile au second semestre 2019, particulièrement au troisième trimestre.

Stella Artois a lancé des campagnes autour de la passion pour la cuisine sur des marchés du monde entier, y compris au Canada, au Brésil et au Chili. Corona a enregistré son record absolu de ventes sur les principaux marchés d'Australie et du Chili. La marque a également lancé sa plateforme Monde Meilleur au niveau mondial et a atteint son objectif de nettoyer 100 îles avec un an d'avance.

L'EBITDA a augmenté de 9,4 % au 2T19 avec un accroissement de la marge de 123 points de base à 42,0 %. Ceci s'explique surtout par la forte performance des volumes et des produits, due à la hausse des volumes et au mix de marques favorable provenant de la premiumisation, ainsi qu'à une maîtrise constante des coûts et aux synergies du rapprochement avec SAB, partiellement atténuée par l'impact significatif du prix des produits de base et de l'effet de change en raison du timing de nos opérations de couverture. Cet impact se fera surtout ressentir au troisième trimestre, avant de s'atténuer au quatrième trimestre, en ligne avec nos prévisions de croissance des CdV par hl d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette pour l'année entière.

En ce qui concerne notre plateforme Monde Meilleur, nous avons franchi au cours de ce trimestre une autre étape importante qui nous rapproche de nos objectifs ambitieux de développement durable à l'horizon 2025. Lors de la Journée mondiale de l'environnement, nous avons annoncé que nous sommes à mi-chemin de notre objectif mondial de nous fournir à 100 % en électricité provenant de sources d'énergie renouvelable. Nous allons poursuivre nos efforts pour atteindre notre objectif concernant l'action pour le climat en utilisant davantage d'électricité renouvelable, en améliorant notre efficacité de brassage, en instaurant des programmes logistiques verts et en innovant pour réduire notre empreinte carbone. Nous avons aussi lancé des outils de gestion de la sécurité routière en partenariat avec L'Institut des Nations unies pour la formation et la recherche (UNITAR), qui offre aux États une méthodologie éprouvée pour concevoir et mettre en place des solutions locales afin de limiter les accidents de la route. Notre partenariat avec UNITAR et le déploiement des outils de gestion de la sécurité routière renforce notre engagement à solidifier les partenariats mondiaux entre le secteur public et le secteur privé dans le cadre des Objectifs de Développement Durable fixés par les Nations Unies.

Notre endettement net s'élevait à 104,2 milliards d'USD au 30 juin 2019, inchangé par rapport au 31 décembre 2018, après retraitement lié à l'adoption des normes IFRS 16 relatives au traitement comptable des contrats de locations et comptabilisation de la dette en vertu des contrats de location, qui avoisine les 1,8 milliards d'USD. Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé a diminué, passant de 4,61x au 31 décembre 2018 à 4,58x au 30 juin 2019. Ce résultat a été atteint malgré les fluctuations saisonnières de notre flux de trésorerie, qui penchent davantage vers le second semestre de l'année et entraînent généralement une hausse de notre ratio endettement net/EBITDA au 30 juin en comparaison avec le 31 décembre de l'année précédente. Nous prévoyons une réduction de notre taux d'endettement d'ici à fin 2019 car la majorité de notre flux de trésorerie est généré au second semestre. Notre structure de capital optimale est un ratio endettement net / EBITDA d'environ 2x, et nous maintenons notre engagement à atteindre un ratio endettement net/EBITDA inférieur à 4x d'ici à fin 2020.

De plus, nous avons annoncé le 19 juillet 2019 un accord de cession de nos activités en Australie (Carlton & United Breweries) à Asahi Group Holdings, Ltd. (Asahi) pour un montant de 16,0 milliards d'AUD, soit environ 11,3 milliards d'USD en valeur d'entreprise, ou un multiple implicite de 14,9x l'EBITDA normalisé de 2018. Dans le cadre de cette opération, nous accorderons à Asahi le droit de commercialiser notre portefeuille de marques mondiales et internationales en Australie. Cette opération est soumise aux conditions de clôture usuelles, en ce compris mais non limitativement, les approbations réglementaires en Australie, et devrait être finalisée d'ici le premier trimestre de l'année 2020. Nous continuons à croire en la logique stratégique d'une éventuelle offre d'une participation minoritaire dans Budweiser APAC, à l'exclusion de l'Australie, à condition qu'elle puisse être finalisée à une valorisation adéquate.

Nous restons résolument engagés à améliorer la valeur actionnariale, à optimiser notre activité et à réaliser une croissance durable à long terme. Nos solides programmes commerciaux, notre portefeuille de marques exceptionnel, notre empreinte géographique diversifiée, notre efficacité opérationnelle inégalée et notre grande réserve de collaborateurs talentueux nous permettent de façonner la catégorie bière en 2019 et au-delà.

### PERSPECTIVES 2019

- (i) **Performance générale :** Durant l'EX19, nous prévoyons toujours une forte croissance des produits et de l'EBITDA, grâce à la solide performance de notre portefeuille de marques et à nos programmes commerciaux efficaces. Notre modèle de croissance donne davantage la priorité à l'extension des catégories, en ciblant une croissance plus équilibrée des éléments entre les volumes et les produits par hl. Nous devrions enregistrer une croissance des produits par hl supérieure à l'inflation grâce à la premiumisation et aux initiatives de gestion des revenus, tout en maintenant les coûts (somme des CdV et des frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux) en dessous de l'inflation.
- (ii) **Coûts des Ventes :** Nous prévoyons que les CdV par hl augmenteront d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, l'impact négatif des devises et du prix des produits de base devant être compensé par des initiatives de gestion des coûts.
- (iii) **Synergies :** Nous maintenons les synergies et économies de coûts attendues de 3,2 milliards d'USD sur une base monétaire constante à partir d'août 2016. Sur ce total, 547 millions d'USD ont été rapportés par l'ancienne SAB au 31 mars 2016, et 2 604 millions d'USD ont été générés entre le 1<sup>er</sup> avril 2016 et le 30 juin 2019. Le solde d'environ 50 millions d'USD devrait être réalisé d'ici fin 2019.
- (iv) **Coûts financiers nets :** Pour l'EX19, le coupon moyen de la dette brute devrait se situer entre 3,75 et 4,00 %. Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation, y compris les ajustements liés à la norme IFRS 16 (comptabilisation des contrats de location)

devraient avoisiner les 160 millions d'USD par trimestre. 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.

- (v) **Taux d'imposition effectif (TIE)** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX19 se situera entre 25 % et 27 %, en excluant les éventuels gains ou pertes relatifs à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (vi) **Dépenses nettes d'investissement** : Les dépenses nettes d'investissement de l'EX19 devraient se situer entre 4,0 et 4,5 milliards d'USD.
- (vii) **Endettement** : Environ 40 % de notre dette brute est exprimée en devises autres que le dollar américain, principalement l'euro. Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2x. Nous prévoyons un ratio endettement net / EBITDA inférieur à 4x d'ici à fin 2020.
- (viii) **Dividendes** : Nous nous attendons à une hausse des dividendes au fil du temps, mais la croissance à court terme devrait toutefois être modeste compte tenu de nos engagements en matière de désendettement.

### RAPPORT D'ACTIVITÉS

#### États-Unis

Aux États-Unis, nous avons de nouveau enregistré ce trimestre une hausse des produits avec une croissance de 1,8 %, entraînant une croissance des produits de 1,7 % pour le 1S19. Ceci a été favorisé par la croissance des produits par hl de 4,2 % au 2T19 et de 3,4 % au 1S19, due à la premiumisation continue de notre portefeuille et aux initiatives de gestion des revenus, dont une hausse de prix intervenue en avril, c'est-à-dire plus tôt que les années précédentes. Nous estimons que les ventes aux détaillants (VAD) du secteur ont diminué de 2,8 % au 2T19, suite notamment aux conditions climatiques défavorables, alors que nos propres VAD ont reculé de 4,0 % et que nos ventes aux grossistes (VAG) ont baissé de 2,3 %. Au 1S19, nos VAD ont baissé de 3,0 % et nos VAG de 1,7 %. Nous estimons une perte de part de marché totale d'environ 55 points de base au 2T19, due aux changements dans le mix de segments et au calendrier des augmentations de prix. Nous estimons au 1S19 une perte de part de marché totale d'environ 40 points de base et une baisse de 2,2 % des ventes aux détaillants (VAD) du secteur.

