

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du quatrième trimestre et de l'exercice 2020

« En cette année extrêmement difficile, nos équipes se sont montrées à la hauteur des enjeux. Nous avons terminé l'année avec une bonne dynamique sur nos marchés clés en exploitant les atouts fondamentaux de notre entreprise et en tirant profit des investissements réalisés depuis plusieurs années dans notre portefeuille et nos plateformes à croissance rapide telles que BEES et Zé Delivery. Nous sommes aujourd'hui plus proches que jamais des plus de 6 millions de clients et plus de 2 milliards de consommateurs que nous servons à travers le monde grâce à notre stratégie commerciale clairement définie, à une démarche d'innovation repensée, à nos plateformes numériques et à une excellence opérationnelle continue. » – Carlos Brito, CEO

CHIFFRES CLÉS

- **Produits** : Au 4T20, les produits ont augmenté de 4.5% sous l'effet favorable d'un redressement constant des volumes et d'une croissance des produits par hl de 2.7%. Au cours de l'EX20, les produits ont diminué de 3.7%, avec une croissance des produits par hl de 2.1%.
- **Volumes** : Au 4T20, les volumes totaux ont augmenté de 1.6%, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 1.8% et les volumes des non-bières, une hausse de 1.7%. Durant l'EX20, les volumes totaux ont diminué de 5.7%, les volumes de nos propres bières marquant un recul de 5.8% et les volumes des non-bières, un recul de 3.8%. La baisse des volumes est principalement due à l'impact de la pandémie de COVID-19.
- **Marques mondiales** : Au 4T20, les produits combinés de nos marques mondiales ont augmenté de 1.5% au niveau mondial et de 1.3% en dehors de leurs marchés domestiques respectifs. Au cours de l'EX20, les produits combinés de nos marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont diminué de 5.0 % au niveau mondial et de 5.3% en dehors de leurs marchés domestiques respectifs.
- **Coûts des Ventes (CdV)** : Au 4T20, les CdV ont augmenté de 7.9% et de 6.4% par hl. Durant l'EX20, les CdV ont enregistré une hausse de 3.1% et de 9.8% par hl, ce qui s'explique principalement par un désendettement opérationnel résultant de l'impact du COVID-19 sur nos volumes et par des ajustements apportés à la chaîne d'approvisionnement pour répondre à l'évolution de la demande.
- **EBITDA** : Au 4T20, l'EBITDA de 5 066 millions d'USD représente une baisse de 2.4 %, avec une réduction de la marge EBITDA de 261 points de base à 39.7%. Au cours de l'EX20, l'EBITDA a diminué de 12.9% à 17 321 millions d'USD et la marge EBITDA a perdu 382 points de base pour atteindre 36.9%.
- **Résultats financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors résultats financiers nets non-récurrents) étaient de 422 millions d'USD au 4T20, par rapport à 2 309 millions d'USD au 4T19. Les coûts financiers nets (hors résultats financiers nets non-récurrents) étaient de 5 959 millions d'USD pour l'EX20, par rapport à 4 355 millions d'USD pour l'EX19. Cette hausse au cours de l'EX20 est majoritairement due à une perte évaluée à la valeur de marché de 1 211 millions d'USD liée à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, par rapport à un gain de 898 millions d'USD durant l'EX19, soit une fluctuation de 2 109 millions d'USD.

¹L'information ci-jointe constitue une information privilégiée au sens du Règlement (UE) N° 596/2014 du Parlement européen et du Conseil du 16 avril 2014 sur les abus de marché, et une information réglementée au sens de l'arrêté royal belge du 14 novembre 2007 relatif aux obligations des émetteurs d'instruments financiers admis à la négociation sur un marché réglementé. Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres de croissance interne et se rapportent au 4T20 et à l'EX20 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année précédente.

Pour consulter les mentions légales importantes, veuillez vous référer aux pages 26 et 27.

- **Impôt sur le résultat** : Au 4T20, notre taux d'imposition effectif (TIE) normalisé a augmenté de 24.5% au 4T19 à 24.8%. Sans tenir compte de l'impact des gains et pertes liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, notre TIE normalisé était de 29.4% au 4T20 par rapport à 17.2% au 4T19. Le TIE normalisé a augmenté de 23.0% pour l'EX19 à 30.9% pour l'EX20 et, sans tenir compte de l'impact des gains et pertes liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, le TIE normalisé a augmenté de 24.9% pour l'EX19 à 26.2% pour l'EX20.
- **Éléments non-récurrents** : L'EBIT normalisé ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 215 millions d'USD du 4T20 et de 1 184 millions d'USD de l'EX20.
- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev était de 2 154 millions d'USD au 4T20 alors qu'il s'élevait à 962 millions d'USD au 4T19, et a totalisé 3 807 millions d'USD durant l'EX20 par rapport à 8 086 millions d'USD pour l'EX19. Le bénéfice sous-jacent (bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et hors impact de l'hyperinflation) était de 1 616 millions d'USD au 4T20 par rapport à 1 729 millions d'USD au 4T19, et de 5 022 millions d'USD pour l'EX20 par rapport à 7 196 millions d'USD pour l'EX19.
- **Bénéfice par action (BPA)** : Le BPA normalisé était de 1.08 USD au 4T20, en hausse par rapport à 0.48 USD au 4T19. Le BPA normalisé était de 1.91 USD pour l'EX20, en baisse par rapport à 4.08 USD pour l'EX19. Le BPA sous-jacent (BPA normalisé, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos paiements fondés sur des actions et hors impact de l'hyperinflation) était de 0.81 USD au 4T20, en baisse par rapport à 0.87 USD au 4T19, et de 2.51 USD pour l'EX20, en baisse par rapport à 3.63 USD pour l'EX19.
- **Impact des crédits d'impôt au Brésil** : Au 4T20, notre filiale Ambev a conclu le calcul de ses crédits d'impôt sur la base d'une décision de justice selon laquelle la Taxe sur la valeur ajoutée (ICMS) doit être exclue de la base imposable de la contribution sociale sur les revenus bruts (PIS et COFINS). Cette décision se rapporte à la période s'étalant de novembre 2009 à avril 2015. À la suite de cette décision de justice et d'autres ajustements relatifs aux crédits d'impôt, Ambev a reconnu des produits de 481 millions d'USD dans les autres produits d'exploitation pour l'année se terminant le 31 décembre 2020. Cet impact est présenté comme un changement dans le périmètre. De plus, Ambev a reconnu des produits d'intérêts de 315 millions d'USD dans la rubrique Produits financiers pour l'année se terminant le 31 décembre 2020. Les crédits d'impôt et intérêts à recevoir d'Ambev devraient être collectés sur une période de plus de 12 mois après la date de clôture. Au 31 décembre 2020, la somme totale de ces crédits et intérêts à recevoir s'élevait à 997 millions d'USD. Le bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs de capitaux propres et le BPA sous-jacent sont impactés favorablement par les 325 millions d'USD après impôts et participations ne donnant pas le contrôle.
- **Dividende** : Le conseil d'administration d'AB InBev propose un solde de dividende de 0.50 EUR par action pour l'exercice 2020, sous réserve de l'approbation des actionnaires à l'AGA prévue le 28 avril 2021. Le calendrier des dates ex-coupon, des dates d'enregistrement et des dates de paiement est consultable à la page 24.
- **Désendettement** : Le ratio endettement net / EBITDA normalisé était de 4.8x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2020, nos résultats ayant été significativement impactés par la pandémie de COVID-19.
- Le **rapport financier de l'exercice 2020** et le **rapport environnemental, sociétal et de gouvernance d'entreprise de l'exercice 2020** sont consultables sur notre site www.ab-inbev.com.

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

À nos actionnaires :

L'année écoulée a été marquée par des circonstances extraordinaires pour notre entreprise, nos collègues et nos communautés.

Nous exprimons notre immense gratitude aux personnes en première ligne, en particulier le personnel soignant pour son engagement à prendre soin de nous, et à nos équipes qui ont fait preuve d'une résilience et d'une agilité incroyables tandis que nous continuons d'évoluer dans cet environnement toujours incertain. Nous pensons qu'une reprise saine et durable n'est possible que si nous collaborons avec nos partenaires, nos communautés et nos consommateurs.

Les difficultés auxquelles nous avons fait face durant l'année écoulée nous ont montré qu'il est important de prendre du recul et de faire attention à ceux qui nous entourent, mais aussi de rendre hommage aux victimes de la pandémie. Nous avons malheureusement perdu des proches, des amis et des collègues. Nous continuerons de faire de notre mieux pour soutenir nos collègues en ces temps difficiles.

Notre objectif de « réunir les gens pour un monde meilleur » est plus pertinent que jamais.

Notre but n'a jamais été aussi important qu'aujourd'hui, même si le terme « réunir » n'a plus tout à fait le même sens à présent. Dans le contexte de la pandémie de COVID-19, cela signifie tout faire pour protéger la santé et la sécurité de nos collaborateurs et de nos communautés, et mettre notre chaîne de valeur au service de la reprise socio-économique. En temps normal, la bière est un formidable moteur de croissance économique. Dans un monde post-COVID, elle peut jouer un rôle crucial dans la reprise économique.

Nos bières sont presque entièrement sourcées, produites et savourées localement, nous rapprochant ainsi profondément des communautés au sein desquelles nous vivons et opérons. Cela signifie que nous devons donner l'exemple en nous impliquant dans la lutte contre la pandémie et faire notre part dans la reprise économique. En 2020, nous avons produit et fait don de plusieurs millions d'unités de désinfectant pour les mains dans plus de 20 pays et d'eau potable d'urgence dans plus de 10 pays. Nous avons mobilisé nos flottes de camions en Colombie, au Pérou et en Équateur pour acheminer des denrées alimentaires et des produits médicaux de première nécessité. Nous avons aidé à améliorer l'infrastructure de soins de santé fondamentaux, notamment quatre nouveaux hôpitaux au Mexique, au Brésil, en Colombie et au Pérou, ainsi qu'une usine de vaccins au Brésil. Pour soutenir et valoriser les moyens de subsistance de plus de 20 000 producteurs directs de notre chaîne d'approvisionnement mondiale, nous avons tenu nos engagements en continuant d'acheter leurs récoltes sur des marchés tels que le Mexique et l'Inde, même lorsque nos sites de brassage étaient fermés.

Relever les défis d'un environnement complexe en adoptant une approche axée sur les clients et les consommateurs

Après un solide début d'année, nos résultats globaux de 2020 ont été considérablement impactés par le bouleversement dû à la pandémie de COVID-19. Au cours de l'EX20, les volumes ont diminué de 5.7%, les produits ont reculé de 3.7% et l'EBITDA a diminué de 12.9%, avec une réduction de la marge EBITDA de 382 points de base à 36.9%.

