

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 3T19 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 retraités et la base de référence 2018, veuillez vous référer aux pages 19 et 20.

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois de 2019

CHIFFRES CLÉS

- Produits** : Les produits ont augmenté de 2,7 % durant le trimestre, avec une hausse des produits par hl de 3,0 %, la solide croissance favorisée par nos initiatives continues de premiumisation et de gestion des revenus ayant été partiellement atténuée par des avancées dans notre stratégie d'accessibilité intelligente. Au cours des 9M19, les produits ont progressé de 4,8 %, avec une croissance des produits par hl de 3,7 %.
- Volumes** : Les volumes totaux ont diminué de 0,5 % au 3T19, les volumes de nos propres bières affichant une baisse de 0,9 %, et les volumes non-bières une hausse de 4,0 %. La solide croissance des marchés au Mexique, en Afrique du Sud et en Colombie a été plus qu'atténuée par les déclinés en Chine et aux États-Unis, tous deux essentiellement dus aux effets de l'échelonnement des livraisons. Au cours des 9M19, les volumes totaux ont augmenté de 1,0 %, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,7 %, et les volumes non-bières une hausse de 3,6 %.
- Marques mondiales** : Au 3T19, les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont enregistré une hausse de 4,1 % au niveau mondial et de 5,2 % en dehors de leurs marchés domestiques. Au cours des 9M19, les produits combinés de nos marques mondiales ont progressé de 6,4 % au niveau mondial et de 9,5 % en dehors de leurs marchés domestiques.
- Coûts des Ventes (CdV)** : Les CdV ont augmenté de 6,9 % au 3T19 et de 6,7 % par hl en raison de l'impact significatif du prix des produits de base et de l'effet de change résultant du timing de nos opérations de couverture. Au cours de 9M19, les CdV ont augmenté de 6,9 % et de 5,4 % par hl.
- EBITDA** : L'EBITDA est resté stable durant le trimestre avec une réduction de la marge EBITDA de 107 points de base à 40,2 % due à l'effet négatif des CdV et à l'échelonnement des investissements commerciaux et de marketing. Au cours des 9M19, l'EBITDA a augmenté de 5,6 % et la marge EBITDA a gagné 29 points de base pour atteindre 40,4 %.
- Résultats financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors résultats financiers nets non-récurrents) étaient de 677 millions d'USD au 3T19, alors qu'ils s'élevaient à 1 797 millions d'USD au 3T18. Cette amélioration est majoritairement due à un gain évalué à la valeur de marché de 549 millions d'USD au 3T19 lié à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, par rapport à une perte de 616 millions d'USD au 3T18, soit une fluctuation de 1 165 millions d'USD. Les coûts financiers nets s'élèvent à 2 047 millions d'USD pour les 9M19, alors qu'ils étaient de 4 682 millions d'USD pour les 9M18.
- Impôt sur le résultat** : Le taux d'imposition effectif (TIE) normalisé a diminué de 24,9 % au 3T18 à 22,6 % au 3T19. Sans tenir compte de l'impact de gains liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, notre TIE normalisé a augmenté de 19,8 % au 3T18 à 26,8 % au 3T19. Le TIE normalisé a diminué de 25,5 % pour les 9M18 à 22,8 % pour les 9M19 et, sans tenir compte de l'impact des gains liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, notre TIE normalisé a augmenté de 22,9 % pour les 9M18 à 27,2 % pour les 9M19.
- Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev s'élève à 2 412 millions d'USD au 3T19 contre 1 517 millions d'USD au 3T18 et à 7 125 millions d'USD pour les 9M19 contre 4 843 millions d'USD pour les 9M18. 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 l'impact de l'hyperinflation) était de 1 870 millions d'USD au 3T19 contre 2 190 millions d'USD au 3T18, et de 5 462 millions d'USD

pour les 9M19 contre 5 771 millions d'USD pour les 9M18.

- **Bénéfice par action (BPA) :** Le BPA normalisé du 3T19 qui était de 1,22 USD, soit une hausse par rapport à 0,77 USD au 3T18, 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 2,45 USD pour les 9M18 à 3,59 USD pour les 9M19. 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 l'impact de l'hyperinflation) est de 0,94 USD au 3T19, soit une baisse par rapport au 1,11 USD du 3T18, et s'élève à 2,76 USD pour les 9M19, soit une baisse par rapport aux 2,92 USD des 9M18.
- **Acompte sur dividende :** Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un acompte sur dividende de 0,80 EUR par action pour l'exercice 2019. Des informations relatives aux dates ex-coupon, aux dates d'enregistrement et aux dates de paiement sont fournies à la page 19.
- **Hyperinflation :** Le retraitement lié à l'hyperinflation des résultats du 1S19 sur base du pouvoir d'achat de septembre et du taux de change à la clôture des 9M19 a eu un impact négatif de 57 millions d'USD sur les produits et de 37 millions sur l'EBITDA normalisé sur la croissance interne rapportée pour la période des 9M19. L'impact du retraitement lié à l'hyperinflation du 1S19 n'est pas pris en compte dans le calcul de la croissance interne du 3T19 et est présenté séparément dans l'Annexe 1.
- **Désendettement:** Après la finalisation avec succès de la cotation de Budweiser APAC et tenant compte des produits attendus de la cession des activités australiennes (tout en excluant l'EBITDA provenant des activités australiennes des 12 derniers mois), notre ratio dette nette / EBITDA serait inférieur à 4x d'ici la fin de 2019, soit un an d'avance par rapport à ce que nous indiquions auparavant.
- **Rapprochement avec SAB :** Nous avons achevé la réalisation des 3,2 milliards d'USD de synergies et d'économies de coûts en devises constantes à compter d'août 2016 résultant du rapprochement avec SAB.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	3T18 Retraité	3T18 Base de référence	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	144 583	144 583	143 417	-0.5%
Nos propres bières	128 130	128 130	127 254	-0.9%
Volumes des non-bières	15 118	15 118	15 227	4.0%
Produits de tiers	1 335	1 335	936	-2.7%
Produits	12 916	13 180	13 172	2.7%
Marge brute	8 055	8 217	8 032	0.1%
Marge brute en %	62.4%	62.3%	61.0%	-157 bps
EBITDA normalisé	5 314	5 433	5 291	0.0%
Marge EBITDA normalisé	41.1%	41.2%	40.2%	-107 bps
EBIT normalisé	4 175	4 281	4 114	-2.6%
Marge EBIT normalisé	32.3%	32.5%	31.2%	-172 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	837		2 930	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	959		3 003	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 517		2 412	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 190		1 870	
Bénéfice par action (USD)	0.49		1.51	
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.77		1.22	
BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)	1.11		0.94	

	9M18 Retraité	9M18 Base de référence	9M19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	419 659	419 659	419 448	1.0%
Nos propres bières	370 878	370 878	371 398	0.7%
Volumes des non-bières	44 988	44 988	45 126	3.6%
Produits de tiers	3 793	3 793	2 924	-10.5%
Produits	39 249	39 249	38 994	4.8%
Marge brute	24 380	24 380	23 902	3.6%
Marge brute en %	62.1%	62.1%	61.3%	-73 bps
EBITDA normalisé	15 713	15 713	15 735	5.6%
Marge EBITDA normalisé	40.0%	40.0%	40.4%	29 bps
EBIT normalisé	12 269	12 269	12 293	5.5%
Marge EBIT normalisé	31.3%	31.3%	31.5%	21 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 540		8 748	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 913		9 058	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 843		7 125	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 771		5 462	
Bénéfice par action (USD)	1.98		4.57	
Bénéfice normalisé par action (USD)	2.45		3.59	
BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)	2.92		2.76	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	3T18 Base de référence	Scope	Croissance interne	3T19	Croissance interne Volumes totaux	Croissance interne Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	29 985	16	- 991	29 009	-3.3%	-3.4%
Amériques du Centre	31 813	- 28	1 487	33 272	4.7%	5.0%
Amérique du Sud	21 793	- 461	476	21 807	2.2%	2.9%
EMEA	31 297	-	302	31 599	1.0%	-0.7%
Asie-Pacifique	29 432	- 33	-1 901	27 498	-6.5%	-6.7%
Exportations Globales et Sociétés Holding	265	-	- 33	231	-12.5%	-13.0%
AB InBev au niveau mondial	144 583	- 507	- 659	143 417	-0.5%	-0.9%