Notre portefeuille above core a de nouveau fait mieux que le secteur, gagnant 80 points de base de part de marché selon nos estimations, grâce à la famille de marques Michelob Ultra, à notre portefeuille régional de marques artisanales, à Bon & Viv Spiked Seltzer et à nos innovations au sein du segment. Michelob Ultra a vu sa performance s'accélérer au cours du trimestre, avec son meilleur gain de parts de marché sur un trimestre depuis plus de deux ans, et reste ainsi la famille de marques ayant gagné le plus de part de marché. Notre portefeuille de marques artisanales régionales a enregistré une croissance à deux chiffres au 2T19, gagnant de la part de marché au sein du segment.

Notre filière d'innovation continue d'afficher d'excellents résultats, tous segments de prix confondus. Nous avons contribué depuis le début de l'année à 57 % du volume des innovations dans la catégorie, sous l'impulsion de Michelob Ultra Infusions, Naturdays, et Bud Light Lemon Tea.

Le segment traditionnel demeure sous pression car les consommateurs se tournent vers des segments plus chers. La part de marché de notre portefeuille traditionnel a enregistré au 2T19 une perte estimée à 135 points de base, due en partie au calendrier de notre hausse de prix. Dans le segment traditionnel, nous avons perdu 20 points de base au 2T19, et notre performance de part de marché du segment a perdu 10 points de base au 1S19.

L'EBITDA a progressé de 2,8 % au 2T19, car nous continuons d'accélérer la dynamique de notre stratégie de premiumisation et d'affecter nos ressources en ciblant nos priorités commerciales, ce qui a entraîné une amélioration de la marge de 40 points de base à 40,7 %. Au 1S19, l'EBITDA a augmenté de 2,7 %, avec un accroissement de la marge de 38 points de base à 40,2 %.

### **Mexique**

Notre activité au Mexique a de nouveau réalisé un excellent trimestre, avec une croissance à deux chiffres des volumes et des produits, une croissance à un chiffre dans le bas de la fourchette des produits par hl et un gain accéléré de parts de marché. Le résultat des volumes et des produits a profité du timing tardif du week-end de Pâques et a été réalisé malgré une comparaison difficile avec l'année précédente. Au 1S19, nos produits ont progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette, résultant d'une hausse des produits par hl et des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.

La mise en œuvre continue du cadre d'extension des catégories a permis à nos portefeuilles core et premium de continuer à se développer. Dans le segment des pils classiques, Victoria est de plus en plus consommée en semaine, car elle s'impose graduellement comme bière pour accompagner les repas, tandis que Corona tisse des liens étroits avec les consommateurs à travers son engagement permanent en faveur de l'environnement, dont témoignent ses opérations de nettoyage des plages mexicaines. Notre portefeuille premium continue à avoir du poids dans nos résultats, Modelo Especial, Stella Artois et Michelob Ultra ayant progressé de plus de 20 % au cours du trimestre. Toutes les marques de notre portefeuille ont exploité les outils de communication numériques pour promouvoir des moments culturels clés, comme la Fête des Pères de Stella Artois.

Au cours du trimestre, nous avons aussi réalisé les premières phases de disponibilité de l'intégralité de notre portefeuille chez OXXO, la plus grande chaîne de supérettes du Mexique, où nos bières n'étaient pas proposées auparavant. La première phase a eu lieu à Guadalajara en avril, et la seconde à Mexico en juin. Aujourd'hui, nos bières sont disponibles dans plus de 4 000 magasins OXXO et, après une introduction progressive, elles seront proposées dans la totalité des plus de 17 000 magasins OXXO du pays d'ici fin 2022. La prochaine phase est prévue début 2020.

L'EBITDA a augmenté de plus de 30 % avec un accroissement significatif de la marge, grâce notamment à la belle progression des volumes et des produits, à la diminution des frais de distribution suite à l'optimisation de notre empreinte géographique après l'ouverture de la brasserie Centro plus tôt cette année, et à l'échelonnement des investissements commerciaux et de marketing suite aux activations de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ l'an dernier. Au 1S19, l'EBITDA a augmenté de plus de 20 %, avec un accroissement constant de la marge.

### **Colombie**

Les résultats trimestriels de notre activité en Colombie sont de nouveau excellents, avec une hausse des produits d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une hausse des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette. La croissance des volumes s'est accélérée depuis le premier trimestre, les volumes totaux affichant une hausse d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une augmentation des volumes bières de plus de 3 % et les volumes non-bières affichant une hausse d'un chiffre dans le haut de la fourchette. Selon nos estimations, notre portefeuille de bières a gagné 30 points de base de part de consommation totale d'alcool au 2T19. Au 1S19, les produits ont enregistré une augmentation d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, les produits par hl affichant une progression d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et les volumes une hausse d'un chiffre dans le bas de la fourchette (hausse d'un chiffre

dans le bas de la fourchette pour les volumes bières et hausse d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette pour les volumes non-bières).

La premiumisation demeure une opportunité importante en Colombie et nous contribuons à développer le segment grâce à notre portefeuille de marques mondiales. Les marques affichent une hausse de plus de 50 % grâce à une expansion permanente et à des activations fructueuses, Corona et Budweiser étant devenues les marques numéro un et numéro deux dans le segment premium international au niveau de la part de marché en volume. Aguila continue de réaliser d'excellents résultats, avec une progression d'environ 15 % ce trimestre, la marque célébrant la passion du football avec une campagne Copa América fructueuse.

En plus des excellents résultats dans notre segment bières, nos boissons maltées non alcoolisées Pony Malta et Malta Leona ont continué à se démarquer en tant que meilleures alternatives dans ce segment.

Notre EBITDA a enregistré une croissance à deux chiffres dans le bas de la fourchette, avec un accroissement de la marge de près de 400 points de base. Ce résultat a été stimulé par la solide performance des volumes et des produits, la réalisation de synergies supplémentaires et une maîtrise constante des coûts. Au 1S19, l'EBITDA a enregistré une croissance à deux chiffres dans le bas de la fourchette, avec un accroissement de la marge de plus de 300 points de base.

### **Brésil**

Au Brésil, nos produits ont progressé de 7,3 % au 2T19, les produits par hl augmentant de 3,7 % et les volumes de 3,5 %. L'augmentation des volumes de bières de 2,8 % fait mieux que le secteur, dont les chiffres sont à peu près stables, de même que les volumes non bières qui enregistrent une hausse de 5,6 % alors que le secteur a augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Le mix de marques résultant de notre stratégie de premiumisation continue a été partiellement compensé par le mix géographique, puisque notre développement s'accélère dans les régions du Nord et du Nord-Est. Au 1S19, les produits ont augmenté de 12,3 %, les produits par hl affichant une hausse de 4,0 % et les volumes une hausse de 8,0 % (bières +7,1 %, non- bières +10,9 %), dépassant la performance du secteur dans les deux catégories enregistrent une hausse à un chiffre dans le bas de la fourchette.