Les consommateurs se sont rapidement adaptés à la nouvelle réalité en se tournant vers les occasions de consommation à domicile, en s'orientant davantage vers le canal de l'e-commerce et en trouvant de nouveaux moyens de maintenir le lien social, ce qui renforce ainsi notre confiance dans le potentiel à long terme de la catégorie bière. Nos équipes ont rapidement réagi à l'évolution de l'environnement, nous permettant d'enregistrer une croissance des volumes de bière de 2.2% au 2S20, même si les circonstances externes demeurent extrêmement imprévisibles. Ce

résultat a été favorisé par une approche axée sur les clients et les consommateurs soutenue par les atouts fondamentaux et durables de notre entreprise :

- **Stratégie commerciale claire mise en œuvre avec un portefeuille de marques exceptionnel, tous styles et prix confondus :**
 - *Stimuler la premiumisation* : Nous avons créé et continuons de développer le plus grand portefeuille de marques premium au monde, conçu pour répondre aux besoins et occasions de consommation de plus en plus fragmentés. Après un début d'année difficile, notre High End Company a augmenté ses produits de 4.1% et nos marques mondiales ont vu leurs produits progresser de 4.7% en dehors de leurs marchés domestiques respectifs au 2S20. Nous avons ouvert la voie au développement du segment core plus sur les marchés émergents et matures, avec des marques telles que Modelo au Mexique et Michelob ULTRA aux États-Unis.
 - *Distinguer le segment core et l'accessibilité intelligente* : Nos marques core ont également enregistré une solide croissance des volumes au 2S20, ce qui témoigne de la confiance des consommateurs en notre portefeuille inégalé. Nos initiatives d'accessibilité intelligente, comme par exemple nos bières produites à partir d'ingrédients cultivés localement sur des marchés comme le Brésil, le Pérou, l'Équateur et l'Ouganda, attirent de nouveaux consommateurs vers la catégorie bière, tout en aidant nos communautés grâce au soutien des agriculteurs locaux.
 - *Développer les marchés adjacents* : Notre portefeuille « beyond beer », qui couvre notamment les catégories hard seltzer et cocktails prêts à boire, vins et spiritueux, a aujourd'hui largement dépassé 1 milliard d'USD de produits et a enregistré une croissance à deux chiffres en 2020.
- **Stratégie d'innovation focalisée sur le consommateur et l'agilité** : Nos innovations ont contribué à nos produits mondiaux de 2020 à hauteur de plus de 5 milliards d'USD, soit une hausse par rapport à 2019 malgré des perturbations de grande ampleur. Notre filière d'innovation a inclus des lancements fructueux tels que Brahma Duplo Malte au Brésil, Bud Light Seltzer aux États-Unis et Nuestra Siembra en Équateur. Nous avons fait évoluer notre stratégie d'innovation pour proposer aux consommateurs des produits de qualité supérieure, avec une rapidité et une agilité accrues, ce qui s'est révélé particulièrement important dans le contexte actuel.
- **Développement de nos plateformes commerciales numériques afin de créer de la valeur pour les clients et les consommateurs** : Nous pensons que la digitalisation des relations avec les clients et consommateurs est un facteur clé de la croissance future, et cette tendance continue de s'accélérer considérablement étant donnée la nécessité de se connecter à distance. Nous investissons dans ces capacités depuis de nombreuses années et avons constaté en 2020 une hausse exponentielle de l'adoption de nos plateformes par les utilisateurs.
 - *Digitaliser nos relations avec nos plus de 6 millions de clients dans le monde* : Notre plateforme B2B exclusive BEES associe nos excellents systèmes logistiques et commerciaux à de nouvelles capacités numériques (par exemple les algorithmes basés sur l'intelligence artificielle), ce qui nous permet d'assurer à nos clients du confort, une fluidité de communication et des performances commerciales accrues. Au cours de l'EX20, BEES a généré plus de 3 milliards d'USD de valeur brute des marchandises, dont plus de 2 milliards ont été générés au 4T20, grâce à une accélération à la fois de l'utilisation et de l'adoption de la plateforme. En décembre, notre base croissante d'utilisateurs actifs mensuels base a atteint environ 900 000 utilisateurs à travers 9 marchés, et nous prévoyons de déployer la plateforme sur plusieurs nouveaux marchés en 2021 compte tenu de notre expansion rapide.

- *Se placer en tête des ventes de bière en ligne* : Nos plus de 20 enseignes d'e-commerce direct-to-consumer (DTC) dans le monde offrent plus de confort à nos consommateurs et fournissent des données précieuses qui nous permettent d'anticiper les tendances émergentes. Au Brésil, Zé Delivery est aujourd'hui présente dans les 27 États brésiliens et a connu une accélération significative avec plus de 27 millions de commandes traitées au cours de l'EX20. En Europe, notre portefeuille de points de vente de bière en ligne a enregistré une croissance supérieure à celle du marché, en atteignant de nouveaux consommateurs. En complément de nos propres plateformes, nous exploitons également des partenariats stratégiques avec des détaillants tiers qui nous ont permis d'asseoir notre leadership en matière d'e-commerce et d'accroître notre part de marché mondiale. Cela se vérifie en Chine, où nous occupons la position de leader parmi les brasseurs sur le plus grand marché mondial de l'e-commerce.
- *Trouver de nouveaux moyens pour nos marques de se rapprocher de nos plus de 2 milliards de consommateurs dans le monde* : Grâce à notre agence interne draftLine, nous mettons en œuvre des stratégies de marketing axées sur le consommateur avec plus d'agilité et de pertinence. Notre série de concerts en ligne « lives » lancée au Brésil, qui a permis d'activer avec succès nos principales marques et innovations, comme par exemple Brahma Duplo Malte, a donné lieu à plus de 350 concerts et a généré 678 millions de vues en 12 semaines. Au Royaume-Uni, notre campagne « Save Pub Life », un programme de cartes-cadeaux visant à soutenir les pubs et bars de proximité, a généré des dons de 1.2 million de GBP lorsqu'ils en avaient le plus besoin, et est devenue un programme mondial qui a aidé les bars et restaurants à travers le monde.
- **Engagement sans relâche en faveur de l'excellence opérationnelle et de l'agilité indispensable pour gagner des parts de marché** : Forts d'une chaîne d'approvisionnement mondiale exceptionnelle et d'une envergure unique, nous excellons en termes de niveaux de service et de disponibilité des produits. Nous avons gagné des parts de marché sur la majeure partie de nos marchés clés en alliant la force de nos opérations à une stratégie commerciale triomphante et à un portefeuille de marques inégalé.

Donner la priorité au désendettement tout en assurant une gestion proactive de notre portefeuille de dettes

Notre engagement envers une discipline financière est indéfectible. L'utilisation efficace de nos ressources est une compétence fondamentale. C'est un moteur important de notre rentabilité, qui est l'une des meilleures du secteur, et un outil qui nous place en bonne position pour sortir plus forts de cette crise. De plus, nous continuons de gérer activement les paramètres que nous pouvons influencer afin de maintenir une situation financière prudente en ces temps incertains, tout en soutenant la croissance durable de notre entreprise.

- **S'engager pour le désendettement** : Le ratio endettement net / EBITDA normalisé était de 4.8x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2020, nos résultats ayant été significativement impactés par la pandémie de COVID-19. Nous maintenons notre engagement vers un désendettement autour de 2x et nous donnerons la priorité au remboursement de la dette pour atteindre cet objectif.
- **Gérer proactivement notre portefeuille de dettes pour réduire davantage les risques** : Tout au long de l'année 2020, nous avons lancé une série d'initiatives de gestion de la dette afin de continuer à réduire les risques dans notre bilan tout en créant de la valeur. Nous avons utilisé les 10.8 milliards d'USD de produits de la vente de notre filiale australienne et environ 11 milliards d'USD de produits provenant de l'émission d'obligations afin de réduire d'environ 18 milliards d'USD les échéances de dette des cinq prochaines années. Ces mesures ont

étendu notre maturité moyenne pondérée d'environ 14 ans en 2019 à plus de 16 ans en 2020.

- **Améliorer notre solide position de liquidités pour faire face à l'incertitude :** Nous avons pris d'importantes mesures pour maintenir une position de liquidités solide dans un environnement plus incertain, tout en gérant proactivement notre profil d'endettement. À la fin de l'année, notre position de liquidités totales était d'environ 24.3 milliards de dollars, constitués de la ligne de crédit renouvelable inutilisée de 9.0 milliards d'USD et d'environ 15.3 milliards d'USD de trésorerie. Ce solde de trésorerie comprend les produits de la cession d'une participation minoritaire dans nos usines de canettes basées aux États-Unis pour un montant d'environ 3 milliards d'USD, que nous avons ensuite utilisés en janvier 2021 pour rembourser approximativement le même montant d'obligations en EUR et en AUD venant à échéance respectivement en 2024 et en 2025. Notre niveau de liquidités reste plus élevé que la normale compte tenu de l'incertitude continue, avec un solde de trésorerie plus que suffisant pour couvrir nos échéances obligataires jusqu'en 2026. Nous continuerons de surveiller l'environnement externe et de nous y adapter en fonction de l'évolution de la situation.
- **Être un chef de file dans le domaine de la finance durable :** Le 18 février 2021, nous avons annoncé la signature d'une nouvelle ligne de crédit renouvelable de 10.1 milliards d'USD liée au développement durable, qui remplace notre ligne de crédit renouvelable actuelle de 9.0 milliards d'USD. Cette ligne de crédit est d'une durée initiale de cinq ans et intègre un mécanisme de fixation des prix incitant à progresser dans quatre domaines de performance clés, qui correspondent et contribuent à nos Objectifs de développement durable 2025. Pour en savoir plus, veuillez consulter le [communiqué de presse](#) correspondant.

Des atouts fondamentaux qui nous placent en position favorable pour une solide reprise

Bien que l'avenir demeure incertain, nos atouts fondamentaux nous placent en position favorable pour une solide reprise. Nous bénéficions d'une empreinte géographique diversifiée, avec des opérations sur près de 50 marchés et des ventes dans plus de 150 pays, et de positions majeures dans les régions à forte croissance. Une stratégie commerciale claire nous offre les outils nécessaires pour prendre la tête et développer la catégorie bière mondiale, et déployer les meilleures pratiques sur tous les marchés. Nous détenons le portefeuille de marques de bière ayant le plus de valeur au monde, grâce auquel nous atteignons plus de consommateurs à davantage d'occasions de consommation. Notre rentabilité est la meilleure du secteur, ce qui nous permet d'affronter des périodes d'incertitude extrême. Les investissements dans le développement des capacités comme les ventes B2B, l'e-commerce et le marketing numérique nous placent en position favorable pour capter la croissance de ces tendances qui s'accroissent.

Mais surtout, nous disposons d'une culture d'ownership et d'un état d'esprit axé sur le long terme. Nos quelque 164 000 collègues à travers le monde relèvent chaque jour le défi en faisant preuve d'ingéniosité, de passion et de résilience. Durant cette année extrêmement difficile, nous avons eu le plaisir de constater que le score annuel d'engagement de nos employés avait augmenté de 3 points de pourcentage. 2020 a renforcé notre confiance dans le potentiel de la catégorie bière et de notre entreprise. Nous continuerons de compter sur nos atouts fondamentaux, sans jamais nous arrêter de poursuivre nos efforts pour devenir une organisation véritablement axée sur le client et le consommateur.

Notre ambition est de servir nos clients, nos consommateurs et nos communautés durant les 100 prochaines années et au-delà.