	9M18 Base de référence	Scope	Croissance interne	9M19	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	84 612	30	-1 998	82 644	-2.4%	-2.4%
Amériques du Centre	94 763	- 137	3 368	97 994	3.6%	3.8%
Amérique du Sud	63 667	-3 690	2 044	62 022	3.4%	3.9%
EMEA	95 768	188	2 499	98 455	2.6%	1.9%
Asie-Pacifique	79 691	- 66	-1 939	77 687	-2.4%	-2.1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	1 160	- 478	- 34	647	-4.9%	-5.2%
AB InBev au niveau mondial	419 659	-4 152	3 942	419 448	1.0%	0.7%

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Le troisième trimestre de l'année 2019 a été difficile, principalement en raison de trois facteurs anticipés : l'échelonnement des livraisons en Chine au 2T19 en prévision des activations estivales, une hausse des coûts des ventes par hl due à l'impact négatif du prix des produits de base et de l'effet de change et l'échelonnement d'une année à l'autre de nos investissements commerciaux et de marketing, suite à l'activation de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. En outre, les hausses de prix implémentées en Corée du Sud et au Brésil ont entraîné une baisse des volumes qui a été exacerbée par le ralentissement de la demande des consommateurs suite à un contexte macroéconomique difficile.

Les produits ont augmenté de 2,7% avec une hausse des produits par hl de 3,0 %, la solide croissance favorisée par nos initiatives continues de premiumisation et de gestion des revenus ayant été partiellement atténuée par des avancées dans notre stratégie d'accessibilité intelligente sur certains de nos principaux marchés. Nos volumes totaux ont reculé de 0,5 %, avec des volumes bières en baisse de 0,9 %, partiellement compensés par une solide croissance des volumes non-bières de 4,0 %. Nous avons enregistré une croissance des volumes particulièrement forte au Mexique, en Afrique du Sud et en Colombie, qui a réalisé sa meilleure performance trimestrielle en termes de volumes depuis le rapprochement avec SAB conclu en octobre 2016.

La croissance de l'EBITDA s'est stabilisée au 3T19 par rapport à l'année précédente, avec une réduction de la marge d'un peu plus de 100 points de base à 40,2 %. Nos résultats financiers ont été impactés par le ralentissement de la croissance des produits, par une hausse des coûts des ventes due à l'impact significatif du prix des produits de base et de l'effet de change et par l'échelonnement d'une année à l'autre de nos investissements commerciaux et de marketing, comme anticipé. Pour rappel, durant l'EX18, nos investissements commerciaux et de marketing avaient été réalisés principalement au cours du premier semestre de l'année suite à l'activation de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Pour l'EX19, nous prévoyons que nos investissements commerciaux et de marketing seront bien mieux répartis tout au long de l'année, ce qui donnera une comparaison difficile au second semestre 2019.

Notre algorithme de croissance a connu une évolution pour atteindre une croissance plus équilibrée des volumes et des produits par hl. Alors que nous utilisons le cadre d'extension des catégories sur nos marchés, nous atteignons plus de consommateurs à différentes occasions en offrant un portefeuille diversifié de marques qui varie selon le style, les besoins et le niveau des prix.

Autour du monde, la catégorie de la bière se premiumise et nous continuons d'investir dans la croissance de notre portefeuille inégalé de marques premium pour adresser cette tendance. Notre stratégie de premiumisation se manifeste sous l'impulsion de la High End Company et de notre portefeuille de marques mondiales qui tous deux continuent de progresser tout en maintenant l'avance sur notre entreprise globale. Au troisième trimestre, notre High End Company a connu une croissance de 13,5% alors que les marques mondiales ont connu une hausse de 5,2% en dehors de leurs marchés domestiques. La valeur solide de nos marques mondiales a été récemment reconnue par Interbrand, qui a une nouvelle fois fait figurer

Budweiser et Corona dans son classement des 100 plus grandes marques mondiales. Ces marques étaient les deux marques de bière les mieux classées et toutes deux ont amélioré leur classement par rapport à l'année précédente et ont augmenté leur valeur en dollar.

En plus de la premiumisation, le cadre d'extension des catégories met clairement en évidence l'opportunité d'offrir aux consommateurs un portefeuille de marques couvrant l'ensemble des prix. Ceci est surtout valable dans les marchés émergents où les revenus dont disposent les consommateurs sont typiquement moins élevés et où l'accessibilité économique est un facteur limitant pour les consommateurs qui souhaitent accéder à la catégorie de la bière. Nous croyons qu'une stratégie d'accessibilité intelligente est un élément crucial pour atteindre de nouveaux consommateurs ainsi que pour introduire la bière à de nouvelles occasions. Par conséquent, nous avons agrandi notre portefeuille afin d'offrir plus de prix accessibles à plus de consommateurs par le biais d'initiatives telles que de nouveaux formats d'emballage et de nouvelles bières brassées avec des ingrédients cultivés par des producteurs locaux. Nos initiatives connaissent des résultats significatifs dans des marchés majeurs tels que le Brésil, l'Argentine, la Colombie, l'Equateur et l'Afrique du Sud. Ces offres génèrent un bénéfice supplémentaire mais ont généralement un effet de dilution sur le produit par hl.

Dans le cadre de notre programme Better World en faveur d'un monde meilleur, nous avons lancé récemment la deuxième manche de notre 100+ Accelerator. Grâce à ce projet nous collaborons avec des entrepreneurs à la création de solutions pour relever les défis environnementaux les plus urgents de la planète, en accélérant ainsi nos progrès dans la réalisation de nos ambitieux Objectifs de développement durable 2025. De plus, pendant la 74^e session de l'Assemblée générale des Nations unies, nous avons renforcé notre engagement en faveur du Développement durable et des Objectifs de Développement durable des Nations unies. Nous avons montré comment nous exploitons la puissance et la portée de nos marques mondiales pour inciter à agir, avec, par exemple, l'engagement de Budweiser à acheter 100 % d'électricité provenant de sources renouvelables, l'engagement de Stella Artois à offrir en partenariat avec Water.org un accès à l'eau potable dans les pays en développement et la campagne de Corona qui invite les consommateurs à nettoyer des plages polluées par les plastiques.

Le 30 septembre 2019, nous avons réalisé avec succès l'introduction à la Bourse de Hong-Kong d'une participation minoritaire de notre activité en Asie-Pacifique (Budweiser APAC) pour 5,75 milliards d'USD. Ce faisant, nous avons créé un super champion régional dans le secteur des biens de consommation, positionné pour se développer sur les marchés affichant la croissance la plus rapide dans la zone Asie-Pacifique avec les meilleurs talents et un portefeuille inégalé de marques locales, internationales et mondiales. Nous pensons également qu'une cotation locale de Budweiser APAC favorise d'éventuelles opérations de fusion-acquisition dans la région. Les produits nets de cette transaction serviront au remboursement de la dette et nous avons annoncé le remboursement correspondant au montant total de ces produits nets. Après la finalisation avec succès de la cotation de Budweiser APAC et tenant compte des produits attendus de la cession des activités australiennes (tout en excluant l'EBITDA provenant des activités australiennes des 12 derniers mois), notre ratio dette nette / EBITDA serait inférieur à 4x d'ici la fin de 2019, soit un an d'avance par rapport à ce que nous indiquions auparavant.

