

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du deuxième trimestre 2021

Maintien de la dynamique au 2T21 avec une croissance des produits dépassant les niveaux antérieurs à la pandémie

« L'exécution cohérente de notre stratégie commerciale – axée sur des marques gagnantes, le développement des catégories et la transformation numérique – a assuré le maintien de la dynamique au deuxième trimestre avec une hausse des produits de 3.2% au-delà des niveaux antérieurs à la pandémie (2T19), malgré les impacts du COVID-19 qui se font toujours ressentir. À l'avenir, nous continuerons de développer notre approche axée sur le client et le consommateur et de stimuler la croissance et la création de valeur. » - Michel Doukeris, CEO

Volumes totaux

+ 20.8%

Au 2T21, les volumes totaux ont augmenté de 20.8%, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 20.5% et les volumes des non-bières, une hausse de 23.2%. Au 1S21, les volumes totaux ont augmenté de 17.0%, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 17.7% et les volumes des non-bières, une hausse de 12.6%.

Produits totaux

+ 27.6%

Au 2T21, les produits ont augmenté de 27.6%, avec une croissance des produits par hl de 5.8%. Au 1S21, les produits ont augmenté de 22.4%, avec une croissance des produits par hl de 4.7%.

Produits de nos marques mondiales

+ 19.3% (hors des marchés domestiques)

Au 2T21, les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont progressé de 23.0% au niveau mondial et de 19.3% en dehors de leurs marchés domestiques respectifs. Au 1S21, les produits combinés de nos marques mondiales ont augmenté de 26.2% au niveau mondial et de 31.4% en dehors de leurs marchés domestiques respectifs.

EBITDA normalisé

+ 31.0%

L'EBITDA normalisé a augmenté de 31.0% au 2T21 et de 22.1% au 1S21. La marge EBITDA normalisée s'élevait à 35.8% au 2T21 et à 35.3% au 1S21. Les chiffres de l'EBITDA normalisé du 2T21 et du 1S21 tiennent compte d'un impact de 226 millions d'USD de crédits d'impôt au Brésil. Pour plus de détails, veuillez vous référer à la page 11.

Bénéfice sous-jacent

1 512 millions d'USD

Le bénéfice sous-jacent (bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et impact de l'hyperinflation) était de 1 512 millions d'USD au 2T21 par rapport à 790 millions d'USD au 2T20, et de 2 606 millions d'USD au 1S21 par rapport à 1 805 millions d'USD au 1S20. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev était de 1 911 millions d'USD au 2T21 alors qu'il s'élevait à 921 millions d'USD au 2T20, et a totalisé 2 924 millions d'USD au 1S21 par rapport à 76 millions d'USD au 1S20.

BPA sous-jacent

0.75 USD

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 impact de

l'hyperinflation) était de 0.75 USD au 2T21, en hausse par rapport à 0.40 USD au 2T20, et s'élevait à 1.30 USD au 1S21, en hausse par rapport à 0.90 USD au 1S20. Le BPA normalisé était de 0.95 USD au 2T21, en hausse par rapport à 0.46 USD au 2T20. Le BPA normalisé était de 1.46 USD au 1S21, en hausse par rapport à 0.04 USD au 1S20.

Endettement net par rapport à l'EBITDA

4.4x

Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé était de 4.4x au 30 juin 2021, par rapport à 4.8x au 31 décembre 2020.

Le rapport financier du premier semestre 2021 est consultable sur notre site www.ab-inbev.com.

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Maintien de la dynamique au 2T21 avec une croissance des produits dépassant les niveaux antérieurs à la pandémie

Notre entreprise a maintenu sa dynamique au deuxième trimestre. Nous avons réalisé une croissance des produits de 3.2% par rapport au 2T19, malgré le contexte des impacts liés au COVID-19 qui se font toujours ressentir. Nous nous employons toujours à investir dans et à accélérer ce qui fonctionne déjà : développement des catégories, premiumisation, santé et bien-être, beyond beer et nos initiatives de transformation numérique.

Par rapport à l'année précédente, nous avons augmenté les produits de 27.6% (20.8% de croissance des volumes et 5.8% de croissance des produits par hl), générant une hausse de l'EBITDA de 31.0%. Le mix de marques favorable, les initiatives de gestion des produits, l'effet de levier opérationnel et la gestion rigoureuse et constante des coûts ont été partiellement atténués par l'impact négatif prévu des devises et du prix des produits de base. En outre, nos frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux ont augmenté suite à la hausse des provisions pour la rémunération variable, qui sont enregistrées par trimestre au niveau de la zone en fonction de la performance opérationnelle, et à l'augmentation des investissements commerciaux et de marketing pour soutenir notre dynamique des produits.