PERSPECTIVES 2021

- (i) **Performance générale :** Alors que les perturbations actuelles dues à la pandémie de COVID-19 continuent de générer de l'incertitude, nous prévoyons une amélioration significative de nos produits et bénéfices de l'exercice 2021 par rapport à l'exercice 2020. Nous prévoyons une croissance des produits grâce à une combinaison saine des volumes et des prix, se traduisant par une croissance des bénéfices. Nous continuerons d'utiliser efficacement nos ressources tout en renforçant les investissements dans nos marques. Cependant, les mix de canaux et d'emballages défavorables, associés à l'impact négatif des devises et du prix des produits de base, pèseront sur notre marge EBITDA de l'EX21. Les perspectives pour l'EX21 reflètent notre évaluation actuelle de l'échelle et de la magnitude de la pandémie de COVID-19, laquelle est susceptible d'évoluer pendant que nous continuons à surveiller les développements en cours.
- (ii) **Coûts financiers nets :** Pour l'EX21, le coupon moyen de la dette brute devrait se situer autour de 4.0%. 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 se situer entre 150 et 170 millions d'USD par trimestre, en fonction de la fluctuation des devises. Les coûts financiers nets continueront de subir l'impact de gains et pertes éventuels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (iii) **Taux d'imposition effectif (TIE) :** Le TIE de l'EX21 devrait être supérieur à ceux de l'EX20 et de l'EX19 en raison de plusieurs facteurs, notamment la suppression progressive des mesures COVID-19 temporaires et des modifications de la législation des attributs fiscaux sur certains marchés clés.
- (iv) **Dépenses nettes d'investissement :** Les dépenses nettes d'investissement devraient se situer entre 4.5 et 5.0 milliards d'USD au cours de l'EX21 puisque nous renforçons les investissements dans l'innovation et d'autres initiatives axées sur les consommateurs afin de soutenir la dynamique actuelle.
- (v) **Endettement :** Environ 44% 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.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	4T19	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	141 979	144 455	1.6%
Nos propres bières	124 025	126 388	1.8%
Volumes des non-bières	17 170	17 434	1.7%
Produits de tiers	785	633	-25.6%
Produits	13 334	12 767	4.5%
Marge brute	8 065	7 485	2.2%
Marge brute en %	60.5%	58.6%	-129 bps
EBITDA normalisé	5 343	5 066	-2.4%
Marge EBITDA normalisé	40.1%	39.7%	-261 bps
EBIT normalisé	4 128	3 867	-4.7%
Marge EBIT normalisé	31.0%	30.3%	-267 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	-1	2 266	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	114	2 266	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	962	2 154	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 729	1 616	
Bénéfice par action (USD)	0.06	1.13	
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.48	1.08	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	0.87	0.81	
	EX19	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	561 427	530 644	-5.7%
Nos propres bières	495 423	467 416	-5.8%
Volumes des non-bières	62 296	59 865	-3.8%
Produits de tiers	3 709	3 363	-20.6%
Produits	52 329	46 881	-3.7%
Marge brute	31 967	27 247	-8.2%
Marge brute en %	61.1%	58.1%	-280 bps
EBITDA normalisé	21 078	17 321	-12.9%
Marge EBITDA normalisé	40.3%	36.9%	-382 bps
EBIT normalisé	16 421	12 723	-18.3%
Marge EBIT normalisé	31.4%	27.1%	-472 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 748	-650	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	9 171	1 405	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 086	3 807	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 196	5 022	
Bénéfice par action (USD)	4.62	0.70	
Bénéfice normalisé par action (USD)	4.08	1.91	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	3.63	2.51	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	4T19	Scope	Croissance interne	4T20	Croissance interne Volumes totaux	Croissance interne Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	25 489	26	-176	25 340	-0.7%	-0.7%
Amériques du Centre	35 544	208	736	36 487	2.1%	3.0%
Amérique du Sud	41 209	46	3 899	45 154	9.5%	11.4%
EMEA	23 867	-33	-1 556	22 277	-6.5%	-6.0%
Asie-Pacifique	15 481	-67	-470	14 944	-3.0%	-3.1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	389	-29	-109	252	-31.7%	-35.4%
AB InBev au niveau mondial	141 979	151	2 324	144 455	1.6%	1.8%

	EX19	Scope	Croissance interne	EX20	Croissance interne Volumes totaux	Croissance interne Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	108 133	237	-1 525	106 846	-1.4%	-1.4%
Amériques du Centre	133 538	1 072	-13 810	120 800	-10.3%	-10.9%
Amérique du Sud	139 664	93	4 452	144 209	3.2%	4.9%
EMEA	85 888	-115	-9 566	76 207	-11.2%	-10.8%
Asie-Pacifique	93 168	-62	-11 456	81 649	-12.3%	-12.4%
Exportations Globales et Sociétés Holding	1 036	-55	-48	933	-5.1%	-7.8%
AB InBev au niveau mondial	561 427	1 170	-31 954	530 644	-5.7%	-5.8%

PERFORMANCES DES MARCHÉS CLÉS

États-Unis

Croissance des produits et amélioration cohérente de la tendance de part de marché grâce à une exécution réussie de la stratégie commerciale

En 2020, notre activité aux États-Unis a réalisé une croissance des produits et des bénéfices et affiche une amélioration continue de la tendance de part de marché. Cette performance a été favorisée par l'exécution cohérente d'une stratégie axée sur les consommateurs, qui repose sur la premiumisation, la santé et le bien-être et l'innovation ainsi que sur la mise en œuvre réussie de chacune de nos cinq priorités commerciales. Nous avons dominé la croissance (en dollars) de l'industrie brassicole américaine au cours de l'EX20, selon IRI. Nos capacités de planification et d'analyse de données avancées ainsi que notre chaîne d'approvisionnement mondiale nous ont permis de servir efficacement clients et consommateurs malgré la pression constante exercée sur le secteur et l'incertitude créée par la pandémie de COVID-19.

Nos ventes aux détaillants (VAD) ont diminué de 0.2% au cours de l'EX20, un résultat légèrement inférieur à un secteur en recul de 0.1%. Ceci a entraîné une perte de part de marché estimée de 5 points de base, notre portefeuille above core ayant enregistré un gain estimé de 110 points de base et nos marques traditionnelles, une perte estimée de 115 points de base. Nos ventes aux grossistes (VAG) ont diminué de 1.7%, avec une croissance des produits par hl de 2.6% entraînant une croissance des produits de 0.8%.

Au 4T20, le secteur a subi l'impact de la deuxième vague de l'épidémie de COVID-19 et des restrictions appliquées au canal de la consommation hors domicile. Nos VAD ont diminué de 1.6% dans un secteur qui, selon nos estimations, affiche un recul de 1.4%, entraînant ainsi une baisse estimée de part de marché de 15 points de base. Notre portefeuille above core a réalisé un gain estimé de 105 points de base tandis que notre portefeuille traditionnel affiche une perte estimée de 120 points de base de part de marché. Nos VAG ont diminué de 0.5% et nos produits par hl ont augmenté

de 3.9%, stimulés par la solide exécution de notre stratégie de rééquilibrage du portefeuille et des initiatives de gestion des revenus et renforcés par un mix de marques favorable lié au calendrier d'expédition, ce qui a entraîné une croissance des produits de 3.4%.

Notre portefeuille above core a continué de se surpasser, sous l'effet de la dynamique continue de Michelob ULTRA et d'innovations fructueuses telles que Bud Light Seltzer. Michelob ULTRA s'est une nouvelle fois imposée comme la deuxième bière qui se vend le mieux (en termes de valeur) aux États-Unis, après Bud Light, et a réalisé le meilleur gain de part de marché de la catégorie bière hors boissons maltées aromatisées pendant l'EX20, selon IRI. En outre, notre portefeuille d'eaux pétillantes alcoolisées a enregistré un taux de croissance deux fois supérieur à celui du secteur, grâce au succès du lancement de Bud Light Seltzer. La continuité dans l'exécution de notre stratégie commerciale a également permis de stabiliser la part de marché du segment traditionnel au cours de l'EX20 et d'enregistrer une croissance de 40 points de base au 4T20.

Au cours de l'EX20, notre EBITDA a augmenté de 0.2% avec une légère réduction de la marge de 24 points de base à 40.4%, la croissance des produits, le mix de marques favorable et les efficacités de coûts continues ayant été en partie atténués par la comptabilisation de gains uniques de l'année précédente dans les autres produits d'exploitation. Au 4T20, l'EBITDA a diminué de 4.1% avec une réduction de la marge de 295 points de base à 38.2%, la croissance saine des produits ayant été atténuée par la mise en place progressive des investissements commerciaux et de marketing, la hausse des frais liés à la fourniture et à l'optimisation de l'approvisionnement des canettes et un marché du fret plus restreint.

Mexique

Surperformance du secteur renforcée par la croissance des produits et des bénéfiques au second semestre

Durant l'EX20, notre activité au Mexique a réalisé une très solide performance dans un environnement externe incertain. Les produits ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, en raison d'une baisse des volumes d'un chiffre dans le haut de la fourchette à la suite d'un arrêt de deux mois de nos activités décidé par le gouvernement au 2T20. Nous avons rapidement repris nos activités et surpassé la performance du secteur pendant l'année, réalisant ainsi des gains continus de part de marché. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, au-dessus de l'inflation, grâce aux initiatives de gestion des revenus et au mix de marques favorable résultant de la croissance continue de notre portefeuille above core. Au 4T20, notre activité a continué sur sa lancée avec une croissance des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette, une croissance des produits d'un chiffre dans le haut de la fourchette et une croissance des produits par hl d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, au-dessus de l'inflation.

Nous maintenons notre attention sur le développement de notre portefeuille conformément au cadre d'extension des catégories. Nous continuons de renforcer notre marques core, la croissance combinée de Corona et de Victoria ayant dépassé la performance du secteur en 2020. Notre portefeuille above core se développe rapidement, la famille de marques Modelo réalisant la plus importante croissance de volume en termes absolus dans la catégorie bière. Michelob ULTRA a également enregistré de solides résultats, en particulier au 4T20, avec une croissance supérieure au secteur. Dans l'optique d'exploiter le capital de la marque et la promesse aux consommateurs, nous avons lancé récemment des pilotes de Michelob ULTRA Hard Seltzer, tandis que nous concentrons nos efforts sur une croissance du secteur en ouvrant la voie dans de nouveaux segments. Nous continuons à soutenir nos clients par le biais de programmes de réactivation du commerce et de solutions numériques, comme le déploiement de BEES, dont la taille a plus que doublé pendant l'année.

Notre propre chaîne de commerces de détail, Modelorama, a étendu sa présence avec plus de 600 nouvelles implantations en vue d'atteindre un total d'environ 9 500 points de vente à travers le pays. Nous avons également achevé les troisième et quatrième phases de développement de notre présence au sein d'OXXO, la plus grande chaîne de supérettes du pays, rendant ainsi nos marques disponibles dans plus de 7 700 magasins. Conformément à notre plan, nous avons lancé la phase suivante du déploiement de notre portefeuille dans 1 100 magasins supplémentaires en janvier 2021. Nous restons très positifs concernant le potentiel de croissance à long terme et la valeur ajoutée de ces opportunités.

Au cours de l'EX20, l'EBITDA a diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette avec un accroissement de la marge de 85 points de base, principalement en raison des deux mois d'arrêt au 2T20 décidés par le gouvernement, étant donné que nous avons rapidement repris nos activités pour réaliser une croissance des produits et des bénéfices avec un accroissement de la marge au 2S20. Au 4T20, l'EBITDA a augmenté d'environ 15% avec un accroissement de la marge de près de 300 points de base grâce à une solide croissance des produits et à des efficacités opérationnelles.

Colombie

Solide fin d'année avec une bonne dynamique dans l'ensemble de notre portefeuille, malgré des résultats fortement impactés par les mesures restrictives

Durant l'EX20, nos produits et nos volumes totaux ont reculé d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec une baisse des volumes des bières et des non-bières. Les produits par hl ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, principalement en raison du mix de canaux. Suite à la levée progressive du confinement et des mesures restrictives appliquées au canal de la consommation hors domicile, notre activité en Colombie a fortement repris au 4T20 avec une bonne dynamique au sein du portefeuille, le trimestre ayant été ponctué chaque mois par un nouveau record mensuel de volumes de bière. Au cours du trimestre, les produits ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec une hausse des volumes de bière d'un chiffre dans le haut de la fourchette et des produits par hl stables. Nos équipes continuent de collaborer étroitement avec les autorités locales pour garantir une reprise sûre dans le canal de la consommation hors domicile.