Récemment nous avons célébré une autre étape importante, à savoir le troisième anniversaire de notre rapprochement avec SAB. Nous avons achevé la réalisation de notre objectif de 3,2 milliards d'USD de synergies de coûts, avec un an d'avance sur notre calendrier initial et 750 millions d'USD d'économies supplémentaires par rapport aux prévisions. Ce rapprochement a eu un véritable effet de transformation et représente bien plus que de simples synergies de coûts. Nous avons réuni deux grandes entreprises pour créer le premier brasseur véritablement mondial et l'une des plus grandes sociétés de biens de consommation au monde. Nous occupons aujourd'hui une position de leader sur sept de nos dix plus importants « profit pools » de bière et possédons un portefeuille de marques de qualité supérieure incluant huit des dix marques de bière ayant le plus de valeur au monde, selon le classement BrandZ. L'association de régions opérationnelles très complémentaires a considérablement diversifié notre empreinte

géographique et nous offre une présence encore plus forte sur les marchés émergents ayant le plus grand potentiel de croissance, en particulier l'Afrique et l'Amérique latine.

Le fait de réunir les meilleures marques, les empreintes géographiques et les talents de ces deux grandes entreprises a fait de nous une société plus intelligente, plus stratégique et plus orientée vers la croissance qu'avant, nous positionnant ainsi pour mener la croissance de la catégorie bière mondiale sur le long terme.

PERSPECTIVES 2019

- (i) **Performance générale** : Durant l'EX19, nous prévoyons toujours une forte croissance des produits, stimulée par la solide performance de notre portefeuille de marques et par nos programmes commerciaux robustes. Sur des marchés où le contexte macroéconomique est plus fragile, nous intensifions nos efforts d'accessibilité intelligente grâce à des initiatives qui diminuent les produits par hl mais qui offrent toutefois un profit supplémentaire. Par conséquent la croissance des produits par hl devrait maintenant être légèrement en-dessous de l'inflation pour l'EX19. Nous prévoyons toujours une croissance des volumes et des produits avec une meilleure répartition des volumes et des produits par hl et une hausse de nos coûts totaux (somme des CdV par hl et des frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux) en dessous de l'inflation. De manière générale, nous continuons de croire en notre stratégie et en la force fondamentale de notre entreprise, bien que nous prévoyons à présent une croissance modérée de l'EBITDA à l'EX19 compte tenu des difficultés du 3T19 qui devraient se poursuivre au 4T19.
- (ii) **Coûts des Ventes** : Nous continuons de penser 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 avons finalisé notre programme de synergies et d'économies de coûts 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 2 653 millions d'USD ont été générés entre le 1^{er} avril 2016 et le 30 septembre 2019.
- (iv) **Coûts financiers nets** : Pour l'EX19, le coupon moyen de la dette brute devrait se situer entre 3,75 et 4,00 %. Nous revoynons nos prévisions concernant 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) et indiquons désormais qu'elles devraient avoisiner les 180 millions d'USD par trimestre en moyenne. Ce changement résultera d'une hausse au quatrième 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. Après la finalisation avec succès de la cotation de Budweiser APAC et tenant compte des produits attendus de la cession des activités australiennes (tout en excluant l'EBITDA provenant des activités australiennes des 12 derniers

mois), notre ratio dette nette / EBITDA serait inférieur à 4x d'ici la fin de 2019, soit un an d'avance par rapport à ce que nous indiquions auparavant.

- (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, nos produits ont augmenté de 0,2 % ce trimestre et de 1,2 % au cours des 9M19, avec une croissance des produits par hl de 3,4 % au 3T19 et sur la période des 9M19, soutenue par notre stratégie de premiumisation et nos initiatives de gestion des revenus. Nous estimons que les ventes aux détaillants (VAD) du secteur ont diminué de 1,7 % au 3T19, soit une amélioration par rapport à la baisse du secteur de 2,2 % au 1S19 donnant lieu à une performance du secteur de -2,0 % pour les 9M19. La performance du secteur au 3T19 a bénéficié de la croissance de la catégorie des eaux pétillantes alcoolisées, un segment dans lequel nous sommes actuellement sous-représentés. Nos propres VAD ont reculé de 3,5 % tandis que nos ventes aux grossistes (VAG) ont diminué de 3,1 %, signe que les VAD et VAG ont commencé à converger conformément aux prévisions. Durant les 9M19, nos VAD ont baissé de 3,1 % et nos VAG de 2,2 %.

Nous estimons que la part de marché totale a diminué de 85 points de base au 3T19, en raison de l'impact de la croissance des eaux pétillantes alcoolisées au sein de la catégorie des boissons maltées aromatisées et de l'effet positif de l'échelonnement des livraisons en prévision d'une hausse de prix en octobre 2018. Sans tenir compte des boissons maltées aromatisées, notre part de marché a reculé de 35 points de base. Pour la période des 9M19, nous estimons que la part de marché totale a diminué de 55 points de base et que la bière (hors boissons maltées aromatisées) a perdu 15 points de base.

Nous estimons que la croissance des eaux pétillantes alcoolisées profite à la catégorie des boissons à base de malt, en attirant des consommateurs venant d'autres segments de boissons alcoolisées et en suscitant un intérêt considérable puisqu'elles répondent aux tendances de consommation, dont la premiumisation, la santé et le bien-être. Selon nos estimations, plus de la moitié de la croissance du segment des eaux pétillantes alcoolisées contribue à la catégorie des boissons à base de malt. Comme la catégorie des eaux pétillantes alcoolisées évolue, nous pensons que les consommateurs vont souhaiter plus de choix et qu'une approche de portefeuille sera cruciale pour une réussite à long terme. Nous développons et améliorons rapidement notre portefeuille d'eaux pétillantes alcoolisées, d'abord avec notre marque premium Bon & Viv et avec le récent lancement réussi de Natty Light Seltzer, positionnée à un prix plus abordable. Natty Light Seltzer a pris un excellent départ et notre part de segment a presque doublé depuis son lancement récent. Ces deux marques figurent aujourd'hui parmi les 15 meilleures progressions en termes de parts de marché des innovations de la catégorie des boissons maltées 2019 selon les données IRI. Nous nous réjouissons également d'annoncer le lancement imminent de Bud Light Seltzer; nous pensons que celle-ci pourra exploiter le capital d'une marque bien établie au sein d'une nouvelle catégorie. Grâce à notre portefeuille actuel et aux innovations très intéressantes que nous sommes en train de développer, nous pensons être bien placés pour réussir dans ce segment en expansion.

Notre portefeuille above core a de nouveau fait mieux que le secteur, gagnant 90 points de base de part de marché selon nos estimations, grâce à la famille de marques Michelob Ultra et à notre portefeuille régional de marques artisanales. Michelob Ultra poursuit sa croissance à deux chiffres avec des gains de parts de marché dans les 50 états au 3T19, et enregistre la meilleure progression du secteur en termes de part de marché sur la période des 9M19. Michelob Ultra Pure Gold Organic affiche une croissance des volumes de plus de 80 %, tandis que les volumes de Michelob Ultra Infusions ont progressé de plus de

50 %. Notre portefeuille de marques artisanales régionales a enregistré une croissance à deux chiffres au 3T19, gagnant de la part de marché au sein du segment artisanal.

Notre filière d'innovation continue de gagner de la part de marché et nous estimons qu'elle a contribué à environ la moitié du volume total des innovations au sein du secteur cette année, avec en tête Michelob Ultra Infusions, Naturdays et Natty Light Seltzer.

Le segment traditionnel demeure sous pression car les consommateurs se tournent vers des segments plus chers. Par conséquent, selon nos estimations, la part de marché de notre portefeuille traditionnel a baissé de 175 points de base au 3T19, puisqu'il a été en partie affecté par le calendrier des augmentations de prix appliquées en 2018. Dans le segment traditionnel, notre part de marché a perdu 20 points de base pendant le trimestre et 10 points de base durant les 9M19, par rapport à une perte de 35 points de base au cours de l'EX18.

L'EBITDA a progressé de 0,9 % au 3T19 avec un accroissement de la marge de 28 points de base à 41,1 %, grâce à un mix de marques favorable et à des efficacités de coûts continues. Au cours des 9M19, l'EBITDA a augmenté de 2,0 %, avec un accroissement de la marge de 34 points de base à 40,5 %.