Stratégie commerciale fructueuse axée sur le client et le consommateur :

- **Atteindre plus de consommateurs à davantage d'occasions de consommation grâce à notre portefeuille exceptionnel :**
 - *Ouvrir la voie, premiumiser et accélérer la croissance dans la catégorie bière :*
 - Stimuler l'innovation pour satisfaire les besoins des clients et des consommateurs : Forts du succès de Brahma Duplo Malte au Brésil, qui reste leader du segment core pure malt, nous avons exploité notre stratégie « prove and move » pour déployer le concept sur cinq nouveaux marchés.
 - Notre portefeuille premium a connu une croissance de 28% au 2T21, nos marques mondiales – Budweiser, Stella Artois et Corona – réalisant une hausse des produits de 19.3% en dehors de leurs marchés domestiques respectifs, où elles se vendent généralement à un prix supérieur.
 - Nous rapprocher des consommateurs grâce à des contenus créatifs primés : Au Cannes Lions Festival 2021, nous avons réalisé notre meilleure performance à ce jour en remportant 40 Lions, dont quatre ont récompensé notre agence créative interne draftLine.

- *Instaurer une croissance rentable dans notre activité Beyond Beer au niveau mondial* : Notre activité Beyond Beer poursuit son accélération, réalisant une hausse des produits de 45% au 2T21, et générant un bénéfice brut moyen par hl dépassant de 20% celui de notre activité bière traditionnelle.
- **Créer de la nouvelle valeur à partir de notre écosystème utilisant les données et la technologie** :
 - *Digitaliser nos relations avec nos plus de 6 millions de clients dans le monde* : Au 2T21, notre plateforme B2B exclusive BEES a généré plus de 4.5 milliards d'USD de valeur brute des marchandises, enregistrant ainsi une croissance de plus de 50% par rapport au 1T21. En juin 2021, nous avons dépassé les 1.8 million d'utilisateurs actifs mensuels, ce qui représente une hausse de plus de 20% par rapport à mars 2021. Sur nos 7 marchés prioritaires initiaux (République dominicaine, Brésil, Mexique, Colombie, Équateur, Pérou et Afrique du Sud), BEES s'est désormais imposée de manière significative parmi notre base de clients, 60 à 90% de nos produits étant générés numériquement. Plus d'informations sur www.bees.com.
 - *Se placer en tête des ventes de bière en ligne* : Au 1S21, nos propres plateformes d'e-commerce direct to consumer (DTC) ont vu leurs produits plus que doubler par rapport à la même période de l'année dernière. Au Brésil, Zé Delivery a poursuivi sa croissance exponentielle, assurant plus de 15 millions de commandes au 2T21, le nombre total de commandes au 1S21 dépassant celles de l'ensemble de l'année précédente. Forts de ce succès, nous avons continué à déployer nos plateformes de livraison par coursier qui sont désormais disponibles sur dix de nos marchés.

Optimiser l'affectation de capital pour stimuler la création de valeur à long terme

Maximiser la création de valeur à long terme influe sur la manière dont nous équilibrons nos priorités en matière d'affectation de capital. Au 1S21, nous avons continué à investir pour soutenir la croissance organique de notre entreprise à hauteur de plus de 5.7 milliards d'USD dans les dépenses d'investissement et les ventes et le marketing. Ces investissements concernaient essentiellement les capacités axées sur le client et le consommateur, l'innovation et la transformation numérique. Nous maintenons notre engagement de désendettement pour atteindre notre structure de capital optimale située aux alentours de 2x. Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé a diminué, passant de 4.8x au 31 décembre 2020 à 4.4x pour la période de 12 mois prenant fin le 30 juin 2021. Nous avons réduit notre dette brute qui est passée de 98.6 milliards d'USD au 31 décembre 2020 à 90.6 milliards d'USD, tout en maintenant une solide position de liquidités d'environ 16.9 milliards d'USD, constituées de 10.1 milliards d'USD disponibles sous notre ligne de crédit renouvelable liée au développement durable et de 6.8 milliards d'USD de trésorerie.

Faire progresser la durabilité de par le monde

La durabilité est essentielle à notre stratégie d'entreprise et constitue un moteur d'innovation crucial. La nomination d'Ezgi Barcenas au poste spécifique de Chief Sustainability Officer, sous la supervision directe du CEO, est basée sur des antécédents solides et renforce notre engagement à élargir et à atteindre plus rapidement nos objectifs ESG.