Nous poursuivons le développement du segment premium, stimulé par notre portefeuille de marques mondiales, qui a augmenté de près de 20% pendant l'EX20. Nos marques core ont connu une forte reprise au 4T20 et ont progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette, sous l'impulsion d'Aguila et de notre toute nouvelle bière facile à boire baptisée Costeña Bacana. Dans le cadre de programme de transformation numérique, nous avons accéléré le déploiement de BEES, désormais utilisée par des centaines de milliers de clients, et permettant de convertir numériquement la majeure partie de nos revenus avant la fin de l'année.

Durant l'EX20, l'EBITDA a enregistré une baisse d'environ 15 %, avec une diminution de la marge d'environ 400 points de base. Au 4T20, l'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette avec une réduction de la marge d'environ 240 points de base, ce qui s'explique par l'impact négatif des devises et du prix des produits de base, combiné au mix d'emballages défavorable dû à une hausse des emballages non consignés, principalement les canettes.

Brésil

Solide performance des produits pendant l'année grâce à une stratégie commerciale efficace et à l'excellence opérationnelle

Notre activité bière au Brésil a enregistré une solide performance cette année dans un contexte difficile. Nous avons augmenté nos volumes de bière de 5.6% durant l'EX20 et de 11.9% au 4T20, dépassant ainsi la performance du secteur au cours des deux périodes, grâce au déploiement réussi de notre stratégie axée sur le client et le consommateur et à l'excellence opérationnelle. Notre portefeuille premium a surpassé la performance du secteur, nous avons stabilisé la performance de nos marques core et nous avons créé des innovations très réussies telles que Brahma Duplo Malte, une marque qui a permis d'étendre considérablement le segment core plus qui était auparavant sous-développé. Nous poursuivons la transformation numérique de notre activité, avec la croissance exponentielle et le développement rapide de nos initiatives direct-to-consumer et de notre plateforme B2B en ligne dans tout le pays. Près de la moitié de nos clients actifs utilisent actuellement BEES. Notre principale initiative DTC, Zé Delivery, couvre aujourd'hui les 27 États brésiliens et a connu une accélération significative avec plus de 27 millions de commandes traitées au cours de l'EX20. Notre performance a également été aidée par les subventions gouvernementales versées d'avril à décembre qui ont permis d'augmenter les revenus disponibles des consommateurs et ainsi accroître la demande.

Les volumes des non-bières sont restés stables durant l'EX20 et ont augmenté de 6.6% au 4T20 puisque nous avons observé un retour des occasions de consommation au deuxième semestre.

Les activités combinées ont réalisé une croissance des volumes de 4.2% et une croissance des produits totaux de 7.1% pendant l'EX20. Les produits par hl ont augmenté de 2.8%, ce qui s'explique principalement par des initiatives de gestion des revenus, par le mix de marques et par le mix de catégories, partiellement atténués par un mix de canaux et un mix géographique défavorables. Au 4T20, nos volumes ont augmenté de 10.6% et les produits totaux ont progressé de 19.4%. Les produits par hl ont augmenté de 7.9%, grâce essentiellement aux initiatives de gestion des revenus dans nos activités des bières et des non-bières.

De plus, au 4T20, notre filiale Ambev a conclu le calcul de ses crédits d'impôt sur la base d'une décision de justice selon laquelle la Taxe sur la valeur ajoutée (ICMS) doit être exclue de la base imposable de la contribution sociale sur les revenus bruts (PIS et COFINS). Cette décision se rapporte à la période s'étalant de novembre 2009 à avril 2015. À la suite de cette décision de justice et d'autres ajustements relatifs aux crédits d'impôt, Ambev a reconnu des produits de 481 millions d'USD dans la rubrique Autres produits d'exploitation pour l'année se terminant le 31 décembre 2020. Cet impact est présenté comme un changement dans le périmètre. Pour toute information complémentaire concernant l'impact sur le bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev et le BPA sous-jacent, veuillez vous référer à la page 2.

Au cours de l'EX20, l'EBITDA a progressé de 6.2%, avec une réduction de la marge de 521 points de base, impacté par l'effet négatif des devises et le mix d'emballages défavorable, avec une hausse d'une année à l'autre des emballages non consignés, en particulier les canettes. Au 4T20, l'EBITDA a augmenté de 12.8 %, avec une réduction de la marge de 388 points de base. Nos marges EBITDA absolues de 41.9% au cours de l'EX20 et de 63.7% au 4T20 ont été favorisées par les crédits d'impôt.

Europe

Gains de part de marché sur la plupart des marchés, malgré une performance impactée par des restrictions liées au COVID-19 qui perdurent

En Europe, nos produits et nos volumes ont reculé d'un chiffre dans le haut de la fourchette au cours de l'EX20. Les produits par hl ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, sous l'effet négatif du mix de canaux résultant de la fermeture généralisée du canal de la consommation hors domicile aux deuxième et quatrième trimestres, partiellement atténué par la surperformance continue de nos marques premium et par des initiatives de gestion des revenus. Nous estimons avoir gagné des parts de marché sur la majorité de nos marchés clés durant l'exercice, avec des gains particulièrement importants en France, en Allemagne et aux Pays-Bas.

Au 4T20, notre performance a été fortement impactée par la prolongation des fermetures dans le canal de la consommation hors domicile et des restrictions de déplacements, entraînant une baisse des produits de près de 20% avec des produits par hl stables. Nous avons continué à accroître nos volumes dans le canal de la grande distribution, favorisés par la force de notre portefeuille de marques mondiales, notamment Budweiser, qui a progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette grâce à une performance particulièrement solide au Royaume-Uni et aux Pays-Bas.

L'EBITDA a enregistré une baisse à deux chiffres pendant l'année et au cours du trimestre, qui s'explique par le désendettement opérationnel et le mix de canaux compte tenu des fermetures dans le canal de la consommation hors domicile, puisque ce dernier enregistre des marges EBITDA plus élevées en Europe continentale.

Afrique du Sud

Impact de multiples interdictions de vente d'alcool sur la performance, malgré une demande sous-jacente des consommateurs qui reste forte

Notre activité en Afrique du Sud a été fortement impactée par trois interdictions totales de vente d'alcool décidées par le gouvernement au cours de l'année 2020, ce qui a entraîné une baisse à deux chiffres des volumes, des produits et de l'EBITDA, ainsi qu'une importante réduction de la marge EBITDA. Hormis ces interdictions, nous avons constaté une forte demande sous-jacente des consommateurs pour les marques de notre portefeuille tout au long de l'année, ce qui a donné lieu à des gains estimés de part de marché à la fois dans le segment bière et dans le segment des boissons alcoolisées. Au 4T20, nous avons réalisé une croissance des produits et des bénéfices d'un chiffre dans le bas de la fourchette avec un accroissement de la marge EBITDA. Les volumes ont légèrement diminué pendant le trimestre, le gouvernement ayant instauré une troisième interdiction d'alcool le 29 décembre 2020 qui a impacté une semaine clé pour les ventes de bière.

Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette au cours de l'EX20 et du 4T20, principalement grâce aux initiatives de gestion des revenus. Ce résultat a été partiellement atténué par le mix des marques puisque les consommateurs se sont tournés vers des marques plus abordables et des emballages consignés pour le vrac, ce qui a été particulièrement bénéfique à nos marques core, comme par exemple Carling Black Label. Nos boissons alcoolisées aromatisées Brutal Fruit et Flying Fish se sont surpassées cette année, renforçant ainsi les avantages d'un portefeuille de marques diversifié pour répondre aux besoins des consommateurs, tous styles et prix confondus.

La troisième interdiction d'alcool mise en place le 29 décembre 2020 a été levée le 1er février 2021 et nous avons repris nos activités le 2 février 2021. Cette troisième interdiction d'alcool aura un impact considérable sur notre

performance au 1T21. Notre priorité majeure demeure la sécurité et le bien-être de nos collaborateurs et de nos communautés et nous continuerons de collaborer avec le gouvernement concernant les mesures légales significatives prises pour lutter contre la pandémie (couvre-feu, restrictions de capacité, limitation des heures d'ouverture des commerces, etc.). Nous pensons toutefois que des interdictions totales de vente d'alcool nuisent considérablement à l'économie de l'Afrique du Sud, menacent les plus d'un million de travailleurs impliqués dans toute la chaîne de valeur du secteur des boissons alcoolisées et favorisent le commerce illégal d'alcool qui a des conséquences dévastatrices à la fois sur la santé et sur l'économie.

Chine

Succès continu de notre stratégie de premiumisation favorisé par une position de leadership dans le canal de l'e-commerce en plein essor

Au cours de l'EX20, les volumes ont diminué de 10.0% et les produits par hl ont reculé de 1.1%, entraînant une baisse des produits totaux de 11.0%. Au 4T20, les produits ont augmenté de 1.1% avec une croissance des volumes de 0.9%, réalisée dans le contexte d'une baisse des stocks dans le canal de distribution due au calendrier tardif du nouvel an chinois en 2021. Les produits par hl ont légèrement progressé au 4T20, le mix de marques favorable résultant de la premiumisation continue ayant été atténué par la hausse des remises par hl accordées aux grossistes suite à la réduction des stocks dans le canal de distribution.

Malgré une perte de part de marché importante entre février et avril 2020 due à l'impact du COVID-19 sur le canal de la consommation hors domicile, nous nous sommes rapidement rattrapés grâce à l'efficacité de nos mesures commerciales et de l'affectation des ressources. Nous avons systématiquement gagné de la part de marché au cours des trimestres suivants, en particulier au 4T20 avec un gain estimé de part de marché de 140 points de base. Par conséquent, nous avons fortement limité la perte de part de marché de l'EX20 à un niveau estimé à 55 points de base. La premiumisation demeure un moteur de croissance et notre portefeuille premium et super premium a progressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette au 4T20, sous l'impulsion de Budweiser. Selon nos estimations, nous restons en tête de la catégorie bière dans le canal de l'e-commerce avec une part de marché deux fois plus élevée que celle du brasseur suivant et nous profitons de ce canal en plein essor pour lancer nos innovations.

Durant l'EX20, l'EBITDA a diminué de 20.6%, avec une marge EBITDA de 33.4%. Au 4T20, l'EBITDA a diminué de 5.7% en raison d'une comparaison difficile des autres produits d'exploitation.

Faits marquants sur nos autres marchés

Notre activité au **Canada** a enregistré une hausse des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette au cours de l'EX20, soit une performance supérieure à celle du secteur, grâce à l'exécution cohérente de notre stratégie commerciale. Ce résultat a été stimulé par la surperformance de nos marques above core, avec Corona et Michelob ULTRA en tête. Corona a progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette et Michelob ULTRA a été la marque de bière affichant la progression la plus rapide pour la deuxième année consécutive. Notre portefeuille beyond beer a réalisé une croissance de 25%, grâce au succès des innovations de la famille de marque Mike's Hard et au développement de la catégorie hard seltzer. Les produits par hl ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette en raison des fermetures dans le canal de la consommation hors domicile dues aux restrictions liées au COVID-19, entraînant une stabilisation des produits d'une année à l'autre. Au 4T20, les volumes ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette et les produits ont reculé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, la deuxième vague de la pandémie de COVID-19 ayant donné lieu à une prolongation des mesures restrictives.