Nos marques premium, sous l'impulsion de notre portefeuille de marques mondiales et de nos marques premium locales, ont enregistré au 2T19 une croissance à deux chiffres, dépassant le secteur et gagnant des parts de marché dans le segment premium en expansion. Notre portefeuille de marques mondiales a enregistré au 2T19 une croissance à deux chiffres, avec Corona et Stella Artois en tête. Nos marques premium locales ont elles aussi réalisé un excellent trimestre, grâce à la croissance à deux chiffres d'Antarctica Original et à la progression constante de notre portefeuille artisanal. Dans le segment core plus, Bohemia continue à se développer rapidement, puisqu'elle affiche une croissance à trois chiffres. Dans le segment core, notre innovation Skol Puro Malte a été déployée ce trimestre à l'échelle nationale, après son lancement réussi. Notre stratégie d'accessibilité intelligente continue de gagner du terrain, grâce au succès de Nossa et Magnífica, deux marques abordables brassées à base d'ingrédients cultivés par des producteurs locaux. En juin, nous avons mis sur le marché une autre marque, Legítima, dans l'État de Ceará, trouvant des opportunités d'accroître notre présence dans le segment bon marché dans les États prometteurs, avec des marges comparables à celles de nos marques core.

L'EBITDA a diminué de 4,4 %, avec une compression de la marge de 476 points de base pour atteindre 38,9 % au 2T19, la croissance des volumes et des produits ayant été plus qu'atténuée par la hausse des coûts des ventes, due à la hausse des prix des matières premières (l'aluminium et l'orge) et à la dévaluation de la devise des transactions. Ce résultat était conforme à nos prévisions de hausse des coûts des ventes par hl d'environ 15 % au Brésil en 2019, qui devrait surtout se concentrer sur les trois premiers trimestres de l'année. Au 1S19, l'EBITDA a augmenté de 2,5 % avec une compression de la marge de 383 points de

base pour atteindre 39,9 %, qui s'explique également par la hausse des prix des matières premières et par la dévaluation de la devise des transactions.

### **Afrique du Sud**

Les produits de nos activités en Afrique du Sud ont progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec une hausse des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, profitant du timing de Pâques et malgré un contexte macro-économique qui reste difficile. D'après nos estimations, nous avons continué à gagner des parts de marché dans la consommation totale d'alcool durant le trimestre. Les produits par hl ont enregistré une hausse d'un chiffre dans le bas de la fourchette favorisée par le mix de marques et d'emballages favorable, grâce à la croissance accélérée du portefeuille premium et des packs pratiques, associée à des initiatives de gestion des revenus. Au cours du 1S19, les produits, les volumes et les produits par hl ont progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette.

Le segment premium, où nous nous situons en dessous de l'indice de référence, continue à s'étendre plus vite que l'ensemble du secteur, et nos marques dans ce segment continuent à se développer rapidement, surtout Corona qui affiche une croissance à trois chiffres. Nous enregistrons aussi une belle progression dans le segment des boissons apparentées à la bière, Brutal Fruit ayant doublé ses volumes trimestriels.

De plus, nous avons récemment obtenu le statut de contributeur B-BBEE Niveau 3, une première dans l'histoire de l'entreprise. Aujourd'hui, nous achetons plus de 97 % de nos emballages et de nos matières premières comme l'orge, le houblon et le maïs à des producteurs locaux. Nous pensons que les petites entreprises sont un moteur de croissance et de transformation économique, et que le développement et le succès de nos activités en Afrique du Sud passent par l'autonomisation des communautés.

L'EBITDA a baissé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette avec une compression de la marge supérieure à 700 points de base, en raison du timing des opérations de couverture du risque de change transactionnel et de matières premières et du renforcement de nos investissements commerciaux et de marketing pour développer nos marques mondiales dans le segment premium. Au 1S19, l'EBITDA affiche une baisse à deux chiffres dans le bas de la fourchette, avec une réduction de la marge d'environ 670 points de base.

### **Chine**

Les produits de nos activités en Chine ont progressé de 7,1 % au 2T19. Les volumes ont gagné 0,6 % grâce à nos efforts constants de premiumisation et à l'échelonnement des livraisons en prévision des activations estivales, malgré un secteur plus fragile et une comparaison difficile, ce dernier trimestre étant le meilleur depuis plus de trois ans. Les produits par hl ont augmenté de 6,5 %, grâce notamment à nos efforts de premiumisation et aux initiatives de gestion des revenus. Au 1S19, les produits ont enregistré une hausse de 7,4 % stimulée par une croissance des produits par hl de 7,6 %, atténuée par un léger recul des volumes de 0,2 %.

Notre portefeuille super premium fait de nouveau mieux que le marché avec une croissance à deux chiffres, Corona et Hoegaarden en tête. Budweiser affiche une croissance à un chiffre dans la moyenne de la fourchette, soutenue par ses activations autour de sujets qui passionnent comme le sport et les repas. Dans le segment core plus, notre récente nouveauté Harbin Crystal a enregistré une belle croissance, les consommateurs continuant à bouder les segments core et bon marché. Notre portefeuille affiche de nouveau une hausse à deux chiffres dans le secteur de l'e-commerce.

L'EBITDA a augmenté de 24,4 % avec un accroissement de la marge de 583 points de base lié à la tendance continue à la premiumisation de notre portefeuille. Nous affichons en outre un levier opérationnel

solide qui s'explique par notre discipline en matière de coûts et par l'échelonnement des initiatives commerciales et de marketing. Au 1S19, l'EBITDA a augmenté de 21,6 %, avec un accroissement de la marge de 477 points de base.

### Faits marquants sur nos autres marchés

Au **Canada**, la croissance des volumes et des produits a baissé d'un chiffre dans le bas de la fourchette au 2T19, suite à recul des volumes principalement dû à la faiblesse du secteur de la bière, et les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Selon nos estimations, nous avons gagné des parts de marché au cours du trimestre, grâce aux gains dans les segments premium, core plus et core, partiellement atténués par la pression concurrentielle constante dans le segment bon marché. Au Canada, notre High End Company continue d'afficher une croissance supérieure à celle du secteur et gagne des parts de marché dans le segment premium, sous l'effet de la croissance à deux chiffres des volumes de nos marques premium importées, dont Corona, Stella Artois et Hoegaarden. Le gain de parts de marché dans les segments core et core plus est surtout attribuable à Bud Light et à Michelob Ultra, la marque à la croissance la plus rapide au Canada.

Au **Pérou**, nous avons augmenté nos produits d'un chiffre dans le haut de la fourchette, grâce au mix de marques favorable et aux initiatives de gestion des revenus, dont une hausse des prix pour compenser la hausse des droits d'accise, bien que les volumes aient baissé d'un chiffre dans le bas de la fourchette en raison du contexte macroéconomique difficile. Nos marques mondiales restent en tête et ont progressé de plus de 50 %, notamment Corona et Budweiser. Cristal, notre plus grande marque core, se porte bien également grâce au succès de la campagne autour de la Copa América. Au 2T19, les produits de nos activités en **Équateur** ont progressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une hausse des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette. La premiumisation reste un moteur efficace pour notre portefeuille, nos marques mondiales et nos marques premium locales enregistrant une croissance à deux chiffres.

En **Argentine**, le contexte macro-économique reste très difficile, entraînant une baisse des volumes inférieure à 15 % au 2T19, tandis que nos produits et produits par hl affichent une croissance à deux chiffres suite à nos initiatives de gestion des revenus. Nous continuons à investir dans notre portefeuille solide afin d'offrir les bonnes marques pour répondre aux besoins des consommateurs pour diverses occasions de consommation. Nos marques above core se portent bien, grâce à nos marques mondiales et à nos championnes locales. Nous poursuivons notre stratégie d'accessibilité face au contexte macro-économique difficile, avec le lancement de packs pour réduire les menues dépenses.