Dans le cadre de notre engagement en faveur de l'agriculture intelligente, nous continuons d'innover pour aider les agriculteurs de par le monde à devenir qualifiés, connectés et financièrement indépendants. Suite à son succès sur plusieurs de nos marchés en Afrique, nous avons récemment étendu BanQu, la plateforme de chaîne d'approvisionnement basée sur la blockchain, à l'Amérique latine. BanQu offre aux agriculteurs et aux recycleurs une sécurité améliorée dans les processus de livraison et de paiement et crée une identité économique numérique permettant un plus grand accès à des services financiers formels. Pour notre part, BanQu nous permet d'avoir une meilleure vue d'ensemble de notre chaîne de valeur.

Confiants dans l'avenir de notre activité et de la catégorie bière

Nous sommes confiants quant aux perspectives de croissance future de notre activité et à la résilience de la catégorie bière. Nous continuerons d'investir en vue d'une stratégie commerciale axée sur le client et le consommateur qui s'appuie sur un portefeuille de marques exceptionnel, des capacités d'innovation, et la transformation numérique. Si l'on ajoute à cela nos atouts fondamentaux, qui comprennent nos collaborateurs, le leadership sur les principaux pools de bénéficiaires dans le secteur mondial de la bière, une exposition à des marchés émergents à forte croissance, une excellence opérationnelle et une culture d'« ownership », nous disposons d'une plateforme inégalée pour stimuler la création de valeur à long terme.

PERSPECTIVES 2021

- (i) **Performance générale** : Nous prévoyons une hausse de notre EBITDA comprise entre 8-12% et une croissance de nos produits supérieure à celle de l'EBITDA grâce à une combinaison saine des volumes et des prix. Les perspectives pour l'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 sur la dette nette 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 140 et 160 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)** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX21 se situera entre 28% et 30%, en excluant les gains ou pertes éventuels relatifs à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Plusieurs facteurs expliquent cette hausse par rapport à 2020, notamment la suppression progressive des mesures COVID-19 temporaires et les modifications des attributs fiscaux sur certains marchés clés. Les perspectives relatives au TIE ne tiennent pas compte de l'impact d'éventuelles modifications futures de la législation.
- (iv) **Dépenses nettes d'investissement** : Les dépenses nettes d'investissement devraient se situer entre 4.5 et 5.0 milliards d'USD au cours de l'EX21 puisque nous renforçons les investissements dans l'innovation et d'autres initiatives axées sur les consommateurs afin de soutenir la dynamique actuelle.
- (v) **Dette** : Environ 49 % de notre dette brute est exprimée en devises autres que le dollar américain, principalement en euros. Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2x.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	2T20	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	119 895	144 845	20.8%
Nos propres bières	106 858	128 625	20.5%
Volumes des non-bières	12 194	15 299	23.2%
Produits de tiers	842	921	30.4%
Produits	10 294	13 539	27.6%
Marge brute	5 770	7 819	31.1%
Marge brute en %	56.1%	57.8%	152 bps
EBITDA normalisé	3 414	4 846	31.0%
Marge EBITDA normalisé	33.2%	35.8%	88 bps
EBIT normalisé	2 297	3 655	44.8%
Marge EBIT normalisé	22.3%	27.0%	302 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	-1 580	1 862	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	351	1 862	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	921	1 911	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	790	1 512	
Bénéfice par action (USD)	0.18	0.93	
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.46	0.95	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	0.40	0.75	

	1S20	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	239 577	280 398	17.0%
Nos propres bières	210 294	247 635	17.7%
Volumes des non-bières	27 577	31 243	12.6%
Produits de tiers	1 706	1 519	2.8%
Produits	21 298	25 832	22.4%
Marge brute	12 201	14 869	22.7%
Marge brute en %	57.3%	57.6%	12 bps
EBITDA normalisé	7 363	9 114	22.1%
Marge EBITDA normalisé	34.6%	35.3%	-7 bps
EBIT normalisé	5 102	6 768	30.5%
Marge EBIT normalisé	24.0%	26.2%	159 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	-3 955	2 458	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	-1 900	2 458	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	76	2 924	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 805	2 606	
Bénéfice par action (USD)	-0.95	1.23	
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.04	1.46	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	0.90	1.30	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	2T20	Scope	Croissance interne	2T21	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	27 594	4	517	28 115	1.9%	1.2%
Amériques du Centre	21 921	-	12 994	34 916	59.3%	70.3%
Amérique du Sud	28 523	-83	5 026	33 465	17.7%	15.4%
EMEA	15 464	-62	7 473	22 875	48.5%	50.7%
Asie-Pacifique	26 264	-	-1 060	25 205	-4.0%	-4.2%
Exportations Globales et Sociétés Holding	128	156	-15	269	-5.2%	-21.1%
AB InBev au niveau mondial	119 895	14	24 936	144 845	20.8%	20.5%