Au **Pérou**, les produits et les volumes ont enregistré une baisse à deux chiffres en raison d'un arrêt des activités décidé par le gouvernement en mars et en avril et à des mesures de confinement au cours des mois suivants. Notre performance s'est toutefois améliorée progressivement lorsque les mesures restrictives ont été levées. Nous restons concentrés sur la mise en œuvre de notre cadre d'extension des catégories, en enregistrant des produits stables au 4T20, grâce à une solide reprise au cours des deux derniers mois de l'année avec des volumes de bière supérieurs à ceux de l'année précédente. Nos marques mondiales ont terminé l'année par une solide performance, affichant une forte hausse à deux chiffres. Golden, notre innovation du segment d'accessibilité intelligente qui offre aux consommateurs une combinaison unique de maïs et d'orge à des prix abordables, continue de réaliser de bons résultats. Nous avons également annoncé que nous achetons tout notre maïs servant à produire Golden auprès de producteurs locaux afin de continuer à soutenir la reprise économique du pays.

En **Équateur**, les produits et les volumes ont enregistré une baisse à deux chiffres durant l'année, sous l'effet de la pandémie de COVID-19 et des restrictions gouvernementales associées. Au 4T20, nous affichons une amélioration séquentielle des volumes et des produits par rapport au trimestre précédent, bien que nous restions prudents en raison d'une nouvelle mise en œuvre de restrictions gouvernementales dans tout le pays durant les deux derniers mois de l'année. Nous continuons de nous concentrer sur le développement de la catégorie bière et récoltons les fruits de nos initiatives de premiumisation. Nos marques mondiales ont terminé l'année en beauté, stimulées par le développement de Corona et de Stella Artois, et nous avons récemment développé notre portefeuille de marques premium avec le lancement de Beck's. En outre, nous nous concentrons sur notre objectif d'attirer davantage de consommateurs vers la catégorie en proposant des produits très qualitatifs à des prix attractifs, comme par exemple Nuestra Siembra, notre innovation produite à partir de cultures locales qui continue de réaliser d'excellents résultats.

En **Argentine**, nous avons enregistré cette année une légère croissance des volumes et dépassé la performance du secteur, malgré un contexte de consommation difficile. Ce résultat s'explique par l'exploitation de notre portefeuille de marques diversifié, stimulé par la croissance à deux chiffres de nos marques premium et core plus, associée à notre envergure inégalée, notre excellence opérationnelle et la transformation numérique de notre entreprise avec des initiatives DTC. Les produits et les produits par hl affichent une croissance à deux chiffres durant l'EX20 dans un environnement hautement inflationniste, bien que les initiatives de gestion de revenus continuent d'être limitées par un contrôle des prix imposé par le gouvernement dans le secteur des produits alimentaires et des boissons. Nos volumes ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette au 4T20, ce qui s'explique par la premiumisation continue de notre portefeuille menée par Corona et Andes Origen, et la croissance d'innovations récentes telles que Quilmes 0.0 et Patagonia Solcitra, une nouvelle variante de Patagonia élaborée avec du houblon aux arômes d'agrumes.

En **Afrique hors Afrique du Sud**, notre activité a été impactée négativement par la pandémie de COVID-19 mais nous avons constaté une résilience de la demande des consommateurs sur un grand nombre de nos marchés à partir de la levée des mesures restrictives. Nous avons réalisé une solide croissance des volumes au Mozambique et en Zambie durant l'année. Les volumes ont reculé en Tanzanie et en Ouganda, les deux marchés ayant été impactés par un environnement économique qui reste difficile. Au Nigeria, nous avons enregistré une croissance des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette durant l'EX20 et une hausse des volumes d'un chiffre dans le haut de la fourchette au 4T20, grâce à des investissements fructueux destinés à améliorer notre portefeuille de marques et à développer nos capacités de mise sur le marché.

Au 4T20, la **Corée du Sud** a fait face à la plus forte vague de la pandémie de COVID-19 du pays et a par conséquent connu le niveau de restrictions le plus élevé, ce qui a eu un impact négatif sur nos produits et nos volumes. Nous estimons que notre part de marché totale a diminué d'environ 220 points de base au cours de l'EX20, plus de la moitié de cette baisse étant imputable à la modification du mix de canaux résultant de la pandémie de COVID-19. Durant

l'EX20, nous avons gagné de la part de marché dans le canal de la consommation à domicile en plein essor, selon Nielsen. Dans le canal de la consommation hors domicile, bien que nous estimions avoir perdu de la part de marché au cours de l'EX20, la tendance s'est améliorée tout au long de l'année avec des gains au 4T20 grâce à la dynamique croissante de Cass. Nous avons continué de dominer le segment premium et estimons que notre performance a dépassé celle du secteur dans ce segment.

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

Tableau 3. Compte de résultats consolidé (millions d'USD)			
	4T19	4T20	Croissance interne
Produits	13 334	12 767	4.5%
Coûts des ventes	-5 269	-5 282	-7.9%
Marge brute	8 065	7 485	2.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 149	-4 169	-7.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	213	551	-29.3%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	4 128	3 867	-4.7%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-166	-215	
Produits/(coûts) financiers nets	-2 309	-422	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	-899	132	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	58	75	
Impôts sur le résultat	-454	-830	
Bénéfice des activités poursuivies	359	2 607	
Bénéfice des activités abandonnées (récurrent et non-récurrent)	114	-	
Bénéfice	474	2 607	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	360	342	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	114	2 266	
EBITDA normalisé	5 343	5 066	-2.4%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	962	2 154	
	EX19	EX20	Croissance interne
Produits	52 329	46 881	-3.7%
Coûts des ventes	-20 362	-19 634	-3.1%
Marge brute	31 967	27 247	-8.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-16 421	-15 368	0.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	875	845	-46.2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	16 421	12 723	-18.3%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-323	-3 103	
Produits/(coûts) financiers nets	-4 355	-5 959	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	882	-1 738	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	152	156	
Impôts sur le résultat	-2 786	-1 932	
Bénéfice des activités poursuivies	9 990	147	
Bénéfice des activités abandonnées (récurrent et non-récurrent)	424	2 055	
Bénéfice	10 414	2 202	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	1 243	797	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	9 171	1 405	
EBITDA normalisé	21 078	17 321	-12.9%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 086	3 807	

Les autres produits/(charges) d'exploitation consolidés de l'EX20 ont diminué de 46.2%, principalement sous l'effet de la baisse des autres produits d'exploitation durant l'EX20 en raison de la pandémie de COVID-19 et des gains uniques de l'EX19 qui ne se sont pas reproduits au cours de l'EX20. De plus, au 4T20, notre filiale Ambev a conclu le calcul de ses crédits d'impôt sur la base d'une décision de justice selon laquelle la Taxe sur la valeur ajoutée (ICMS) doit être exclue de la base imposable de la contribution sociale sur les revenus bruts (PIS et COFINS). Cette décision se rapporte à la période s'étalant de novembre 2009 à avril 2015. À la suite de cette décision de justice et d'autres ajustements relatifs aux crédits d'impôt, Ambev a comptabilisé des produits de 481 millions d'USD dans les autres produits d'exploitation pour l'année se terminant le 31 décembre 2020. Cet impact est présenté comme un changement dans le périmètre.

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

	4T19	4T20	EX19	EX20
Dépréciation du goodwill	-	-	-	-2 500
Coûts liés au COVID-19	-	-50	-	-182
Restructuration	-85	-60	-170	-157
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	-19	-84	-50	-239
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	12	-21	-23	-25
Régularisation fiscale au Brésil	-74	-	-74	-
Coût lié à l'offre publique d'une participation minoritaire dans Budweiser APAC	-	-	-6	-
Éléments non-récurrents dans le bénéfice d'exploitation	-166	-215	-323	-3 103
Gain sur la cession de l'Australie (inclus dans le bénéfice des activités abandonnées)	-	-	-	1 919
Total des éléments non-récurrents dans l'EBIT	-166	-215	-323	-1 184

L'EBIT ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 215 millions d'USD du 4T20 et de 1 184 millions d'USD de l'EX20. Cela comprend les éléments négatifs non-récurrents de 50 millions d'USD du 4T20 et de 182 millions d'USD de l'EX20 se rapportant aux coûts liés au COVID-19. Ces coûts sont essentiellement liés aux équipements de protection individuelle destinés à nos collègues et aux dons caritatifs.

En outre, nous avons rapporté au 2T20 une charge non cash de 2.5 milliards d'USD au titre de la dépréciation du goodwill, qui a été partiellement compensée par un gain de 1.9 milliard d'USD résultant de la vente des activités de l'Australie rapportée dans le « Bénéfice des activités abandonnées ».

Produits/(coûts) financiers nets

	4T19	4T20	EX19	EX20
Charges nettes d'intérêts	-940	-950	-3 857	-3 854
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-24	-21	-95	-82
Charges de désactualisation	-195	-150	-650	-564
Ajustements à la valeur de marché	-774	536	898	-1 211
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	8	341	118	315
Autres résultats financiers	-384	-179	-769	-563
Produits/(coûts) financiers nets	-2 309	-422	-4 355	-5 959

Les coûts financiers nets de l'EX20 ont été impactés négativement par les pertes évaluées à la valeur de marché liées 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

	4T19	4T20	EX19	EX20
Prix de l'action au début de la période (Euro)	87.42	46.23	57.70	72.71
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	72.71	57.01	72.71	57.01
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	54.0	55.0	54.0	55.0

De plus, au 4T20, notre filiale Ambev a conclu le calcul de ses crédits d'impôt sur la base d'une décision de justice selon laquelle la Taxe sur la valeur ajoutée (ICMS) doit être exclue de la base imposable de la contribution sociale sur les revenus bruts (PIS et COFINS). Cette décision se rapporte à la période s'étalant de novembre 2009 à avril 2015. À la suite de cette décision de justice et d'autres ajustements relatifs aux crédits d'impôt, Ambev a déclaré des produits d'intérêt de 315 millions d'USD dans les produits financiers pour l'année se terminant le 31 décembre 2020.

Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents

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

	4T19	4T20	EX19	EX20
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	-385	228	445	-511
Autres ajustements à la valeur de marché	-374	222	433	-497
Remboursement anticipé d'obligations et autres	-140	-318	4	-730
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	-899	132	882	-1 738

Les coûts financiers nets non-récurrents de l'EX20 comprennent des pertes évaluées à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir les actions émises dans le cadre des regroupements avec Grupo Modelo et SAB.

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

Tableau 8. Instruments non-récurrents dérivés sur fonds propres

	4T19	4T20	EX19	EX20
Prix de l'action au début de la période (Euro)	87.42	46.23	57.70	72.71
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	72.71	57.01	72.71	57.01
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)

	4T19	4T20	EX19	EX20
Impôts sur le résultat	454	830	2 786	1 932
Taux d'impôts effectif	59.6%	24.7%	22.1%	100.4%
Taux d'impôts effectif normalisé	24.5%	24.8%	23.0%	30.9%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	17.2%	29.4%	24.9%	26.2%

La hausse de notre TIE normalisé de l'EX20, 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. La hausse de notre TIE normalisé au 4T20, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, est surtout imputable à la baisse du rendement des intérêts sur les capitaux propres au Brésil et aux provisions pour créances fiscales.