Dans la Zone EMEA, **l'Europe** a réalisé un excellent trimestre, avec une hausse des produits et des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, et une progression de l'EBITDA d'un chiffre dans le haut de la fourchette. Cet excellent résultat a été dopé par des gains de part de marché sur tous nos principaux marchés et soutenu par une expansion continue dans le segment premium, malgré une comparaison difficile en raison de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Le Royaume-Uni continue d'afficher une hausse des volumes dans les circuits de consommation sur place et à domicile, les volumes de Corona et Bud Light enregistrant une croissance à deux chiffres. La Belgique continue à augmenter ses volumes avec des gains solides pour Jupiler et la belle progression de Stella Artois, soutenue par la nouvelle campagne « Home of Beer ». La France et les Pays-Bas enregistrent une solide croissance des produits avec une hausse à deux chiffres des volumes, renforcée par le succès du lancement de Budweiser en France. En **Afrique** hors Afrique du Sud, le Nigeria est toujours en tête avec une croissance à deux chiffres des produits et des volumes stimulée par le portefeuille de marques core et par Budweiser au sein du segment premium. Les volumes de nos bières en Tanzanie renouent avec la croissance ce trimestre, avec de bons résultats pour l'ensemble de notre portefeuille. Les volumes au Mozambique affichent une baisse d'environ 15 %, imputable à un cyclone tropical dévastateur en début d'année.

En **Australie**, la croissance à deux chiffres des produits et des volumes du 2T19 a été favorisée par le timing tardif du week-end de Pâques et par l'échelonnement des niveaux de stock en vue d'une hausse de prix planifiée en août. Great Northern reste un moteur de croissance important, avec une croissance à deux chiffres continue, et notre portefeuille premium se porte bien, grâce notamment à Corona et à nos marques artisanales locales. Notre première bière sans alcool, Carlton Zero, continue à renforcer notre portefeuille NABLAB.

### COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

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

	2T18 Retraité	2T18 Base de référence	2T19	Croissance interne
<b>Produits</b>	<b>13 992</b>	<b>13 764</b>	<b>13 963</b>	<b>6.2%</b>
Coûts des ventes	-5 163	-5 092	-5 263	-7.2%
<b>Marge brute</b>	<b>8 828</b>	<b>8 672</b>	<b>8 700</b>	<b>5.5%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 519	-4 455	-4 220	0.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	216	211	233	18.0%
<b>Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents</b>	<b>4 525</b>	<b>4 428</b>	<b>4 713</b>	<b>12.2%</b>
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 100		- 59	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 301		-1 004	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 164		44	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	36		9	
Impôts sur le résultat	- 754		- 943	
<b>Bénéfice</b>	<b>2 244</b>		<b>2 760</b>	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	309		276	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 935		2 484	
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>5 694</b>	<b>5 582</b>	<b>5 862</b>	<b>9.4%</b>
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>2 159</b>		<b>2 470</b>	

	2S18 Retraité	2S18 Base de référence	2S19	Croissance interne
<b>Produits</b>	<b>27 087</b>	<b>26 854</b>	<b>26 552</b>	<b>6.0%</b>
Coûts des ventes	-10 165	-10 096	-10 138	-6.6%
<b>Marge brute</b>	<b>16 922</b>	<b>16 758</b>	<b>16 414</b>	<b>5.7%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-8 839	-8 774	-8 258	-1.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	402	397	393	7.0%
<b>Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents</b>	<b>8 485</b>	<b>8 383</b>	<b>8 549</b>	<b>10.6%</b>
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 196		- 104	
Produits/(coûts) financiers nets	-2 878		-1 365	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 494		1 166	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	93		62	
Impôts sur le résultat	-1 420		-1 666	
<b>Bénéfice</b>	<b>3 590</b>		<b>6 642</b>	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	636		587	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 954		6 055	
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>10 820</b>	<b>10 702</b>	<b>10 849</b>	<b>8.8%</b>
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>3 602</b>		<b>4 986</b>	

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

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

	2T18	2T19	1S18	1S19
Restructuration	- 83	- 30	- 137	- 58
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	- 23	- 16	- 38	- 23
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	6	- 14	- 21	- 24
<b>Impact sur le résultat d'exploitation</b>	<b>- 100</b>	<b>- 59</b>	<b>- 196</b>	<b>- 104</b>

Le bénéfice d'exploitation normalisé du 2T19 ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 59 millions d'USD, liés essentiellement aux coûts uniques relatifs à l'intégration de SAB.

### Revenus/(coûts) financiers nets

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

	2T18 Retraité	2Q19	1S18 Retraité	1S19
Charges nettes d'intérêts	- 986	- 973	-1 955	-1 946
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	- 24	- 23	- 48	- 48
Charges de désactualisation	- 127	- 146	- 239	- 290
Ajustements à la valeur de marché	- 16	173	- 258	1 124
Autres résultats financiers	- 148	- 35	- 378	- 205
<b>Produits/(coûts) financiers nets</b>	<b>-1 301</b>	<b>-1 004</b>	<b>-2 878</b>	<b>-1 365</b>

Les coûts financiers nets 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**

	2T18	2T19	1S18	1S19
Prix de l'action au début de la période (Euro)	89.28	74.76	93.13	57.70
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	86.50	77.84	86.50	77.84
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	46.9	46.9	46.9	46.9

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

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

	2T18	2T19	1S18	1S19
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	- 10	88	- 127	556
Autres ajustements à la valeur de marché	- 9	87	- 123	542
Remboursement anticipé d'obligations et autres	- 146	- 131	- 244	68
<b>Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents</b>	<b>- 164</b>	<b>44</b>	<b>- 494</b>	<b>1 166</b>

Les revenus financiers nets non-récurrents comprennent des gains évalués à la valeur de marché résultant d'instruments dérivés conclus pour couvrir les actions émises dans le cadre des rapprochements avec Grupo Modelo et SAB.

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

**Tableau 8. Instruments non-récurrents dérivés sur fonds propres**

	2T18	2T19	1S18	1S19
Prix de l'action au début de la période (Euro)	89.28	74.76	93.13	57.70
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	86.50	77.84	86.50	77.84
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)**

	2T18 Retraité	2Q19	1S18 Retraité	1S19
Charges d'impôts	754	943	1 420	1 666
Taux d'impôts effectif	25.5%	25.5%	28.9%	20.2%
Taux d'impôts effectif normalisé	24.7%	25.9%	26.1%	23.1%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	24.6%	27.2%	25.0%	27.4%

La hausse de notre 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, s'explique essentiellement par le mix pays.

### Bénéfice, bénéfice normalisé et bénéfice sous-jacent

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

	2T18 Retraité	2Q19	1S18 Retraité	1S19
<b>Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 935</b>	<b>2 484</b>	<b>2 954</b>	<b>6 055</b>
Eléments non-récurrents, avant impôts	100	59	196	104
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	164	- 44	494	-1 166
Impôts non-récurrents	- 43	- 19	- 45	5
Eléments non-récurrents attribuable aux intérêts minoritaires	4	- 10	3	- 12
<b>Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>2 159</b>	<b>2 470</b>	<b>3 602</b>	<b>4 986</b>
<b>Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>2 175</b>	<b>2 295</b>	<b>3 860</b>	<b>3 866</b>

### BPA de base, normalisé et sous-jacent

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

	2T18 Retraité	2Q19	1S18 Retraité	1S19
<b>Bénéfice de base par action</b>	<b>0.98</b>	<b>1.25</b>	<b>1.50</b>	<b>3.06</b>
Eléments non-récurrents, avant impôts	0.05	0.03	0.10	0.05
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	0.08	-0.02	0.25	-0.59
Impôts non-récurrents	-0.02	-0.01	-0.02	-
<b>Bénéfice normalisé par action</b>	<b>1.09</b>	<b>1.25</b>	<b>1.82</b>	<b>2.52</b>
<b>BPA sous-jacent</b>	<b>1.10</b>	<b>1.16</b>	<b>1.95</b>	<b>1.95</b>

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

	2T18	2Q19	1S18	1S19
	Retraité		Retraité	
<b>EBIT normalisé hors hyperinflation</b>	<b>2.29</b>	<b>2.38</b>	<b>4.30</b>	<b>4.34</b>
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-	-	-	-0.02
<b>EBIT normalisé</b>	<b>2.29</b>	<b>2.38</b>	<b>4.30</b>	<b>4.32</b>
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	-0.01	0.09	-0.13	0.57
Coûts financiers nets	-0.65	-0.59	-1.33	-1.26
Impôts sur le résultat	-0.40	-0.49	-0.74	-0.84
Associés et intérêts minoritaires	-0.13	-0.14	-0.27	-0.27
<b>Bénéfice normalisé par action</b>	<b>1.09</b>	<b>1.25</b>	<b>1.82</b>	<b>2.52</b>
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0.01	-0.09	0.13	-0.57
Impacts d'hyperinflation dans le BPA	-	-	-	-
<b>BPA sous-jacent</b>	<b>1.10</b>	<b>1.16</b>	<b>1.95</b>	<b>1.95</b>

### Adoption du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine

Suite à l'atteinte d'un taux d'inflation cumulé sur trois ans supérieur à 100 %, 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.