Mexique

Notre activité au Mexique a de nouveau réalisé un excellent trimestre. Les produits ont enregistré une croissance à deux chiffres dans le bas de la fourchette, stimulée par une hausse des volumes d'un chiffre dans le haut de la fourchette, dans un secteur qui a progressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, en ligne avec l'inflation. Au cours des 9M19, nos produits 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 et une croissance des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette.

Nous avons enregistré une croissance saine des volumes dans toutes les régions et tous les segments. Nous observons toujours une performance solide et constante de notre portefeuille de marques puisque nous continuons à exploiter notre cadre d'extension des catégories, ainsi qu'une accélération de notre portefeuille core sous l'impulsion de Corona et de Victoria. Nos résultats ont été considérablement améliorés par le succès constant de la High End Company, avec une progression de nos marques premium de plus de 20 % portée principalement par Modelo et Michelob Ultra. Au Mexique, le segment premium est sous-représenté par rapport aux marchés de maturité similaire et nous identifions un grand potentiel de croissance constante pour ce segment.

Plus tôt cette année, nous avons commencé à étendre notre présence au sein d'OXXO, la plus grande chaîne de magasins de proximité du Mexique, où nos bières étaient auparavant indisponibles. Après une première diffusion à Guadalajara en avril, nous avons fait notre entrée dans la région de Mexico au début du mois de juin et nous constatons que la part de marché de notre portefeuille a déjà considérablement augmenté. Nos produits seront progressivement disponibles dans les quelque 17 000 magasins OXXO du pays d'ici à fin 2022.

L'EBITDA a augmenté de plus de 20 % avec un important accroissement de la marge au 3T19, grâce aux solides résultats en termes de volumes, de produits par hl et d'efficacités de coûts, légèrement atténués par l'échelonnement des investissements commerciaux et de marketing. Parmi les facteurs clés des solides performances, il y a eu l'efficacité de la distribution et l'amélioration des niveaux de service résultant des investissements constants dans l'extension de capacité et notre réseau de chaîne d'approvisionnement. Pour la période des 9M19, l'EBITDA affiche une hausse de plus de 20 % et un accroissement constant de la marge.

Colombie

Les résultats trimestriels de notre activité en Colombie sont 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 (bières et non-bières) affichant une hausse d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, soit notre meilleure performance trimestrielle de volumes depuis la clôture du rapprochement avec SAB en octobre 2016. Au cours des 9M19, les produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, les produits par hl et les volumes affichant une croissance 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).

Selon nos estimations, notre portefeuille de bières a gagné 10 points de base de part de consommation totale d'alcool au 3T19. Nous voulons continuer à développer la catégorie bière, en exploitant notre cadre d'extension des catégories pour atteindre plus de consommateurs et créer plus d'occasions de consommation tandis que nous étendons notre format d'un litre pour accroître l'accessibilité intelligente. Nous montrons le chemin en matière de premiumisation au sein du secteur, ce qui a donné lieu à une croissance du segment premium de plus de 60 % au cours des trois dernières années, un résultat qui dépasse de loin la moyenne du marché. Notre portefeuille de marques mondiales a joué un rôle majeur dans cette croissance et continue de réaliser de solides résultats grâce au développement et aux activations fructueuses. Les volumes de notre portefeuille de marques mondiales ont augmenté de plus de 50 % ce trimestre, soutenus par Budweiser qui affiche une croissance à trois chiffres et par Corona qui maintient sa solide progression à deux chiffres. Dans notre portefeuille core, Aguila confirme à nouveau ses excellents résultats et a accéléré sa croissance depuis le dernier trimestre grâce au succès de son innovation d'emballage et de ses extensions de gamme.

Dans notre portefeuille non-bières, nos boissons maltées non alcoolisées Pony Malta et Malta Leona ont une nouvelle fois enregistré une forte croissance en exploitant des innovations réussies. Notre nouvelle extension de gamme Pony Vital a été lancée en tant qu'alternative plus saine (« better for you ») contenant 40 % de sucre en moins par rapport aux boissons classiques à base de malt et les nouveaux emballages de notre portefeuille nous permettent de proposer des options plus abordables afin d'atteindre plus de consommateurs.

Au 3T19, notre EBITDA a augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, avec une réduction de la marge de plus de 200 points de base. La solide performance des volumes et des produits et la gestion constante et rigoureuse des coûts ont été largement atténuées par une comparaison difficile, en raison de l'effet ponctuel du règlement favorable d'une procédure judiciaire au 3T18 et d'une hausse des CdV due principalement à la croissance de nos marques mondiales. Au cours des 9M19, l'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec un accroissement de la marge de plus de 100 points de base.

Brésil

Au Brésil, nos produits ont progressé de 1,5 % au 3T19, les produits par hl affichant une hausse de 2,1 % et les volumes totaux une baisse de 0,6 %. Nous estimons que le secteur brassicole a progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette pendant le trimestre, tandis que nos volumes de bière ont chuté de 3,0 % suite à une hausse de prix en ligne avec l'inflation. L'impact de cette hausse de prix a été amplifié par l'application simultanée de réductions par la concurrence et un environnement macroéconomique difficile, où les revenus disponibles des consommateurs demeurent sous pression. La hausse de prix et le mix de marques favorable provenant de la croissance de notre portefeuille premium, ont été partiellement atténués par le mix géographique, étant donné que nous continuons à nous développer plus rapidement dans les régions du nord et du nord-est. Nous avons augmenté nos volumes non-bières de 6,5 %, faisant ainsi mieux que le secteur qui a progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Notre croissance a été soutenue par des initiatives fructueuses dans toute la gamme de prix, notamment le soutien de la

premiumisation de la catégorie et l'activation de stratégies d'accessibilité intelligente dans les canaux bon marché clés. Au cours des 9M19, nous avons augmenté nos produits de 9,1 %, avec une hausse des produits par hl de 3,7 % et une hausse des volumes de 5,2 % (bières +3,8 %, non-bières +9,4 %), dépassant ainsi la performance du secteur dans les deux catégories, qui ont progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette.

Notre portefeuille de marques premium a maintenu sa croissance à deux chiffres, avec notre portefeuille de marques mondiales, mené par Corona et Stella Artois, ainsi que nos marques premium locales, portées par Antarctica Original et notre portefeuille artisanal. Dans le segment core plus, Bohemia, qui partait déjà d'un bon niveau, progresse rapidement et connaît son troisième trimestre consécutif de croissance à trois chiffres. La performance de notre portefeuille core continue de s'améliorer grâce à notre innovation Skol Puro Malte, qui gagne du terrain suite à son lancement national durant le trimestre précédent. Notre stratégie d'accessibilité intelligente s'articule autour de marques régionales comme Nossa, Magnifica et Legítima, brassées à base d'ingrédients cultivés par des producteurs locaux, qui continuent de gagner des parts de marché dans le segment bon marché. Ces marques nous permettent d'accroître notre présence dans les états prometteurs en offrant aux consommateurs un prix abordable, ce qui entraîne une baisse des produits par hl tout en maintenant des marges comparables pour notre portefeuille core.

L'EBITDA a diminué de 16,5 % avec une réduction de la marge de 810 points de base à 37,9 % au 3T19, suite à une hausse des CdV résultant du timing des opérations de couverture du risque lié au prix des produits de base et du risque de change, et d'une comparaison difficile dans notre activité non-bière. Ce résultat était conforme à nos prévisions de hausse des CdV par hl d'environ 15 % au Brésil en 2019, qui devraient surtout se concentrer sur les trois premiers trimestres de l'année. Sur la période des 9M19, l'EBITDA a diminué de 3,4 %, avec une réduction de la marge de 509 points de base à 39,3 %.

Afrique du Sud

Durant ce trimestre, notre activité en Afrique du Sud a enregistré une solide performance des volumes et des produits, les produits affichant une croissance à deux chiffres et les volumes une croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette. Ces résultats ont été atteints malgré un contexte macroéconomique qui reste difficile et ont bénéficié d'une comparaison favorable. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, grâce à un mix de marque positif porté par la croissance de notre portefeuille premium et des initiatives de gestion des revenus. Au cours des 9M19, nos produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une hausse des volumes et des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette.