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)				
	4T19	4T20	EX19	EX20
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	114	2 266	9 171	1 405
Eléments non-récurrents, avant impôts	166	215	323	3 103
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	899	-132	-882	1 738
Impôts non-récurrents	8	-25	6	-155
Eléments non-récurrents attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	-111	-170	-108	-228
Bénéfice des activités abandonnées (récurrent et non-récurrent)	-114	-	-424	-2 055
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	962	2 154	8 086	3 807
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 729	1 616	7 196	5 022

BPA de base, normalisé et sous-jacent

Tableau 11. Bénéfice par action (USD)				
	4T19	4T20	EX19	EX20
Bénéfice de base par action	0.06	1.13	4.62	0.70
Eléments non-récurrents, avant impôts	0.08	0.11	0.16	1.55
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	0.45	-0.07	-0.44	0.87
Impôts non-récurrents	-	-0.01	-	-0.08
Eléments non-récurrents attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	-0.05	-0.09	-0.05	-0.11
Bénéfice des activités abandonnées (récurrent et non-récurrent)	-0.06	-	-0.21	-1.03
Bénéfice normalisé par action	0.48	1.08	4.08	1.91
Bénéfice sous-jacent par action	0.87	0.81	3.63	2.51

Tableau 12. Composantes clés du Bénéfice normalisé et BPA sous-jacent par action (USD)				
	4T19	4T20	EX19	EX20
EBIT normalisé hors hyperinflation	2.08	1.95	8.34	6.41
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-	-0.01	-0.06	-0.04
EBIT normalisé	2.08	1.94	8.28	6.37
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	-0.39	0.27	0.45	-0.61
Coûts financiers nets	-0.77	-0.48	-2.65	-2.38
Impôts sur le résultat	-0.22	-0.43	-1.40	-1.04
Associés et participations ne donnant pas le contrôle	-0.22	-0.22	-0.60	-0.43
Bénéfice normalisé par action	0.48	1.08	4.08	1.91
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0.39	-0.27	-0.45	0.61
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	-	-	-	-
BPA sous-jacent	0.87	0.81	3.63	2.51

Le bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs de capitaux propres et le BPA sous-jacent sont impactés favorablement par les 325 millions d'USD après impôts et participations ne donnant pas le contrôle liés aux crédits d'impôt d'Ambev.

Adoption du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine

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.

L'impact de l'hyperinflation au 4T19 et au 4T20 ainsi qu'au cours de l'EX19 et de l'EX20 sur nos produits et notre EBITDA normalisé est présenté comme suit :

Tableau 13. Impacts d'hyperinflation (millions d'USD)				
Produits	4T19	4T20	EX19	EX20
Indexation ⁽¹⁾	112	76	211	146
Taux de clôture ⁽²⁾	-43	-91	-284	-227
Total	69	-14	-73	-80
EBITDA normalisé	4T19	4T20	EX19	EX20
Indexation ⁽¹⁾	47	20	89	43
Taux de clôture ⁽²⁾	-20	-52	-131	-87
Total	27	-32	-43	-45
USDARS taux de change moyen			47.1963	69.7934
USDARS taux de change à la clôture			59.8907	84.1468

(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 étant la différence entre les montants rapportés en peso argentin (ARS) convertis au taux de change à la clôture et ces montants convertis 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 31 décembre 2020 et 2019 pour les résultats de l'EX20 et de l'EX19, respectivement).

Les résultats du quatrième trimestre sont calculés en déduisant les résultats des neuf premiers mois tels que publiés des résultats de l'exercice annuel. Par conséquent, les résultats du 4T20 de l'Amérique du Sud ont été impactés par le retraitement des résultats des neuf premiers mois comme suit :

Amérique du Sud 9M rapporté (1)	9M19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M20
Produits	6 824	4	-1 443	165	5 550
Coûts des ventes	-2 843	-1	699	-545	-2 691
Marge brute	3 981	3	-744	-381	2 860
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 065	-5	463	-151	-1 758
Autres produits/(charges) d'exploitation	138	-	-24	-28	86
EBIT normalisé	2 054	-2	-305	-560	1 188
EBITDA normalisé	2 765	-2	-459	-528	1 778

Amérique du Sud 9M retraité aux taux de l'EX (2)	9M19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M20
Produits	6 851	4	-1 505	201	5 551
Coûts des ventes	-2 849	-1	727	-564	-2 688
Marge brute	4 003	3	-778	-364	2 864
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 072	-5	481	-161	-1 757
Autres produits/(charges) d'exploitation	134	-	-21	-32	81
EBIT normalisé	2 065	-2	-318	-558	1 188
EBITDA normalisé	2 775	-2	-477	-525	1 773

Impact du retraitement 9M dans les résultats du 4T (3)	9M19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M20
Produits	27	-	-62	36	1
Coûts des ventes	-6	-	28	-19	3
Marge brute	22	-	-34	17	4
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-7	-	18	-10	1
Autres produits/(charges) d'exploitation	-4	-	3	-4	-5
EBIT normalisé	11	-	-13	2	-
EBITDA normalisé	10	-	-18	3	-5

- (1) Résultats des 9M de l'Amérique du Sud avec les résultats de l'Argentine rapportés en peso argentin (ARS), retraités pour refléter le pouvoir d'achat de septembre YTD, convertis aux taux de change à la clôture des 9M de 57.5593 pour les résultats des 9M19 et de 76.1720 pour les résultats des 9M20 (tels que rapportés le 31 octobre 2020)
- (2) Résultats des 9M de l'Amérique du Sud avec les résultats de l'Argentine rapportés en peso argentin (ARS), retraités pour refléter le pouvoir d'achat de décembre YTD, convertis aux taux de change à la clôture de décembre de 59.8907 pour les résultats de l'EX19 et de 84.1435 pour les résultats de l'EX20.
- (3) L'impact du retraitement des résultats des 9M avec l'hyperinflation sur les résultats du 4T est calculé comme étant la différence entre (2) et (1) ci-dessus.

Le retraitement des résultats des 9M sur la base du pouvoir d'achat de décembre et du taux de change à la clôture de l'EX a eu un impact positif de 36 millions d'USD sur les produits et de 3 millions sur l'EBITDA normalisé sur la croissance interne rapportée pour l'EX20 et sur les résultats rapportés du 4T20. Dans le cadre de la présentation des résultats du 4T20, ces impacts n'ont pas été pris en compte dans le calcul interne, mais sont indiqués séparément dans les annexes des résultats du 4T20 dans la colonne intitulée « Retraité pour l'hyperinflation ». Les taux de croissance interne au 4T20 sont calculés en tenant compte de la « Croissance interne » rapportée dans les annexes par rapport au 4T19 ajusté sur la base du retraitement des résultats des 9M19.

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 cours de l'EX20, nous avons comptabilisé un ajustement monétaire de 76 millions d'USD rapporté dans la ligne financière et un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 10 millions d'USD. Cela n'a pas eu d'impact sur le BPA normalisé du 4T20 ou de l'EX20.

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 (millions d'USD)

	4T19	4T20	EX19	EX20
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	114	2 266	9 171	1 405
Participations ne donnant pas le contrôle	360	342	1 243	797
Bénéfice	474	2 607	10 414	2 202
Bénéfice des activités abandonnées (récurrent et non-récurrent)	-114	-	-424	-2 055
Bénéfice des activités poursuivies	359	2 607	9 990	147
Impôts sur le résultat	454	830	2 786	1 932
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-58	-75	-152	-156
(Produits)/coûts financiers nets	2 309	422	4 355	5 959
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	899	-132	-882	1 738
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	166	215	323	3 103
EBIT normalisé	4 128	3 867	16 421	12 723
Amortissements et dépréciations	1 215	1 199	4 657	4 598
EBITDA normalisé	5 343	5 066	21 078	17 321

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

L'EBITDA normalisé est calculé sans tenir compte des effets suivants du bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev : (i) participations ne donnant pas le contrôle, (ii) bénéfice des activités abandonnées, (iii) impôts sur le résultat, (iv) quote-part dans le résultat des entreprises associées, (v) coûts financiers nets, (vi) coûts financiers nets non-récurrents, (vii) éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses) et (viii) amortissements et dépréciations.

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

Situation financière

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

	EX19	EX20
Activités opérationnelles		
Bénéfice des activités poursuivies	9 990	147
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	11 029	17 024
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	21 019	17 171
Changement du fonds de roulement	-5	592
Contributions aux plans et utilisation des provisions	-715	-616
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-7 063	-6 391
Dividendes reçus	160	51
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles des activités abandonnées de l'Australie	640	84
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	14 036	10 891
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-4 854	-3 687
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	-252	-510
Produits nets de cessions/(acquisitions) d'autres actifs	33	-292
Produits de la cession de l'Australie	219	10 838
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement des activités abandonnées de l'Australie	-77	-13
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement	-4 931	6 336
Activités de financement		
Dividendes payés	-5 015	-1 800
(Remboursement)/émissions d'emprunts	-8 008	-8 294
Paievements en vertu des contrats de location	-441	-461
Produits de l'offre publique d'une participation minoritaire dans Budweiser APAC	5 575	-
Vente/(acquisition) de participations ne donnant pas de contrôle	-842	2 086
Flux de trésorerie provenant des activités de financement des activités abandonnées de l'Australie	-24	-6
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	-8 755	-8 475
Augmentation/(diminution) nette de la trésorerie et équivalents de trésorerie	350	8 752

L'EX20 a enregistré une hausse de la trésorerie et des équivalents de trésorerie de 8 752 millions d'USD, par rapport à une hausse de 350 millions d'USD au cours de l'EX19, comme suit :

- Nos flux de trésorerie provenant d'activités opérationnelles ont totalisé 10 891 millions d'USD durant l'EX20, par rapport à 14 036 millions d'USD pour l'EX19. Cette baisse résulte essentiellement de l'impact négatif de la pandémie de COVID-19 sur nos résultats.
- Les flux de trésorerie entrants nets provenant des activités d'investissement s'élevaient à 6 336 millions d'USD au cours de l'EX20, par rapport à des flux de trésorerie sortants de 4 931 millions d'USD durant l'EX19. La hausse des flux de trésorerie provenant des activités d'investissement s'explique surtout par des produits de 10 838 millions d'USD résultant de la cession des activités de l'Australie. Nos dépenses d'investissement nettes s'élevaient à 3.7 milliards d'USD en 2020 et à 4.9 milliards d'USD en 2019. Environ 41 % des dépenses d'investissement totales de 2020 ont été utilisées pour améliorer les équipements de production de l'entreprise, 44 % ont été consacrés à des investissements logistiques et commerciaux et 15 % ont servi à l'amélioration des capacités administratives et à l'acquisition de matériel informatique et de logiciels.
- Nos flux de trésorerie sortants provenant des activités de financement s'élevaient à 8 475 millions d'USD durant l'EX20, par rapport à un flux de trésorerie sortant de 8 755 millions d'USD durant l'EX19.

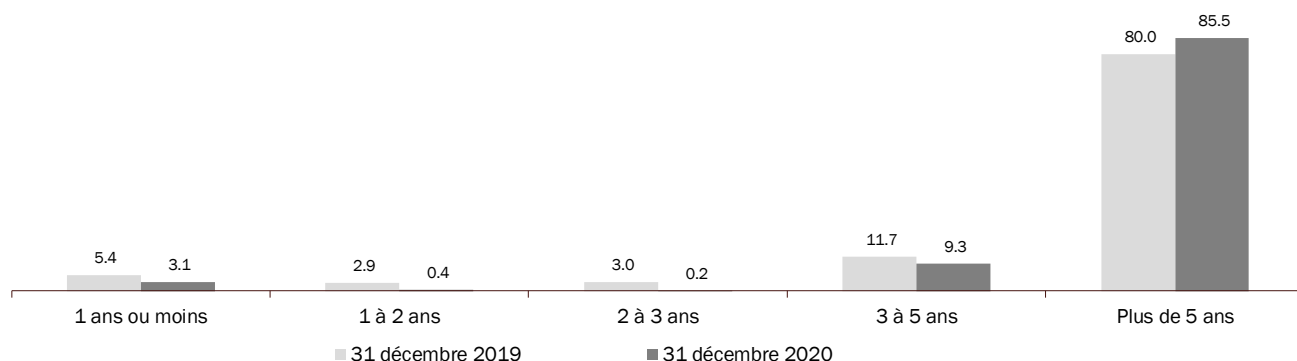
Notre endettement net a totalisé 82.7 milliards d'USD au 31 décembre 2020, soit une baisse par rapport aux 95.5 milliards d'USD au 31 décembre 2019.