Nous avons mis à jour la base de référence 2018 (jusqu'à l'EBIT normalisé) pour l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine comme si nous avons appliqué le traitement comptable de l'hyperinflation à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2018.

Au 2T18, au 2T19, au 1S18 et au 1S19, l'impact de l'hyperinflation sur nos produits et notre EBITDA normalisé a été comme suit :

**Tableau 13. Impacts d'hyperinflation (millions d'USD)**

Produits	2T18 Base de référence	2T19	1S18 Base de référence	1S19
Indexation <sup>(1)</sup>	41	45	55	59
Taux de clôture <sup>(2)</sup>	- 269	16	- 288	- 31
<b>Total</b>	<b>- 228</b>	<b>61</b>	<b>- 233</b>	<b>28</b>

EBITDA normalisé	2T18 Base de référence	2T19	1S18 Base de référence	1S19
Indexation <sup>(1)</sup>	13	20	17	24
Taux de clôture <sup>(2)</sup>	- 117	13	- 125	- 14
<b>Total</b>	<b>- 104</b>	<b>33</b>	<b>- 108</b>	<b>10</b>

USDARS taux de change moyen  
USDARS taux de change à la clôture

20.3037 40.2779  
28.8620 42.4489

(1) Indexation calculée au taux de change à la clôture

(2) L'impact de l'hyperinflation au niveau de la variation des devises est calculé comme la différence entre la conversion des chiffres rapportés en peso argentin (ARS) au taux de change à la clôture comparé au taux de change moyen de chaque exercice

En outre, la norme IAS 29 implique de retraiter des actifs et passifs non monétaires comptabilisés au coût historique dans le bilan de nos activités au sein des économies hyperinflationnistes en utilisant des indices d'inflation, de rapporter l'hyperinflation qui en résulte via le compte de résultats dans un poste spécifique

dédié aux ajustements monétaires liés à l'hyperinflation dans les coûts financiers et de présenter les éventuels impôts différés sur ces ajustements.

Au 1S19, nous avons présenté un ajustement monétaire de 48 millions d'USD rapporté dans les coûts financiers, un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 4 millions d'USD. Ceci n'a pas impacté le BPA normalisé du 2T19 ni du 1S19.

Les données financières 2018 retraitées qui tiennent compte des nouvelles règles relatives au traitement comptable des contrats de location, n'ont pas été ajustées à l'hyperinflation pour les périodes se terminant le 31 mars 2018 et le 30 juin 2018. Par conséquent, les résultats du 2T18 retraités ne reflètent par le traitement comptable de l'hyperinflation. Veuillez consulter la base de référence du 2T18 pour les résultats incluant l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation et des nouvelles règles relatives au traitement comptable des contrats de location jusqu'à l'EBIT normalisé.

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

	2T18	2T18	2T19	1S18	1S18	1S19
	Retraité	Base de référence		Retraité	Base de référence	
<b>Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 935</b>		<b>2 484</b>	<b>2 954</b>		<b>6 055</b>
Intérêts minoritaires	309		276	636		587
<b>Bénéfice</b>	<b>2 244</b>		<b>2 760</b>	<b>3 590</b>		<b>6 642</b>
Impôts sur le résultat	754		943	1 420		1 666
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	- 36		- 9	- 93		- 62
(Produits)/coûts financiers nets	1 301		1 004	2 878		1 365
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	164		- 44	494		-1 166
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	100		59	196		104
<b>EBIT Normalisé</b>	<b>4 525</b>	<b>4 428</b>	<b>4 713</b>	<b>8 485</b>	<b>8 383</b>	<b>8 549</b>
Amortissements et dépréciations	1 169	1 154	1 149	2 335	2 319	2 300
<b>EBITDA Normalisé</b>	<b>5 694</b>	<b>5 582</b>	<b>5 862</b>	<b>10 820</b>	<b>10 702</b>	<b>10 849</b>

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

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

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

### SITUATION FINANCIÈRE

Tableau 15. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'USD)

	1S18 Retraité	1S19
<b>Activités opérationnelles</b>		
Bénéfice	3 590	6 642
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	7 022	4 147
<b>Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions</b>	<b>10 612</b>	<b>10 789</b>
Changement du fonds de roulement	-2 298	-1 593
Contributions aux plans et utilisation des provisions	- 282	- 279
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-4 645	-4 158
Dividendes reçus	38	137
<b>Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles</b>	<b>3 425</b>	<b>4 896</b>
<b>Activités d'investissement</b>		
Dépenses d'investissement nettes	-1 972	-1 499
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	- 72	- 250
Produits des cessions dans le cadre du rapprochement avec SAB, après impôts	- 430	-
Produits nets de cessions d'obligations à court terme	1 299	- 1
Autre	- 75	- 5
<b>Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement</b>	<b>-1 250</b>	<b>-1 755</b>
<b>Activités de financement</b>		
Dividendes payés	-5 132	-2 389
(Remboursement)/émissions d'emprunts	1 703	1 411
Paiements en vertu des contrats de location	- 222	- 235
Autre (incluant charges financières nettes autres qu'intérêts et acquisitions d'intérêts minoritaires)	-1 192	- 784
<b>Flux de trésorerie provenant des activités de financement</b>	<b>-4 843</b>	<b>-1 997</b>
<b>Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	<b>-2 668</b>	<b>1 144</b>

Le 1S19 a enregistré une hausse de la trésorerie et des équivalents de trésorerie de 1 144 millions d'USD, par rapport à une baisse de 2 668 millions d'USD au 1S18, en tenant compte des mouvements suivants :

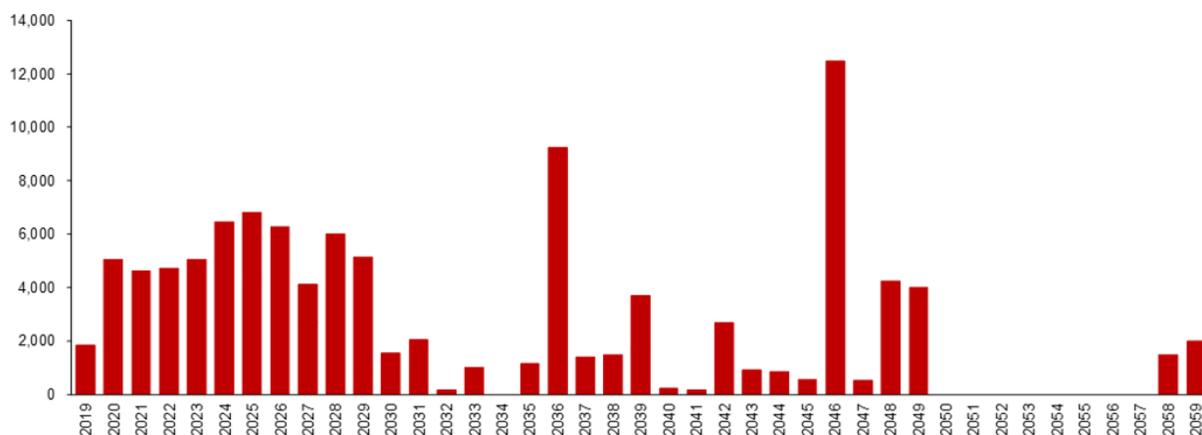
- Nos flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ont totalisé 4 896 millions d'USD au premier semestre 2019, par rapport à 3 425 millions d'USD au premier semestre 2018. Cette hausse résulte principalement de variations du fonds de roulement plus faibles en 2019 par rapport à 2018 et de la baisse des impôts sur le revenu en 2019. Les impôts payés en 2018 comprenaient des impôts se rapportant à des périodes antérieures. Les variations du fonds de roulement au premier semestre de 2019 et de 2018 reflètent la hausse des niveaux de fonds de roulement de fin juin par rapport aux niveaux de fin d'année, en raison des fluctuations saisonnières.
- Les flux de trésorerie sortants nets provenant des activités d'investissement s'élevaient à 1 755 millions d'USD au premier semestre de 2019, par rapport à 1 250 millions d'USD au premier semestre de 2018. La hausse des flux de trésorerie sortants provenant des activités d'investissement s'explique surtout par la baisse du produit de la vente de titres d'emprunt à court terme. Le flux de trésorerie utilisé pour les activités d'investissement en 2018 a été impacté négativement par les paiements liés au rachat des droits de distribution de Budweiser en Argentine et par les paiements des cessions liées à SAB qui n'ont pas été renouvelées en 2019.
- Les flux de trésorerie sortants provenant de nos activités de financement s'élevaient à 1 997 millions d'USD au premier semestre 2019, par rapport à un flux de trésorerie sortant de 4 843 millions d'USD au premier semestre 2018.