Nous restons concentrés sur le développement de la catégorie bière et estimons avoir gagné une nouvelle fois ce trimestre de la part de consommation totale d'alcool. Dans le segment premium, où nous sommes sous-représentés, nous avons atteint la part de marché la plus élevée de notre histoire. Le segment continue de s'étendre plus vite que l'ensemble du secteur, et nos marques continuent de surpasser les performances du secteur, surtout Corona qui affiche une croissance à trois chiffres. Nous exploitons notre portefeuille pour répondre aux besoins de plus de consommateurs lors de plus d'occasions de consommation, et Brutal Fruit et Flying Fish ont enregistré une croissance à deux chiffres durant le trimestre.

Au 3T19, l'EBITDA a diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, avec une compression de la marge de plus de 500 points de base due à une hausse des CdV par hl attendue en raison du timing des opérations de couverture du risque lié au prix des produits de base et du risque de change, associé à d'importantes hausses des investissements de marketing pour soutenir la croissance de notre portefeuille de marques premium et nos programmes on-trade. Au cours des 9M19, l'EBITDA a reculé d'un chiffre dans le haut de la fourchette avec une diminution de la marge de plus de 600 points de base.

Chine

En Chine, nos produits ont légèrement diminué de 0,2 %, la croissance des produits par hl de 6,0 % ayant été atténuée par une baisse de volumes de 5,9 % au 3T19. La hausse des produits par hl a été stimulée essentiellement par des efforts de premiumisation constants et a été soutenue par des initiatives de gestion des revenus. La baisse des volumes est due à l'échelonnement des livraisons au 2T19 en prévision des activations (tel qu'indiqué au trimestre précédent) associé aux faibles résultats du canal de la vie nocturne où notre portefeuille se situe au-dessus de l'indice de référence. Au cours des 9M19, les produits ont enregistré une hausse de 4,7 % stimulée par une croissance des produits par hl de 7,2 % et atténuée par une baisse des volumes de 2,3 %.

Notre portefeuille super premium affiche une nouvelle fois d'excellents résultats avec une croissance des volumes à deux chiffres, et nous restons bien positionnés pour continuer à bénéficier de la tendance constante à la premiumisation, sachant que Corona est la marque Super Premium leader dans ce pays. Dans le segment premium, les volumes de Budweiser ont diminué durant le trimestre en raison des faibles résultats du canal de la vie nocturne, Budweiser étant la marque leader dans ce canal. Nous avons donné récemment le coup d'envoi de notre campagne de football Budweiser, exploitant ainsi nos sponsorings mondiaux de la Premier League anglaise et de La Liga espagnole pour cibler l'une des grandes passions des consommateurs. Dans notre portefeuille core plus, notre innovation Harbin Crystal a continué d'enregistrer une très forte croissance, les consommateurs boudant toujours les segments core et bon marché. Nous restons en tête de la catégorie bière dans l'e-commerce, en enregistrant une croissance à deux chiffres dans ce canal qui se développe rapidement.

L'EBITDA a progressé de 11,4 % au 3T19 avec un accroissement de la marge de près de 400 points de base favorisé par le mix de marques résultant de la premiumisation et de la gestion stricte des coûts. Au cours des 9M19, l'EBITDA a augmenté de 18,2 %, avec un accroissement de la marge de plus de 450 points de base.

Faits marquants sur nos autres marchés

Au **Canada**, les produits ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette au 3T19, suite à un recul des volumes principalement dû à la faiblesse du secteur de la bière, partiellement compensé par une hausse des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Notre High End Company continue d'afficher une croissance supérieure à celle du secteur et gagne de la part du segment premium, grâce à des gains de part de marché réalisés par nos marques premium d'importation, dont Corona et Hoegaarden. Dans le segment core, Bud Light continue d'accroître sa part de marché, et dans le segment core plus, Michelob Ultra a poursuivi sa croissance à deux chiffres, renforçant ainsi sa position en tant que marque à la croissance la plus rapide du pays.

Au **Pérou**, nos produits ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette et les volumes ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, entraînant ainsi une croissance des produits par hl d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. La croissance saine des produits par hl a été stimulée par un mix de marque favorable, notre portefeuille de marques mondiales poursuivant sa croissance à deux chiffres. En **Équateur**, les produits et les volumes ont diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette en raison d'un contexte macroéconomique difficile causant une baisse de la consommation. En réponse à l'environnement consommateur faible, nous avons lancé des initiatives d'accessibilité intelligente, dont une bouteille en verre consignée d'un litre pour notre portefeuille core. Notre portefeuille premium continue d'enregistrer de bons résultats, avec une croissance à la fois de notre portefeuille de marques mondiales et de notre championne locale Club Premium.

En **Argentine**, les volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette grâce à l'échelonnement des livraisons en prévision d'une hausse de prix prévue en octobre 2019 et à une comparaison favorable. Les produits et les produits par hl ont enregistré une croissance à deux chiffres, en

ligne avec l'inflation. Bien que le contexte macroéconomique reste difficile, nous continuons d'investir dans notre solide portefeuille de marques. Nos marques premium se portent très bien avec une croissance à deux chiffres, sous l'impulsion de nos marques mondiales et de notre championne locale Patagonia. Dans le segment core plus, notre marque locale Andes Origen confirme ses bons résultats en affichant une croissance à deux chiffres. Face au contexte macroéconomique difficile, nous poursuivons le développement de notre stratégie d'accessibilité intelligente en proposant une nouvelle gamme de prix.

Au sein de la zone EMEA, l'**Europe** a augmenté ses volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette, en tenant compte d'une comparaison difficile due à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ et nous estimons avoir gagné des parts de marché sur la majeure partie de nos marchés durant le trimestre. Les produits ont reculé d'un peu plus de 1 %, un recul qui s'explique majoritairement par un mix de marque défavorable vu que nous intégrons dans notre portefeuille de nouveaux prix. L'EBITDA a diminué en raison de l'échelonnement des investissements commerciaux et de marketing suite à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™, du lancement de nouvelles marques et d'une hausse des CdV par hl due au timing des opérations de couverture du prix des produits de base. Au Royaume-Uni, nous continuons d'afficher une hausse des produits sur la base de nos volumes, grâce à la croissance à deux chiffres constante de Corona et de Budweiser. Après le succès de son lancement plus tôt cette année, Budweiser continue de renforcer sa position en France et nous avons profité de cet élan pour lancer Budweiser ce trimestre aux Pays-Bas, qui fait un excellent démarrage. En **Afrique** hors Afrique du Sud, les volumes ont diminué en Tanzanie et au Mozambique, mais affichent une hausse à deux chiffres en Zambie et ont renoué avec la croissance en Ouganda. Au Nigeria, nos volumes ont continué d'augmenter malgré une comparaison très difficile suite à la croissance accélérée enregistrée l'année précédente après l'ouverture de notre quatrième brasserie. Nous reconnaissons toujours le fort potentiel de notre portefeuille de marques dans ce pays, soutenu par Trophy, Hero et Budweiser.

En **Corée du Sud**, notre activité a connu un trimestre très difficile avec une diminution à la fois des produits et des volumes. Ces résultats s'expliquent essentiellement par la faiblesse du secteur et par un contexte concurrentiel difficile suite à une hausse de prix en avril. Nous avons réalisé des investissements commerciaux et pris des mesures de gestion des revenus afin d'atténuer l'impact de ces éléments sur notre performance dont une décision récente d'annuler l'augmentation des prix implémentée il y a quelques mois afin de revitaliser l'industrie de la bière domestique compte tenu du ralentissement macroéconomique. Nous continuons de profiter du succès de notre portefeuille premium et de la High End Company, avec Stella Artois en tête.