Notre ratio endettement net / EBITDA normalisé était de 4.8x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2020. Notre structure de capital optimale est un ratio endettement net / EBITDA normalisé aux alentours de 2x. Nous maintenons notre engagement vers un désendettement autour de ce niveau et nous donnerons la priorité au remboursement de la dette pour atteindre cet objectif.

Nous continuerons de gérer de manière proactive notre portefeuille de dettes. Après des remboursements en janvier 2021, 96% de notre portefeuille d'obligations sont à taux fixe, 44% 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 31 décembre 2020 d'une liquidité totale de 24.3 milliards d'USD, dont 9.0 milliards d'USD disponibles sous la forme de lignes de crédit à long terme et 15.3 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 des activités opérationnelles pour financer nos activités poursuivies. Le 18 février 2021, nous avons annoncé la signature d'une nouvelle ligne de crédit renouvelable de 10.1 milliards d'USD liée au développement durable, d'une durée initiale de cinq ans, qui remplace les 9.0 milliards d'USD de lignes de crédit à long terme susmentionnées.

Tableau 16. Echancier de remboursement des dettes au 31 décembre 2020 (milliards d'usd)



Dividende proposé pour l'exercice 2020

Le conseil d'administration d'AB InBev propose un solde de dividende de 0.50 EUR par action pour l'exercice 2020, sous réserve de l'approbation des actionnaires à l'AGA prévue le 28 avril 2021. Le calendrier des dates ex-coupon, des dates d'enregistrement et des dates de paiement est repris dans le tableau ci-dessous :

Calendrier des dividendes

	Date ex-coupon	Date d'enregistrement	Date de paiement
Euronext	4 mai 2021	5 mai 2021	6 mai 2021
MEXBOL	4 mai 2021	5 mai 2021	6 mai 2021
JSE	5 mai 2021	7 mai 2021	10 mai 2021
NYSE (programme ADR)	4 mai 2021	5 mai 2021	3 juin 2021
Actions restreintes	4 mai 2021	5 mai 2021	6 mai 2021

ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

Remboursement d'obligations

Le 27 janvier 2021 et le 28 janvier 2021, AB InBev et sa filiale détenue en intégralité Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. (« ABIWW », et ensemble avec AB InBev, les « Émetteurs ») ont exercé leurs options respectives de rembourser les montants en principal restants dus repris dans le tableau ci-dessous pour les séries d'obligations suivantes :

Emetteur	Montant en principal restant dû	Montant en principal à rembourser	Titre de la série d'obligations	ISIN	Date de remboursement
AB InBev	EUR 2 147 217 000	EUR 2 147 217 000	Obligations à 1.500% venant à échéance en 2025 (les "Obligations AB InBev")	BE6285454482	28 janvier 2021
ABIWW	AUD 650 000 000	AUD 650 000 000	Obligations à 3,750% venant à échéance en 2024 (les "Obligations ABIWW", et conjointement avec les Obligations AB InBev, les "Obligations")	AU3CB0246668	27 janvier 2021

Annnonce d'une ligne de crédit renouvelable de 10.1 milliards d'USD liée au développement durable

Le 18 février 2021, AB InBev a annoncé la signature d'une nouvelle ligne de crédit renouvelable de 10.1 milliards d'USD liée au développement durable, qui remplace sa ligne de crédit renouvelable actuelle de 9.0 milliards d'USD. Cette ligne de crédit est d'une durée initiale de cinq ans et intègre un mécanisme de fixation des prix incitant à progresser dans quatre domaines de performance clés, qui correspondent et contribuent aux Objectifs de développement durable 2025 de la société. Ces quatre domaines sont :

- Amélioration continue de l'utilisation rationnelle de l'eau dans nos brasseries de par le monde, soutenant l'objectif Gestion responsable de l'eau ;
- Augmentation de la part de PET recyclé dans les emballages primaires en PET, contribuant à l'objectif Emballage circulaire ;
- Achat d'électricité provenant de sources renouvelables conformément à l'engagement RE100 ; et
- Réduction des émissions GES dans le cadre de l'objectif Action pour le climat fondé sur une analyse scientifique.

La nouvelle ligne de crédit est accordée par un consortium de 26 établissements financiers internationaux de premier plan, dont ING et Santander qui interviennent en tant que coordinateurs conjoints du développement durable.

Nouvelle dénomination des indicateurs alternatifs de performance (« IAP »)

À la suite d'un rapport sur l'utilisation des indicateurs alternatifs de performance (à savoir les mesures non-IFRS ou « IAP ») par les émetteurs au sein de l'Union européenne, publié par l'Autorité européenne des marchés financiers (ESMA) en décembre 2019, la société requalifiera dans ses futures publications les éléments « non-récurrents » en éléments « non sous-jacents ». Ce changement prendra effet lors de la publication des résultats du premier trimestre de 2021.

FACTEURS DE RISQUE LIÉS AU COVID-19

Les facteurs de risques suivants sont fournis pour compléter les facteurs de risques communiqués précédemment dans les informations périodiques, dont notre rapport annuel 2019 inclus dans le formulaire 20-F (« Form 20-F ») déposé auprès de la US Securities and Exchange Commission (« SEC ») le 24 mars 2020. Notre entreprise, notre situation financière, nos flux de trésorerie et nos résultats d'exploitation ont été et continueront probablement d'être impactés négativement par la pandémie de COVID-19. La crise sanitaire publique causée par la pandémie de COVID-19, ainsi que les mesures prises pour endiguer ou freiner la pandémie, ont eu, et devraient continuer à avoir, des effets négatifs sur notre entreprise, y compris, sans toutefois s'y limiter, ce qui suit :

- Nous avons subi des perturbations dans notre capacité à poursuivre nos activités de production dans certains pays, et il se peut qu'à l'avenir, nos activités de production et de distribution soient également entravées par des restrictions réglementaires, des protocoles de sécurité et des mesures sanitaires renforcées. En outre, bien que nous n'ayons connu pour l'instant aucune rupture majeure de notre chaîne d'approvisionnement, il se peut que nous subissions des retards de livraison de fournitures de base ou des perturbations de nos activités de distribution. Toute interruption prolongée de nos activités ou des activités de nos partenaires commerciaux, de notre réseau de distribution ou de notre chaîne d'approvisionnement, ou toute pénurie significative persistante de matières premières ou d'autres fournitures pourrait impacter notre capacité à fabriquer, distribuer ou vendre nos produits ou entraîner une hausse de nos coûts de production et de distribution.
- Les ventes de nos produits dans le canal de la consommation hors domicile ont été considérablement impactées par la mise en place sur la plupart de nos marchés de mesures de distanciation sociale et de confinement, y compris la fermeture de bars, discothèques et restaurants, et les restrictions relatives aux événements sportifs, festivals de musique et événements similaires. Bien que les ventes dans le canal de la consommation hors domicile aient commencé à s'améliorer suite à l'assouplissement des mesures de distanciation sociale et de confinement sur nombre de ces marchés, ces améliorations peuvent être affectées par l'introduction de restrictions sur certains marchés. Toute épidémie ou résurgence future de cas de COVID-19 sur d'autres marchés qui sont actuellement en train d'assouplir les mesures de distanciation sociale et de confinement peut de la même manière entraîner la réintroduction de ces mesures et avoir un impact négatif accru sur nos ventes. En outre, si la pandémie de COVID-19 s'intensifie, s'étend géographiquement ou se prolonge, les effets négatifs sur nos ventes pourraient s'inscrire dans la durée et s'aggraver. Malgré la hausse des ventes dans le canal de la grande distribution enregistrée sur certains marchés depuis l'apparition de l'épidémie, cette augmentation de volume pourrait être temporaire et ne pas suffire à compenser les difficultés que nous rencontrons dans le canal de la consommation hors domicile.
- La consommation de bière et d'autres boissons alcoolisées et non-alcoolisées dans de nombreuses juridictions au sein desquelles nous opérons est étroitement liée aux conditions économiques générales, les niveaux de consommation ayant tendance à augmenter pendant les périodes de hausse du revenu par habitant et à diminuer pendant les périodes de baisse du revenu par habitant. Une dégradation des conditions économiques et politiques sur un grand nombre de nos principaux marchés touchés par la pandémie de COVID-19 (hausse du chômage, baisse des revenus disponibles, chute de la confiance des consommateurs, ralentissement ou récession économique, etc.) pourrait entraîner une nouvelle diminution de la demande de nos produits. De plus, alors même que les restrictions gouvernementales sont levées et que les économies rouvrent progressivement sur nombre de nos principaux marchés, les impacts économiques et les questions de santé associés à la pandémie de COVID-19 peuvent continuer à affecter le comportement des consommateurs, les niveaux de dépenses et les préférences de consommation.
- L'effet de la pandémie de COVID-19 sur la conjoncture mondiale a eu et pourrait continuer d'avoir un impact sur le bon fonctionnement des marchés financiers et de capitaux, ainsi que sur les taux de change, sur le prix des produits de base et de l'énergie et sur les taux d'intérêt. Si les niveaux de volatilité et de perturbation du marché constatés récemment perdurent ou se détériorent, cela pourrait avoir un effet négatif sur notre capacité à accéder aux capitaux ou à l'emprunt, ou sur les coûts de ces derniers, sur notre entreprise, nos liquidités, notre taux d'endettement net/EBITDA, notre rating de crédit, nos résultats d'exploitation et notre situation financière.
- Le respect des mesures gouvernementales imposées pour lutter contre la pandémie de COVID-19 nous a contraints et peut continuer de nous contraindre à supporter des coûts supplémentaires, et toute incapacité à nous conformer à ces mesures peut nous exposer à des restrictions de nos activités, amendes et autres sanctions susceptibles d'impacter négativement notre entreprise. De plus, les réponses à la pandémie de COVID-19 peuvent donner lieu à des modifications à court et long terme des politiques budgétaires et fiscales au sein des juridictions impactées, dont des hausses de taux d'imposition.

Tous les impacts négatifs de la pandémie de COVID-19, y compris ceux décrits ci-dessus, seuls ou combinés, peuvent avoir un effet négatif majeur sur nos résultats d'exploitation, notre situation financière et nos flux de trésorerie. L'ampleur réelle de l'impact négatif de la pandémie de COVID-19 sur notre entreprise, notre situation financière, nos flux de trésorerie et nos résultats d'exploitation dépendra d'évolutions futures très incertaines et imprévisibles, y compris la portée et la durée de la pandémie et les mesures prises par les autorités gouvernementales et autres tiers en réponse à la pandémie.

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 de 2019 après l'annonce de l'accord de cession de Carlton & United Breweries (« les activités de l'Australie »), sa filiale australienne, à Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev présente les activités australiennes avant leur vente le 1er juin 2020 en tant qu'activités abandonnées dans une ligne séparée des états financiers consolidés « bénéfice des activités abandonnées » conformément aux règles IFRS. Par conséquent, les présentations de la performance sous-jacente d'AB InBev et des chiffres de croissance interne ne reflètent pas toutes les résultats des activités australiennes. Les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières aux États-Unis. Les références à la High End Company renvoient à une business unit constituée d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales vendues dans plus de 30 pays. Chaque fois qu'ils sont mentionnés dans le présent document, les indicateurs de performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, taux d'imposition, BPA) sont rapportés sur une base « normalisée », ce qui signifie qu'ils sont présentés avant les éléments non-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. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Les BPA du 4T20 et de l'EX20 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 998 millions d'actions, par rapport à une moyenne pondérée de 1 984 millions d'actions au 4T19 et durant l'EX19.