Notre dette nette a été retraitée pour refléter l'impact de l'adoption de la norme IFRS 16 et s'élevait à 104,2 milliards d'USD au 30 juin 2019 et au 31 décembre 2018. Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé était de 4,61x au 31 décembre 2018 (chiffres retraités) et de 4,58x au 30 juin 2019 (base de référence). Le calcul du ratio endettement net / EBITDA de l'EX18 a été retraité compte tenu des nouvelles règles comptables relatives au traitement des contrats de location (IFRS 16). Le calcul du ratio endettement net / EBITDA de l'EX19 a été réalisé en utilisant la base de référence. La base de référence reflète le retraitement relatif à l'impact de l'hyperinflation pour les activités en Argentine comme si l'entreprise avait appliqué le traitement comptable de l'hyperinflation au 1<sup>er</sup> janvier 2018 et après retraitement de l'EBITDA et de la dette pour tenir compte des nouvelles règles relatives au traitement comptable des contrats de location. Notre structure de capital optimale est un ratio endettement net / EBITDA d'environ 2x, et nous maintenons notre engagement à atteindre un ratio endettement net/EBITDA inférieur à 4x d'ici à fin 2020.

Nous continuerons de gérer de manière proactive notre portefeuille de dettes, dont 91 % sont à taux fixe, 40 % sont exprimés en devises autres que l'USD, et les échéances sont bien réparties sur les prochaines années.

Outre un profil d'échéance très confortable de la dette et un solide flux de trésorerie, nous disposons au 30 juin 2019 d'une liquidité totale de 17,1 m d'USD, dont 9 milliards d'USD disponibles sous la forme de lignes de crédit à long terme et 8,1 milliards d'USD de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et de placements à court terme dans des titres d'emprunt, moins les découverts bancaires. Bien que nous puissions emprunter ces montants pour combler nos besoins en liquidité, nous comptons essentiellement sur les flux de trésorerie provenant d'activités d'exploitation pour financer nos activités permanentes.

**Tableau 16. Échéancier de remboursement des obligations au 30 Juin 2019 (millions d'USD)**



**ÉVÉNEMENTS RÉCENTS**
**IPO potentielle de Budweiser APAC**

Le 12 juillet 2019, nous avons décidé de ne pas continuer, à ce stade, l'offre publique proposée sur la Bourse de Hong Kong d'une participation minoritaire dans notre filiale d'Asie-Pacifique, Budweiser Brewing Company APAC Limited (Budweiser APAC).

**Accord pour la cession de Carlton & United Breweries à Asahi Group Holdings, Ltd. et évaluation d'une IPO potentielle de Budweiser APAC**

Le 19 juillet 2019, nous avons annoncé un accord pour la cession de nos activités en Australie (Carlton & United Breweries) à Asahi Group Holdings, Ltd. (Asahi) pour un montant de 16,0 milliards d'AUD, soit environ 11,3 milliards d'USD en valeur d'entreprise pour un multiple implicite de 14,9x l'EBITDA normalisé de 2018. Dans le cadre de cette opération, nous accorderons à Asahi le droit de commercialiser notre portefeuille de marques mondiales et internationales en Australie. Cette opération est soumise aux conditions de clôture usuelles, en ce compris mais non limitativement, les approbations réglementaires en Australie, et devrait être finalisée d'ici le premier trimestre de l'année 2020.

Nous continuons de croire en la logique stratégique d'une éventuelle offre d'une participation minoritaire dans Budweiser APAC, à l'exclusion de l'Australie, à condition qu'elle puisse être finalisée à une valorisation adéquate.

Ce communiqué de presse ne constitue ni une offre de vente ni une sollicitation d'achat d'actions d'AB InBev ou de Budweiser APAC.

**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.

AB InBev a retraité ses résultats 2018 en tenant compte des nouvelles règles IFRS relatives au traitement comptable des contrats de location comme si la société avait appliqué la nouvelle norme à compter du 1er janvier 2018, et de la nouvelle structure organisationnelle de la société en vigueur depuis le 1er janvier 2019 conformément aux règles IFRS. Cette présentation correspond à « 2018 Retraité ».

AB InBev a mis à jour son information par segment 2018 aux fins de la publication des résultats. Cette présentation, correspondant à « 2018 Base de référence », comprend, à des fins de comparaison et pour faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB InBev, (i) la nouvelle structure organisationnelle de la société en vigueur à partir du 1er janvier 2019, (ii) l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation pour les activités argentines comme si la société avait appliqué le traitement comptable de l'hyperinflation à compter du 1er janvier 2018 et (iii) les résultats retraités en tenant compte des nouvelles règles IFRS relatives au traitement comptable des contrats de location comme si la société avait appliqué la nouvelle norme dès le 1er janvier 2018.

Les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières américaines. Les références à la High End Company renvoient à une business unit constituée d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales vendues dans 22 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-récurrents et les activités abandonnées. Les éléments non-récurrents sont des produits ou charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de la société. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de la société de par leur taille ou nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateur de la performance de la société. Le 30 mars 2018, la fusion 50/50 des activités d'AB InBev et d'Anadolu Efes en Russie et en Ukraine a été clôturée. Les activités combinées sont consolidées intégralement dans les comptes financiers d'Anadolu Efes. Suite à cette transaction, AB InBev a cessé de consolider ses activités en Russie et en Ukraine et consolide son investissement dans AB InBev Efes selon la méthode de mise en équivalence, à compter de cette date. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Les BPA du 2T19 et du 1S19 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 980 millions d'actions, comparée à une moyenne pondérée de 1 975 millions d'actions au 2T18 et au 1S18.