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

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

	3T18 Retraité	3T18 Base de référence	3T19	Croissance interne
Produits	12 916	13 180	13 172	2.7%
Coûts des ventes	-4 861	-4 963	-5 140	-6.9%
Marge brute	8 055	8 217	8 032	0.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 096	-4 156	-4 193	-4.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	216	220	275	27.8%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	4 175	4 281	4 114	-2.6%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 52		- 55	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 797		- 677	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 595		581	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	32		31	
Impôts sur le résultat	- 605		- 768	
Bénéfice des activités poursuivies	1 158		3 226	
Bénéfice des activités abandonnées	99		73	
Bénéfice	1 257		3 299	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	298		296	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	959		3 003	
EBITDA normalisé	5 314	5 433	5 291	0.0%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 517		2 412	

	9M18 Retraité	9M18 Base de référence	9M19	Croissance interne
Produits	39 249	39 249	38 994	4.8%
Coûts des ventes	-14 869	-14 869	-15 092	-6.9%
Marge brute	24 380	24 380	23 902	3.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-12 723	-12 723	-12 272	-2.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	612	612	663	15.1%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	12 269	12 269	12 293	5.5%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 244		- 158	
Produits/(coûts) financiers nets	-4 682		-2 047	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	-1 089		1 781	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	125		94	
Impôts sur le résultat	-1 906		-2 332	
Bénéfice des activités poursuivies	4 473		9 631	
Bénéfice des activités abandonnées	374		310	
Bénéfice	4 847		9 941	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	934		883	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 913		9 058	
EBITDA normalisé	15 713	15 713	15 735	5.6%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 843		7 125	

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

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

	3T18 Retraité	3T19	9M18 Retraité	9M19
Restructuration	- 50	- 30	- 183	- 86
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	- 14	- 12	- 52	- 35
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	12	- 7	- 9	- 31
Coût lié à l'offre publique d'une participation minoritaire dans Budweiser APAC	-	- 6	-	- 6
Impact sur le résultat d'exploitation	- 52	- 55	- 244	- 158

Le bénéfice d'exploitation normalisé du 3T19 ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 55 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)

	3T18 Retraité	3T19	9M18 Retraité	9M19
Charges nettes d'intérêts	- 918	- 862	-2 873	-2 808
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	- 23	- 24	- 71	- 71
Charges de désactualisation	- 106	- 168	- 343	- 455
Ajustements à la valeur de marché	- 616	549	- 874	1 672
Autres résultats financiers	- 134	- 172	- 521	- 385
Produits/(coûts) financiers nets	-1 797	- 677	-4 682	-2 047

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

	3T18	3T19	9M18	9M19
Prix de l'action au début de la période (Euro)	86.50	77.84	93.13	57.70
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	75.22	87.42	75.22	87.42
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)

	3T18	3T19	9M18	9M19
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	- 301	274	- 428	830
Autres ajustements à la valeur de marché	- 294	265	- 417	807
Remboursement anticipé d'obligations et autres	-	42	- 244	144
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 595	581	-1 089	1 781

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

	3T18	3T19	9M18	9M19
Prix de l'action au début de la période (Euro)	86.50	77.84	93.13	57.70
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	75.22	87.42	75.22	87.42
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)

	3T18 Retraité	3T19	9M18 Retraité	9M19
Charges d'impôts	605	768	1 906	2 332
Taux d'impôts effectif	35.0%	19.4%	30.5%	19.6%
Taux d'impôts effectif normalisé	24.9%	22.6%	25.5%	22.8%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	19.8%	26.8%	22.9%	27.2%

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)

	3T18 Retraité	3T19	9M18 Retraité	9M19
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	959	3 003	3 913	9 058
Eléments non-récurrents, avant impôts	52	55	244	158
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	595	- 581	1 089	-1 781
Impôts non-récurrents	13	- 7	- 29	- 2
Eléments non-récurrents attribuable aux intérêts minoritaires	- 4	14	-	2
Bénéfice des activités abandonnées	- 99	- 73	- 374	- 310
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 517	2 412	4 843	7 125
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 190	1 870	5 771	5 462

BPA de base, normalisé et sous-jacent

Tableau 11. Bénéfice par action (USD)

	3T18 Retraité	3T19	9M18 Retraité	9M19
Bénéfice de base par action	0.49	1.51	1.98	4.57
Eléments non-récurrents, avant impôts	0.03	0.03	0.12	0.08
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	0.30	- 0.28	0.54	- 0.90
Impôts non-récurrents	-	-	-	-
Bénéfice des activités abandonnées	- 0.05	- 0.04	- 0.19	- 0.16
Bénéfice normalisé par action	0.77	1.22	2.45	3.59
BPA sous-jacent	1.11	0.94	2.92	2.76

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

	3T18 Retraité	3T19	9M18 Retraité	9M19
EBIT normalisé hors hyperinflation	2.24	2.12	6.34	6.26
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	- 0.13	- 0.05	- 0.13	- 0.06
EBIT normalisé	2.12	2.07	6.21	6.20
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	- 0.31	0.28	- 0.44	0.84
Coûts financiers nets	- 0.60	- 0.62	- 1.93	- 1.88
Impôts sur le résultat	- 0.30	- 0.39	- 0.98	- 1.18
Associés et intérêts minoritaires	- 0.14	- 0.12	- 0.41	- 0.39
Bénéfice normalisé par action	0.77	1.22	2.45	3.59
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0.31	- 0.28	0.44	- 0.84
Impacts d'hyperinflation dans le BPA	0.03	-	0.03	0.01
BPA sous-jacent	1.11	0.94	2.92	2.76

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^{er} janvier 2018.

Au 3T18 et au 3T19 ainsi qu'au cours des 9M18 et des 9M19, 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	3T18	3T19	9M18	9M19
Indexation ⁽¹⁾	51	40	106	99
Taux de clôture ⁽²⁾	- 297	- 212	- 612	- 267
Total	- 246	- 172	- 506	- 168
EBITDA normalisé	3T18	3T19	9M18	9M19
Indexation ⁽¹⁾	20	17	37	41
Taux de clôture ⁽²⁾	- 120	- 91	- 245	- 105
Total	- 100	- 74	- 208	- 64
USDARS taux de change moyen			22.9190	42.7441
USDARS taux de change à la clôture			40.8965	57.5593

(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

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 (c.-à-d. le taux de change à la clôture au 30 septembre 2019 et 2018 pour les résultats des 9M19 et 9M18, respectivement).

Les résultats du 3T sont calculés en déduisant des résultats des 9M les résultats du 1S tels que publiés. Par conséquent, les résultats du 3T19 de l'Amérique du Sud ont été impactés négativement par le retraitement des résultats du 1S comme suit :

Amérique du Sud 1S19 rapporté ⁽¹⁾	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19
Produits	4 962	12	- 814	611	4 769
Coûts des ventes	-1 879	- 57	312	- 305	-1 928
Marge brute	3 082	- 46	- 502	306	2 841
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 588	- 12	250	- 75	-1 427
Autres produits/(charges) d'exploitation	156	- 4	- 11	- 41	100
EBIT normalisé	1 649	- 62	- 263	190	1 514
EBITDA normalisé	2 141	35	- 350	149	1 976

Amérique du Sud 1S19 retraité aux taux 9M19 ⁽²⁾	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19
Produits	4 818	12	- 731	554	4 652
Coûts des ventes	-1 830	- 23	285	- 322	-1 889
Marge brute	2 987	- 12	- 446	232	2 763
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 549	5	224	- 69	-1 390
Autres produits/(charges) d'exploitation	156	- 4	- 12	- 38	102
EBIT normalisé	1 593	- 10	- 234	125	1 475
EBITDA normalisé	2 076	38	- 308	112	1 918

Impact du retraitement 1S dans les résultats du 3T ⁽³⁾	1S18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S19
Produits	- 144	-	83	- 57	- 117
Coûts des ventes	49	34	- 27	- 17	39
Marge brute	- 95	34	56	- 74	- 78
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	39	17	- 26	6	37
Autres produits/(charges) d'exploitation	-	-	- 1	3	2
EBIT normalisé	- 56	52	29	- 65	- 39
EBITDA normalisé	- 65	3	42	- 37	- 58

(1) Résultats du 1S de l'Amérique du Sud avec les résultats de l'Argentine rapportés en peso argentin (ARS) retraités pour refléter le pouvoir d'achat au 1S, convertis aux taux de change à la clôture de 28.8620 pour les résultats du 1S18 et de 42.4489 pour les résultats du 1S19 (tels que rapportés le 25 juillet 2019)

(2) Résultats du 1S de l'Amérique du Sud avec les résultats de l'Argentine rapportés en peso argentin (ARS) retraités pour refléter le pouvoir d'achat aux 9M, convertis aux taux de change à la clôture de 40.8965 pour les résultats des 9M18 et de 57.5593 pour les résultats des 9M19

(3) Impact du retraitement des résultats du 1S avec l'hyperinflation dans les résultats du 3T calculé comme la différence entre (2) et (1) ci-dessus

Le retraitement des résultats du 1S sur la base du pouvoir d'achat de septembre et du taux de change à la clôture des 9M a eu un impact négatif de 57 millions d'USD sur les produits et de 37 millions sur l'EBITDA normalisé sur la croissance interne rapportée pour la période des 9M19 et sur les résultats rapportés du 3T19.