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 des faits 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, les effets de la pandémie de COVID-19 et les incertitudes concernant son impact et sa durée, ainsi que les risques et incertitudes relatifs à AB InBev décrits au point 3.D du rapport annuel d'AB InBev inclus dans le formulaire 20-F déposé auprès de la SEC le 24 mars 2020. Un grand nombre de ces risques et incertitudes sont, et seront, exacerbés par la pandémie de COVID-19 et par toute dégradation de l'environnement commercial et économique mondial qui en découle. D'autres facteurs inconnus ou imprévisibles peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats énoncés dans les déclarations prévisionnelles. Les déclarations prévisionnelles doivent être lues conjointement avec les autres avertissements et mises en garde contenus dans d'autres documents, y compris le formulaire 20-F le plus récent d'AB InBev 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 à l'exercice de 2020 (EX20) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9, 10, 14 et 15 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers consolidés audités du groupe arrêtés au 31 décembre 2020 et pour la période de douze mois close à cette date, qui ont été audités par notre commissaire PwC Réviseurs d'Entreprises SRL / PwC Bedrijfsrevisoren BV conformément aux normes d'audit internationales applicables en Belgique et ont donné lieu à une opinion d'audit sans réserve. Les données financières relatives au quatrième trimestre 2020 (4T20) ainsi que les données financières présentées aux tableaux 6, 8 et 11 à 13 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 31 décembre 2020 et pour la période de douze 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 février 2021 :

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

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 4Q & FY20 Results Webcast](#)

Conférence téléphonique (avec Q&A interactives) :

[AB InBev 4Q & FY20 Conference Call \(with interactive Q&A\)](#)

Investisseurs

Lauren Abbott

Tél. : +1 212 573 9287

E-mail : lauren.abbott@ab-inbev.com

Maria Glukhova

Tél. : +32 16 276 888

E-mail : maria.glukhova@ab-inbev.com

Jency John

Tél. : +1 646 746 9673

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

Médias

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 une cotation secondaire à la Bourse du Mexique (MEXBOL : ANB) et à la Bourse d'Afrique du Sud (JSE : ANH) et une cotation d'American Depositary Receipts à la Bourse de New York (NYSE : BUD). 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 bières comprend les marques mondiales Budweiser®, Corona® et Stella Artois® ; les marques multi-pays Beck's®, Hoegaarden®, Leffe® et Michelob Ultra® ; et des championnes locales telles que Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Castle®, Castle Lite®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® et Skol®. Notre héritage brassicole remonte à plus de 600 ans, traversant les continents et les générations. De nos racines européennes ancrées dans la brasserie Den Hoorn à Leuven en Belgique, à l'esprit innovateur de la brasserie Anheuser & Co à St. Louis aux États-Unis, à la création de la brasserie Castle en Afrique du Sud lors de la ruée vers l'or à Johannesburg, ou encore à Bohemia, la première brasserie au Brésil. Géographiquement diversifiés avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, nous misons sur les forces collectives d'environ 164 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2020, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 46,9 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Annexe 1

AB InBev au niveau mondial	4T19	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	141 979	151	-	-	2 324	144 455	1.6%
dont volumes de nos propres bières	124 025	107	-	-	2 256	126 388	1.8%
Produits	13 334	-107	-1 090	36	592	12 767	4.5%
Coûts des ventes	-5 269	-20	442	-19	-415	-5 282	-7.9%
Marge brute	8 065	-127	-648	17	178	7 485	2.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 149	24	270	-10	-304	-4 169	-7.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	213	415	-8	-4	-63	551	-29.3%
EBIT normalisé	4 128	312	-387	2	-188	3 867	-4.7%
EBITDA normalisé	5 343	313	-467	3	-126	5 066	-2.4%
Marge EBITDA normalisé	40.1%					39.7%	-261 bps

Amérique du Nord	4T19	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	25 489	26	-	-	-176	25 340	-0.7%
Produits	3 635	12	2	-	85	3 734	2.4%
Coûts des ventes	-1 375	-1	-1	-	-56	-1 433	-4.2%
Marge brute	2 260	11	1	-	29	2 301	1.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 028	-25	-1	-	-50	-1 104	-4.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	17	-	-	-	-19	-1	-109.3%
EBIT normalisé	1 249	-14	-	-	-40	1 196	-3.2%
EBITDA normalisé	1 479	-11	-	-	-73	1 395	-4.9%
Marge EBITDA normalisé	40.7%					37.4%	-292 bps

Amériques du Centre	4T19	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	35 544	208	-	-	736	36 487	2.1%
Produits	3 231	5	-241	-	146	3 142	4.5%
Coûts des ventes	-976	-5	77	-	-125	-1 029	-12.7%
Marge brute	2 255	-	-164	-	21	2 113	0.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-774	1	58	-	-65	-780	-8.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	6	-1	-	-	-1	4	-26.7%
EBIT normalisé	1 487	-	-105	-	-45	1 337	-3.0%
EBITDA normalisé	1 723	-	-128	-	23	1 619	1.4%
Marge EBITDA normalisé	53.3%					51.5%	-161 bps

Amérique du Sud	4T19	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	41 209	46	-	-	3 899	45 154	9.5%
Produits	2 965	-91	-863	36	494	2 542	17.4%
Coûts des ventes	-1 165	-1	376	-19	-285	-1 095	-24.5%
Marge brute	1 800	-92	-487	17	210	1 447	12.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-727	-3	238	-10	-156	-659	-21.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	63	413	-11	-4	-25	436	-37.0%
EBIT normalisé	1 136	317	-261	2	29	1 224	2.9%
EBITDA normalisé	1 380	317	-329	3	31	1 402	2.4%
Marge EBITDA normalisé	46.5%					55.2%	-565 bps

EMEA	4T19	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	23 867	-33	-	-	-1 556	22 277	-6.5%
Produits	2 135	-2	-42	-	-140	1 952	-6.6%
Coûts des ventes	-1 016	1	14	-	45	-956	4.5%
Marge brute	1 119	-	-28	-	-94	997	-8.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-758	-	-6	-	-1	-765	-0.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	63	-	2	-	2	67	2.7%
EBIT normalisé	424	-	-32	-	-94	298	-22.2%
EBITDA normalisé	678	-	-30	-	-83	564	-12.3%
Marge EBITDA normalisé	31.7%					28.9%	-194 bps

Asie-Pacifique	4T19	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	15 481	-67	-	-	-470	14 944	-3.0%
Produits	1 211	-29	53	-	-35	1 200	-2.9%
Coûts des ventes	-587	2	-22	-	20	-588	3.3%
Marge brute	624	-28	31	-	-15	612	-2.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-554	28	-17	-	11	-532	2.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	67	-	1	-	-16	52	-24.1%
EBIT normalisé	137	-	15	-	-20	132	-14.6%
EBITDA normalisé	297	-	20	-	-13	304	-4.4%
Marge EBITDA normalisé	24.5%					25.3%	-39 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	4T19	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	389	-29	-	-	-109	252	-31.7%
Produits	156	-1	-	-	41	197	27.0%
Coûts des ventes	-150	-16	-1	-	-14	-181	-8.4%
Marge brute	6	-17	-1	-	27	16	215.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-308	23	-3	-	-42	-329	-14.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-4	2	-	-	-4	-6	-111.8%
EBIT normalisé	-306	8	-4	-	-19	-320	-6.1%
EBITDA normalisé	-214	7	-	-	-10	-218	-4.9%

Annexe 2

AB InBev au niveau mondial	EX19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	561 427	1 170	-	-31 954	530 644	-5.7%
dont volumes de nos propres bières	495 423	707	-	-28 714	467 416	-5.8%
Produits	52 329	-81	-3 410	-1 957	46 881	-3.7%
Coûts des ventes	-20 362	-121	1 488	-640	-19 634	-3.1%
Marge brute	31 967	-202	-1 922	-2 596	27 247	-8.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-16 421	26	1 008	19	-15 368	0.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	875	407	-36	-402	845	-46.2%
EBIT normalisé	16 421	231	-950	-2 980	12 723	-18.3%
EBITDA normalisé	21 078	239	-1 292	-2 704	17 321	-12.9%
Marge EBITDA normalisé	40.3%				36.9%	-382 bps

Amérique du Nord	EX19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	108 133	237	-	-1 525	106 846	-1.4%
Produits	15 488	44	-23	114	15 622	0.7%
Coûts des ventes	-5 789	-20	7	-67	-5 870	-1.2%
Marge brute	9 698	23	-17	47	9 752	0.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 372	-44	9	39	-4 369	0.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	26	-	-	-40	-14	-157.7%
EBIT normalisé	5 352	-21	-8	46	5 369	0.9%
EBITDA normalisé	6 185	-16	-9	13	6 172	0.2%
Marge EBITDA normalisé	39.9%				39.5%	-21 bps

Amériques du Centre	EX19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	133 538	1 072	-	-13 810	120 800	-10.3%
Produits	11 912	23	-776	-1 127	10 032	-9.4%
Coûts des ventes	-3 549	-24	250	-8	-3 331	-0.2%
Marge brute	8 363	-1	-526	-1 135	6 701	-13.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 049	8	204	127	-2 710	4.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	121	-7	1	-108	6	-95.3%
EBIT normalisé	5 435	-	-321	-1 117	3 997	-20.5%
EBITDA normalisé	6 356	-	-403	-939	5 014	-14.8%
Marge EBITDA normalisé	53.4%				50.0%	-313 bps

Amérique du Sud	EX19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	139 664	93	-	4 452	144 209	3.2%
Produits	9 790	-142	-2 306	750	8 092	7.8%
Coûts des ventes	-4 009	-3	1 075	-849	-3 786	-21.2%
Marge brute	5 781	-144	-1 231	-99	4 306	-1.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 791	-8	700	-318	-2 417	-11.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	201	413	-35	-56	522	-28.1%
EBIT normalisé	3 190	261	-566	-473	2 412	-15.6%
EBITDA normalisé	4 145	261	-788	-439	3 179	-11.0%
Marge EBITDA normalisé	42.3%				39.3%	-720 bps

EMEA	EX19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	85 888	-115	-	-9 566	76 207	-11.2%
Produits	7 911	-7	-234	-835	6 835	-10.6%
Coûts des ventes	-3 506	5	119	-12	-3 394	-0.3%
Marge brute	4 404	-2	-115	-847	3 441	-19.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 862	1	69	95	-2 696	3.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	264	-	-	-102	163	-38.5%
EBIT normalisé	1 807	-1	-46	-853	907	-47.2%
EBITDA normalisé	2 781	-1	-79	-806	1 895	-29.0%
Marge EBITDA normalisé	35.2%				27.7%	-724 bps

Asie-Pacifique	EX19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	93 168	-62	-	-11 456	81 649	-12.3%
Produits	6 544	-	-65	-831	5 648	-12.7%
Coûts des ventes	-2 919	5	32	277	-2 605	9.5%
Marge brute	3 625	5	-33	-554	3 042	-15.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 216	1	24	94	-2 097	4.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	230	-	-1	-83	146	-36.0%
EBIT normalisé	1 639	6	-11	-543	1 091	-32.8%
EBITDA normalisé	2 287	6	-18	-538	1 737	-23.4%
Marge EBITDA normalisé	35.0%				30.8%	-430 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	EX19	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX20	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	1 036	-55	-	-48	933	-5.1%
Produits	685	1	-6	-27	652	-4.1%
Coûts des ventes	-590	-84	6	19	-648	2.9%
Marge brute	95	-83	-	-8	4	-56.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 131	68	2	-18	-1 079	-1.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	35	1	-	-13	22	-35.3%
EBIT normalisé	-1 001	-14	2	-39	-1 053	-3.9%
EBITDA normalisé	-676	-11	5	4	-677	0.6%