**Mentions légales**

Le présent communiqué de presse contient des « déclarations prévisionnelles ». Ces déclarations reposent sur les attentes et points de vue actuels du management d'AB InBev quant aux événements et évolutions futurs et sont soumises à des incertitudes et des changements au gré des circonstances. Les déclarations prévisionnelles contenues dans le présent communiqué incluent, entre autres, des déclarations liées au rapprochement d'AB InBev avec ABI SAB Group Holdings Limited et d'autres déclarations qui ne sont pas des faits historiques. Les déclarations prévisionnelles sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « estimer », « probable », « prévoir » ou d'autres mots ou expressions ayant une portée similaire. Toutes les déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devriez pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prévisionnelles, qui reflètent le point de vue actuel du management d'AB InBev, sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes au sujet d'AB InBev et sont dépendantes de nombreux facteurs, qui pour certains sont en dehors du contrôle d'AB InBev. Des facteurs, risques et incertitudes importants peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats escomptés. Ceci inclut, entre autres, la capacité à réaliser des synergies à partir du rapprochement avec ABI SAB Group Holdings Limited, l'incapacité de mener à terme toutes les options stratégiques relatives à nos activités en Asie-Pacifique, et les risques et incertitudes relatifs à AB InBev décrits au point 3.D du rapport annuel d'AB InBev inclus dans le formulaire 20-F (« Form 20-F ») déposé auprès de la US Securities and Exchange Commission (« SEC ») le 22 mars 2019. D'autres facteurs inconnus ou imprévisibles peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats énoncés dans les déclarations prévisionnelles.

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

Les données financières relatives au premier semestre 2019 (1S19) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9, 10 et 14 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 30 juin 2019 et pour la période de six mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un examen par notre commissaire PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren/Réviseurs d'Entreprises CVBA/SCRL conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (États-Unis), et conformément aux normes relatives aux 'International Standard on Review Engagements 2410'. Les commissaires ont conclu que, sur la base de leur examen, aucun fait n'a été porté à leur connaissance, qui tendrait à indiquer que ces états financiers intermédiaires n'ont pas été présentés équitablement, sous tous égards significativement importants, conformément à la norme IAS 34 « Information financière intermédiaire », telle que publiée par l'IASB et adoptée par l'Union européenne. Les données financières présentées aux tableaux 6, 8 et 11 à 13 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 30 juin 2019 et pour la période de six mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes).

### CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

#### Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le jeudi 25 juillet 2019 :

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

#### Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 2Q19 Results Webcast](#)

Conférence téléphonique (avec Q&A interactif) :

[AB InBev 2Q19 Conference Call \(with interactive Q&A\)](#)

### CONTACTS ANHEUSER-BUSCH INBEV

#### **Investisseurs**

##### **Lauren Abbott**

Tél. : +1 212 573 9287

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

##### **Mariusz Jamka**

Tél. : +32 16 276 888

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

##### **Jency John**

Tél. : +1 646 746 9673

E-mail : [jency.john@ab-inbev.com](mailto:jency.john@ab-inbev.com)

#### **Médias**

##### **Pablo Jimenez**

Tél. : +1 212 573 9289

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

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

Tél. : +32 16 276 608

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

##### **Fallon Buckelew**

Tél. : +1 310 592 6319

E-mail : [fallon.buckelew@ab-inbev.com](mailto:fallon.buckelew@ab-inbev.com)

#### **À propos d'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). Notre Rêve est de réunir les gens pour un monde meilleur. La bière, premier réseau social, rassemble les gens depuis des milliers d'années. Nous avons à cœur de développer de grandes marques qui résistent à l'épreuve du temps et de brasser les meilleures bières en utilisant les ingrédients naturels de la plus haute qualité. Notre portefeuille diversifié de plus de 500 marques de bière comprend les marques mondiales Budweiser®, Corona® et Stella Artois®, les marques multi-pays Beck's®, Castle®, Castle Lite®, Hoegaarden® et Leffe®, et les championnes locales Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® et Skol®. Notre héritage brassicole remonte à plus de 600 ans, traversant les continents et les générations. De nos racines européennes ancrées dans la brasserie Den Hoorn à Leuven en Belgique, à l'esprit innovateur de la brasserie Anheuser & Co à St. Louis aux 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 175 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2018, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 54,6 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial	2T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	143 685	- 600	-	3 035	146 120	2.1%
dont volumes de nos propres bières	127 632	- 20	-	2 853	130 465	2.2%
<b>Produits</b>	<b>13 764</b>	<b>- 20</b>	<b>- 624</b>	<b>843</b>	<b>13 963</b>	<b>6.2%</b>
Coûts des ventes	-5 092	- 77	274	- 369	-5 263	-7.2%
<b>Marge brute</b>	<b>8 672</b>	<b>- 97</b>	<b>- 350</b>	<b>475</b>	<b>8 700</b>	<b>5.5%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 455	12	208	16	-4 220	0.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	211	1	- 16	38	233	18.0%
EBIT normalisé	4 428	- 82	- 158	528	4 713	12.2%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>5 582</b>	<b>- 17</b>	<b>- 221</b>	<b>521</b>	<b>5 862</b>	<b>9.4%</b>
Marge EBITDA normalisée	40.6%				42.0%	123 bps
AAmérique du Nord	2T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	29 813	15	-	- 715	29 113	-2.4%
<b>Produits</b>	<b>4 181</b>	<b>7</b>	<b>- 24</b>	<b>59</b>	<b>4 224</b>	<b>1.4%</b>
Coûts des ventes	-1 535	- 5	8	- 10	-1 543	-0.7%
<b>Marge brute</b>	<b>2 647</b>	<b>2</b>	<b>- 17</b>	<b>49</b>	<b>2 681</b>	<b>1.8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 179	- 3	8	- 13	-1 186	-1.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	1	-	-	7	8	-
EBIT normalisé	1 469	- 1	- 8	43	1 503	2.9%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 673</b>	<b>- 1</b>	<b>- 9</b>	<b>35</b>	<b>1 698</b>	<b>2.1%</b>
Marge EBITDA normalisée	40.0%				40.2%	26 bps
AAmérique du Centre	2T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	32 212	- 55	-	2 051	34 208	6.4%
<b>Produits</b>	<b>2 892</b>	<b>- 31</b>	<b>- 119</b>	<b>282</b>	<b>3 024</b>	<b>9.8%</b>
Coûts des ventes	- 851	5	33	- 74	- 887	-8.7%
<b>Marge brute</b>	<b>2 041</b>	<b>- 26</b>	<b>- 86</b>	<b>208</b>	<b>2 137</b>	<b>10.3%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 827	4	31	55	- 736	6.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	21	3	- 1	25	47	107.4%
EBIT normalisé	1 235	- 19	- 56	288	1 448	23.7%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 448</b>	<b>- 33</b>	<b>- 65</b>	<b>320</b>	<b>1 670</b>	<b>22.6%</b>
Marge EBITDA normalisée	50.1%				55.2%	575 bps
AAmérique du Sud	2T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	30 383	21	-	184	30 588	0.6%
<b>Produits</b>	<b>2 101</b>	<b>2</b>	<b>- 110</b>	<b>159</b>	<b>2 152</b>	<b>7.6%</b>
Coûts des ventes	- 797	- 48	86	- 132	- 890	-15.6%
<b>Marge brute</b>	<b>1 304</b>	<b>- 46</b>	<b>- 24</b>	<b>27</b>	<b>1 262</b>	<b>2.2%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 720	- 5	50	- 18	- 693	-2.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	74	- 3	- 2	- 31	38	-43.3%
EBIT normalisé	657	- 54	24	- 21	607	-3.5%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>884</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>- 74</b>	<b>839</b>	<b>-8.2%</b>
Marge EBITDA normalisée	42.1%				39.0%	-632 bps

EMEA	2T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	21 340	- 416	-	1 155	22 079	5.5%
<b>Produits</b>	<b>2 176</b>	<b>- 10</b>	<b>- 198</b>	<b>145</b>	<b>2 113</b>	<b>6.7%</b>
Coûts des ventes	- 887	7	80	- 109	- 910	-12.6%
<b>Marge brute</b>	<b>1 289</b>	<b>- 3</b>	<b>- 118</b>	<b>35</b>	<b>1 203</b>	<b>2.8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 751	- 2	66	- 23	- 711	-3.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	68	-	- 4	- 8	55	-11.3%
EBIT normalisé	606	- 5	- 57	4	548	0.7%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>847</b>	<b>- 6</b>	<b>- 79</b>	<b>41</b>	<b>803</b>	<b>4.9%</b>
Marge EBITDA normalisée	38.9%				38.0%	-68 bps