Dans le cadre de la présentation des résultats du 3T19, ces impacts n'ont pas été pris en compte dans le calcul interne, mais sont indiqués séparément dans les annexes des résultats du 3T19 dans la colonne intitulée « 1S retraité pour l'hyperinflation ». Les taux de croissance interne au 3T19 sont calculés en tenant

compte de la « Croissance interne » rapportée dans les annexes par rapport à la Base de référence du 3T18 ajustée sur la base du retraitement des résultats du 1S18.

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.

Durant les 9M19, nous avons présenté un ajustement monétaire de 61 millions d'USD rapporté dans la ligne financière, un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 23 millions d'USD et un impact négatif sur le BPA normalisé de 0,01 USD. Il n'y a eu aucun impact sur le BPA normalisé du 3T19.

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 3T18 retraités incluent l'impact du traitement de l'hyperinflation pour les neuf premiers mois de 2018. Veuillez consulter la base de référence du 3T18 pour les résultats incluant l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation pour le 3T19 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

Tableau 14. Réconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (en millions d'USD)

	3T18 Retraité	3T18 Base de référence	3T19	9M18 Retraité	9M18 Base de référence	9M19
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	959		3 003	3 913		9 058
Intérêts minoritaires	298		296	934		883
Bénéfice	1 257		3 299	4 847		9 941
Bénéfice des activités abandonnées	- 99		- 73	- 374		- 310
Bénéfice des activités poursuivies	1 158		3 226	4 473		9 631
Impôts sur le résultat	605		768	1 906		2 332
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	- 32		- 31	- 125		- 94
(Produits)/coûts financiers nets	1 797		677	4 682		2 047
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	595		- 581	1 089		- 1 781
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	52		55	244		158
EBIT Normalisé	4 175	4 281	4 114	12 269	12 269	12 293
Amortissements et dépréciations	1 139	1 152	1 177	3 444	3 444	3 442
EBITDA Normalisé	5 314	5 433	5 291	15 713	15 713	15 735

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.

ACOMPTE SUR DIVIDENDE

Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un acompte sur dividende de 0,80 EUR par action pour l'exercice 2019.

	Date ex-coupon	Date d'enregistrement	Date de paiement
Euronext: ABI	19 novembre 2019	20 novembre 2019	21 novembre 2019
MEXBOL: ANB	19 novembre 2019	20 novembre 2019	21 novembre 2019
JSE: ANH	20 novembre 2019	22 novembre 2019	25 novembre 2019
NYSE: BUD (programme ADR)	19 novembre 2019	20 novembre 2019	18 décembre 2019
Actions restreintes	19 novembre 2019	20 novembre 2019	21 novembre 2019

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. Les impacts sur la croissance interne résultant du retraitement des résultats du 1S pour refléter l'hyperinflation sur la base du pouvoir d'achat de septembre et du taux de change à la clôture des 9M sont présentés séparément aux annexes du 3T19 dans la colonne intitulée « retraitement lié à l'hyperinflation » et ne sont pas pris en compte dans les taux de croissance interne du 3T19.

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 1^{er} janvier 2018 et de la nouvelle structure organisationnelle de la société en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2019, et après l'annonce de l'accord de cession de Carlton & United Breweries (« les activités australiennes »), sa filiale australienne, à Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev présente les activités australiennes comme en tant qu'activités abandonnées dans une ligne séparée des états financiers consolidés « bénéfiques des activités abandonnées » conformément aux règles IFRS. Cette présentation correspond à « 2018 Retraité ». Par conséquent, toutes les présentations de la performance sous-jacente d'AB InBev et des chiffres de croissance interne ne reflètent pas les résultats des activités australiennes.

AB InBev a mis à jour son information par segment 2018 aux fins de la publication des résultats. Cette présentation, qui a été mise à jour après la publication des chiffres dans nos résultats du premier trimestre et du premier semestre, correspond à « 2018 Base de référence » et 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 depuis le 1^{er} 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 1^{er} janvier 2018, (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 1^{er} janvier 2018 et (iv) les résultats retraités sans tenir compte des activités australiennes qui sont présentées en tant qu'activités abandonnées en vigueur à partir du 1^{er} 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 21 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. Le 19 juillet 2019, AB InBev a annoncé avoir conclu un accord pour vendre les activités australiennes à Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev présente les activités australiennes en tant qu'activités abandonnées dans une ligne séparée des états financiers consolidés « bénéfice provenant des activités abandonnées » à partir du 1^{er} janvier 2018 à des fins comparatives. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Les BPA du 3T19 et des 9M19 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 982 millions d'actions, comparée à une moyenne pondérée de 1 975 millions d'actions pour le 3T18 et les 9M18.

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 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 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, 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 troisième trimestre 2019 (3T19) et aux neuf premiers mois (9M19) 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 septembre 2019 et pour la période de neuf 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 réviseurs 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 septembre 2019 et pour la période de neuf mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes).

CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le vendredi 25 octobre 2019 :

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

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 3Q19 Webcast](#)

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives) :