Asie-Pacifique	2T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	29 804	- 32	-	333	30 105	1.1%
<b>Produits</b>	<b>2 327</b>	<b>- 14</b>	<b>- 170</b>	<b>163</b>	<b>2 306</b>	<b>7.1%</b>
Coûts des ventes	- 958	- 2	64	1	- 895	0.1%
<b>Marge brute</b>	<b>1 369</b>	<b>- 16</b>	<b>- 106</b>	<b>164</b>	<b>1 411</b>	<b>12.2%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 741	19	47	33	- 642	4.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	43	-	- 4	24	63	56.7%
EBIT normalisé	670	3	- 63	221	832	33.2%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>870</b>	<b>3</b>	<b>- 76</b>	<b>200</b>	<b>998</b>	<b>23.1%</b>
Marge EBITDA normalisée	37.4%				43.3%	564 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	2T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	2T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	132	- 132	-	26	26	-
<b>Produits</b>	<b>87</b>	<b>26</b>	<b>- 2</b>	<b>36</b>	<b>145</b>	<b>32.3%</b>
Coûts des ventes	- 65	- 34	3	- 44	- 138	-46.4%
<b>Marge brute</b>	<b>22</b>	<b>- 8</b>	<b>1</b>	<b>- 9</b>	<b>7</b>	<b>-64.1%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 236	- 1	5	- 19	- 251	-8.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	5	2	- 4	20	21	322.6%
EBIT normalisé	- 209	- 6	2	- 8	- 224	-3.9%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>- 141</b>	<b>- 1</b>	<b>- 1</b>	<b>- 1</b>	<b>- 146</b>	<b>-0.4%</b>

Annexe 2						
AB InBev au niveau mondial	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	278 515	-3 645	-	4 711	279 581	1.7%
dont volumes de nos propres bières	245 983	-2 539	-	4 037	247 481	1.7%
<b>Produits</b>	<b>26 854</b>	<b>- 180</b>	<b>-1 724</b>	<b>1 603</b>	<b>26 552</b>	<b>6.0%</b>
Coûts des ventes	-10 096	- 30	653	- 666	-10 138	-6.6%
<b>Marge brute</b>	<b>16 758</b>	<b>- 210</b>	<b>-1 071</b>	<b>936</b>	<b>16 414</b>	<b>5.7%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-8 774	64	544	- 92	-8 258	-1.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	397	- 4	- 27	28	393	7.0%
EBIT normalisé	8 383	- 150	- 554	872	8 549	10.6%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>10 702</b>	<b>- 55</b>	<b>- 731</b>	<b>935</b>	<b>10 849</b>	<b>8.8%</b>
Marge EBITDA normalisée	39.9%				40.9%	104 bps
AAmérique du Nord	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	54 627	15	-	-1 007	53 635	-1.8%
<b>Produits</b>	<b>7 641</b>	<b>7</b>	<b>- 44</b>	<b>98</b>	<b>7 701</b>	<b>1.3%</b>
Coûts des ventes	-2 832	- 7	14	- 42	-2 869	-1.5%
<b>Marge brute</b>	<b>4 808</b>	<b>1</b>	<b>- 31</b>	<b>55</b>	<b>4 833</b>	<b>1.2%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 228	- 3	17	17	-2 197	0.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	2	-	-	19	20	-
EBIT normalisé	2 581	- 2	- 13	91	2 656	3.5%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>2 995</b>	<b>- 2</b>	<b>- 15</b>	<b>67</b>	<b>3 045</b>	<b>2.3%</b>
Marge EBITDA normalisée	39.2%				39.5%	38 bps
AAmérique du Centre	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	62 950	- 109	-	1 881	64 722	3.0%
<b>Produits</b>	<b>5 597</b>	<b>- 59</b>	<b>- 210</b>	<b>407</b>	<b>5 735</b>	<b>7.3%</b>
Coûts des ventes	-1 662	- 17	60	- 92	-1 711	-5.5%
<b>Marge brute</b>	<b>3 935</b>	<b>- 76</b>	<b>- 150</b>	<b>315</b>	<b>4 024</b>	<b>8.2%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 625	12	56	74	-1 483	4.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	27	4	- 1	25	55	79.9%
EBIT normalisé	2 337	- 60	- 95	414	2 595	18.2%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>2 742</b>	<b>- 58</b>	<b>- 111</b>	<b>464</b>	<b>3 036</b>	<b>17.3%</b>
Marge EBITDA normalisée	49.0%				52.9%	449 bps
AAmérique du Sud	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	64 471	188	-	2 198	66 856	3.4%
<b>Produits</b>	<b>4 962</b>	<b>12</b>	<b>- 814</b>	<b>611</b>	<b>4 769</b>	<b>12.3%</b>
Coûts des ventes	-1 879	- 57	312	- 305	-1 928	-15.8%
<b>Marge brute</b>	<b>3 082</b>	<b>- 46</b>	<b>- 502</b>	<b>306</b>	<b>2 841</b>	<b>10.1%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 588	- 12	250	- 75	-1 427	-4.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	156	- 4	- 11	- 41	100	-27.0%
EBIT normalisé	1 649	- 62	- 263	190	1 514	12.1%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>2 141</b>	<b>35</b>	<b>- 350</b>	<b>149</b>	<b>1 976</b>	<b>6.9%</b>
Marge EBITDA normalisée	43.1%				41.4%	-213 bps

EMEA	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	41 889	-3 228	-	1 574	40 235	4.1%
<b>Produits</b>	<b>4 095</b>	<b>- 147</b>	<b>- 348</b>	<b>187</b>	<b>3 786</b>	<b>4.8%</b>
Coûts des ventes	-1 721	86	142	- 144	-1 637	-8.9%
<b>Marge brute</b>	<b>2 374</b>	<b>- 61</b>	<b>- 207</b>	<b>42</b>	<b>2 149</b>	<b>1.8%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 473	51	122	- 59	-1 359	-4.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	117	- 1	- 7	- 11	98	-9.4%
EBIT normalisé	1 018	- 10	- 92	- 27	888	-2.7%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 507</b>	<b>- 25</b>	<b>- 134</b>	<b>24</b>	<b>1 373</b>	<b>1.6%</b>
Marge EBITDA normalisée	36.8%				36.3%	-113 bps

Asie-Pacifique	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	54 100	- 32	-	23	54 092	0.0%
<b>Produits</b>	<b>4 367</b>	<b>- 14</b>	<b>- 302</b>	<b>255</b>	<b>4 306</b>	<b>5.9%</b>
Coûts des ventes	-1 828	- 2	118	- 32	-1 743	-1.7%
<b>Marge brute</b>	<b>2 539</b>	<b>- 16</b>	<b>- 184</b>	<b>224</b>	<b>2 563</b>	<b>8.9%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 363	19	85	22	-1 237	1.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	84	-	- 6	13	91	16.1%
EBIT normalisé	1 259	3	- 105	259	1 417	20.6%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 642</b>	<b>3</b>	<b>- 130</b>	<b>273</b>	<b>1 787</b>	<b>16.6%</b>
Marge EBITDA normalisée	37.6%				41.5%	384 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hrs)	478	- 478	-	42	42	-
<b>Produits</b>	<b>193</b>	<b>20</b>	<b>- 5</b>	<b>46</b>	<b>254</b>	<b>23.7%</b>
Coûts des ventes	- 173	- 33	7	- 52	- 249	-27.9%
<b>Marge brute</b>	<b>21</b>	<b>- 13</b>	<b>3</b>	<b>- 6</b>	<b>5</b>	<b>-74.0%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 496	- 3	15	- 72	- 556	-14.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	13	- 3	- 2	22	29	233.8%
EBIT normalisé	- 462	- 19	16	- 56	- 522	-11.6%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>- 325</b>	<b>- 9</b>	<b>9</b>	<b>- 42</b>	<b>- 368</b>	<b>-12.4%</b>