[AB InBev 3Q19 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

Mariusz Jamka

Tél. : +32 16 276 888

E-mail : mariusz.jamka@ab-inbev.com

Jency John

Tél. : +1 646 746 9673

E-mail : jency.john@ab-inbev.com

Médias

Pablo Jimenez

Tél. : +1 212 284 0158

E-mail : pablo.jimenez@ab-inbev.com

Ingvild Van Lysebetten

Tél. : +32 16 276 608

E-mail : ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com

Fallon Buckelew

Tél. : +1 310 592 6319

E-mail : 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 des cotations secondaires à la Bourse du Mexique (MEXBOL : ANB) et à la Bourse d'Afrique du Sud (JSE : ANH) et une cotation d'American Depositary Receipts à la Bourse de New York (NYSE : BUD). Notre Rêve est de 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 Hoon 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	3T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	1S retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	144 583	- 507	-	-	- 659	143 417	-0.5%
dont volumes de nos propres bières	128 130	335	-	-	-1 211	127 254	-0.9%
Produits	13 180	- 46	- 257	- 57	352	13 172	2.7%
Coûts des ventes	-4 963	73	108	- 17	- 342	-5 140	-6.9%
Marge brute	8 217	27	- 148	- 74	10	8 032	0.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 156	47	95	6	- 186	-4 193	-4.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	220	- 3	- 7	3	62	275	27.8%
EBIT normalisé	4 281	71	- 60	- 65	- 113	4 114	-2.6%
EBITDA normalisé	5 433	- 20	- 88	- 37	2	5 291	0.0%
Marge EBITDA normalisée	41.2%					40.2%	-107 bps
Amérique du Nord	3T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	1S retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	29 985	16	-	-	- 991	29 009	-3.3%
Produits	4 162	1	- 2	-	- 11	4 151	-0.3%
Coûts des ventes	-1 539	- 3	2	-	- 6	-1 546	-0.4%
Marge brute	2 623	- 2	-	-	- 16	2 605	-0.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 161	- 2	1	-	15	-1 147	1.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	11	-	-	-	- 23	- 12	-209.9%
EBIT normalisé	1 473	- 3	1	-	- 24	1 446	-1.6%
EBITDA normalisé	1 683	- 2	1	-	- 21	1 661	-1.2%
Marge EBITDA normalisée	40.4%					40.0%	-39 bps
Amériques du Centre	3T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	1S retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	31 813	- 28	-	-	1 487	33 272	4.7%
Produits	2 876	- 24	- 103	-	197	2 946	6.9%
Coûts des ventes	- 837	- 17	29	-	- 37	- 862	-4.3%
Marge brute	2 038	- 41	- 74	-	161	2 084	8.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 776	3	27	-	- 46	- 792	-6.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	44	1	- 3	-	17	60	37.9%
EBIT normalisé	1 306	- 36	- 49	-	132	1 353	10.2%
EBITDA normalisé	1 514	- 35	- 57	-	175	1 596	11.7%
Marge EBITDA normalisée	52.6%					54.2%	234 bps
Amérique du Sud	3T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	1S retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	31 297	-	-	-	302	31 599	1.0%
Produits	1 964	-	4	- 57	145	2 055	6.9%
Coûts des ventes	- 767	81	11	- 17	- 222	- 915	-28.9%
Marge brute	1 197	81	14	- 74	- 78	1 140	-5.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 624	45	-	6	- 65	- 638	-10.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	47	- 1	1	3	- 12	38	-26.5%
EBIT normalisé	620	124	15	- 65	- 155	540	-20.7%
EBITDA normalisé	879	27	11	- 37	- 90	790	-9.3%
Marge EBITDA normalisée	44.7%					38.4%	-739 bps

EMEA	3T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	1S retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	21 793	- 461	-	-	476	21 807	2.2%
Produits	2 094	- 40	- 99	-	37	1 992	1.8%
Coûts des ventes	- 866	30	43	-	- 61	- 854	-7.4%
Marge brute	1 227	- 11	- 56	-	- 23	1 137	-1.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 699	-	36	-	- 81	- 745	-11.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	76	-	- 5	-	32	103	42.7%
EBIT normalisé	605	- 11	- 25	-	- 73	496	-12.3%
EBITDA normalisé	833	- 11	- 36	-	- 55	731	-6.7%
Marge EBITDA normalisée	39.8%					36.7%	-334 bps

Asie-Pacifique	3T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	1S retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	29 432	- 33	-	-	- 1 901	27 498	-6.5%
Produits	1 920	16	- 56	-	- 62	1 819	-3.3%
Coûts des ventes	- 852	- 6	23	-	38	- 797	4.5%
Marge brute	1 068	10	- 32	-	- 24	1 022	-2.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 648	- 2	22	-	14	- 614	2.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	43	- 1	- 4	-	38	76	87.0%
EBIT normalisé	463	7	- 13	-	27	484	6.2%
EBITDA normalisé	649	7	- 18	-	-	638	0.0%
Marge EBITDA normalisée	33.8%					35.1%	113 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	3T18 Base de référence	Scope	Variation des devises	1S retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	265	-	-	-	- 33	231	-12.5%
Produits	164	1	- 1	-	46	209	28.3%
Coûts des ventes	- 101	- 11	1	-	- 55	- 166	-49.2%
Marge brute	63	- 11	-	-	- 9	43	-16.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 249	3	13	-	- 26	- 258	-10.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-	- 3	1	-	11	9	306.3%
EBIT normalisé	- 186	- 10	15	-	- 24	- 205	-12.4%
EBITDA normalisé	- 125	- 5	13	-	- 9	- 126	-7.5%

Annexe 2						
AB InBev au niveau mondial	9M18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl)	419 659	-4 152	-	3 942	419 448	1.0%
dont volumes de nos propres bières	370 878	-2 205	-	2 725	371 398	0.7%
Produits	39 249	- 226	-1 907	1 878	38 994	4.8%
Coûts des ventes	-14 869	43	742	-1 009	-15 092	-6.9%
Marge brute	24 380	- 183	-1 162	869	23 902	3.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-12 723	111	622	- 285	-12 272	-2.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	612	- 7	- 34	92	663	15.1%
EBIT normalisé	12 269	- 79	- 577	676	12 293	5.5%
EBITDA normalisé	15 713	- 75	- 778	875	15 735	5.6%
Marge EBITDA normalisée	40.0%				40.4%	29 bps
Amérique du Nord	9M18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl)	84 612	30	-	-1 998	82 644	-2.4%
Produits	11 803	8	- 46	87	11 852	0.7%
Coûts des ventes	-4 371	- 10	14	- 48	-4 414	-1.1%
Marge brute	7 431	- 1	- 31	39	7 438	0.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 389	- 4	17	32	-3 344	0.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	13	-	- 1	- 4	9	-31.8%
EBIT normalisé	4 054	- 6	- 13	67	4 102	1.7%
EBITDA normalisé	4 678	- 4	- 15	47	4 706	1.0%
Marge EBITDA normalisée	39.6%				39.7%	10 bps
Amériques du Centre	9M18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl)	94 763	- 137	-	3 368	97 994	3.6%
Produits	8 473	- 82	- 313	604	8 681	7.2%
Coûts des ventes	-2 499	- 34	88	- 129	-2 573	-5.1%
Marge brute	5 973	- 116	- 224	475	6 108	8.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 401	15	84	28	-2 275	1.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	71	6	- 4	42	115	55.0%
EBIT normalisé	3 643	- 96	- 144	546	3 948	15.3%
EBITDA normalisé	4 256	- 94	- 169	639	4 633	15.3%
Marge EBITDA normalisée	50.2%				53.4%	376 bps
Amérique du Sud	9M18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl)	95 768	188	-	2 499	98 455	2.6%
Produits	6 926	12	- 812	698	6 824	10.1%
Coûts des ventes	-2 646	23	323	- 544	-2 843	-20.8%
Marge brute	4 279	35	- 488	154	3 981	3.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 212	33	248	- 134	-2 065	-6.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	203	- 6	- 10	- 50	138	-25.3%
EBIT normalisé	2 269	62	- 248	- 29	2 054	-1.3%
EBITDA normalisé	3 020	62	- 339	22	2 765	0.7%
Marge EBITDA normalisée	43.6%				40.5%	-379 bps

EMEA	9M18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	63 667	-3 690	-	2 044	62 022	3.4%
Produits	6 186	- 187	- 447	223	5 775	3.7%
Coûts des ventes	-2 586	116	185	- 205	-2 490	-8.3%
Marge brute	3 599	- 71	- 262	19	3 285	0.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 172	51	157	- 139	-2 103	-6.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	193	- 1	- 12	22	201	11.2%
EBIT normalisé	1 622	- 21	- 117	- 101	1 383	-6.2%
EBITDA normalisé	2 339	- 36	- 170	- 30	2 103	-1.3%
Marge EBITDA normalisée	37.8%				36.4%	-188 bps
Asie-Pacifique	9M18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	79 691	- 66	-	-1 939	77 687	-2.4%
Produits	5 444	2	- 282	169	5 333	3.1%
Coûts des ventes	-2 471	- 8	123	24	-2 332	1.0%
Marge brute	2 974	- 6	- 160	193	3 001	6.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 793	17	90	24	-1 662	1.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	122	- 1	- 9	51	163	41.8%
EBIT normalisé	1 303	11	- 80	268	1 501	20.8%
EBITDA normalisé	1 841	11	- 107	246	1 990	13.5%
Marge EBITDA normalisée	33.8%				37.3%	340 bps
Exportations Globales et Sociétés Holding	9M18 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	1 160	- 478	-	- 34	647	-4.9%
Produits	417	21	- 6	96	528	23.1%
Coûts des ventes	- 295	- 45	10	- 109	- 440	-34.0%
Marge brute	122	- 24	3	- 12	89	-12.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 754	1	25	- 95	- 823	-12.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	13	- 6	-	32	38	238.8%
EBIT normalisé	- 618	- 29	27	- 76	- 696	-11.8%
EBITDA normalisé	- 420	- 14	20	- 48	- 462	-11.2%