	1S20	Scope	Croissance interne	1S21	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	51 977	56	1 219	53 252	2.4%	1.5%
Amériques du Centre	51 858	-	16 122	67 980	31.1%	36.2%
Amérique du Sud	62 782	-25	9 171	71 929	14.6%	15.3%
EMEA	33 551	-113	7 102	40 540	21.2%	23.4%
Asie-Pacifique	39 045	-	7 036	46 081	18.0%	18.1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	364	124	128	615	26.3%	13.7%
AB InBev au niveau mondial	239 577	41	40 779	280 398	17.0%	17.7%

PERFORMANCE DES MARCHÉS CLÉS

États-Unis : Exécution cohérente de notre stratégie commerciale stimulant la croissance des produits malgré un bénéfice impacté par des coûts élevés

- **Performance opérationnelle :**
 - **2T21 :** Les produits totaux ont augmenté de 6.8%. Nos ventes aux grossistes (VAG) ont progressé de 2.2% et les produits par hl ont augmenté de 4.6%, grâce à nos efforts constants de premiumisation et à nos initiatives de gestion des revenus. Nos ventes aux détaillants (VAD) ont diminué de 1.4%, soit un niveau inférieur à la croissance du secteur selon nos estimations. L'EBITDA a diminué de 0.6% tandis que nous continuons à absorber les coûts défavorables liés à une chaîne d'approvisionnement plus tendue tout en priorisant les niveaux de services à l'égard de nos clients et consommateurs.
 - **1S21 :** Les produits totaux ont augmenté de 6.1%. Nos VAG ont augmenté de 2.5%, avec une croissance des produits par hl de 3.5%. Nos VAD ont diminué de 1.1%. L'EBITDA a progressé de 0.3%.
- **Faits commerciaux marquants :** Nous continuons de renforcer et de premiumiser notre portefeuille, en procédant à un rééquilibrage en faveur des segments above core qui connaissent une croissance plus rapide. Michelob ULTRA et nos marques artisanales ont à nouveau connu une croissance à deux chiffres au 2T21. Notre portefeuille d'eaux pétillantes, Bud Light Seltzer en tête, affiche une hausse de 28%, soit 2.7x celle du segment selon IRI, et notre marque de cocktail en canette Cutwater affiche une croissance à trois chiffres.

Mexique : Croissance des produits à deux chiffres par rapport à 2019

- **Performance opérationnelle :**
 - **2T21 :** Notre activité au Mexique a maintenu sa dynamique, avec une croissance des produits de plus de 10% par rapport à la même période de 2019, grâce à une combinaison saine des volumes et des produits par hl. Par rapport à l'année précédente, nous avons réalisé une croissance significative des

produits et du bénéfice, compte tenu des deux mois de confinement auxquels nous avons été confrontés à l'échelle nationale au 2T20. L'EBITDA a plus que doublé par rapport à l'année précédente, alors que la croissance des produits et une discipline constante en matière de coûts ont été partiellement atténuées par l'impact négatif des devises et du prix des produits de base.

- **1S21** : Les produits et l'EBITDA ont affiché une forte croissance à deux chiffres, stimulée par une croissance des volumes de plus de 30%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous continuons d'afficher une croissance saine sur tous les segments de notre portefeuille. Nos marques above core ont réalisé une forte croissance à deux chiffres par rapport au 2T19, avec en tête Modelo, Michelob Ultra et Stella Artois, et nous avons continué d'étendre les offres de notre portefeuille à travers des innovations Beyond Beer, telles que Michelob Ultra Seltzer. Nous avons achevé notre sixième vague d'expansion de notre présence au sein d'OXXO, nos marques étant désormais disponibles dans près de 10 000 magasins. Nous avons poursuivi l'expansion de notre activité DTC en ouvrant notre 10 000^e magasin Modelorama en juin, tout en atteignant plus de consommateurs par le biais de notre plateforme d'e-commerce ModeloramaNow. La transformation numérique de notre entreprise progresse rapidement puisque les commandes passant par notre plateforme BEES représentent désormais plus de 60% de nos produits.

Colombie : Volumes en hausse par rapport à 2019

- **Performance opérationnelle** :
 - **2T21** : Notre activité en Colombie a maintenu sa dynamique, malgré le contexte des restrictions COVID-19 toujours en cours. Nos volumes affichent au 2T21 une progression à un chiffre dans la moyenne de la fourchette par rapport à la même période en 2019. Par rapport au 2T20, les volumes ont progressé de plus de 50%, menant à une croissance des produits de près de 70%, soutenue par une comparaison favorable. L'EBITDA a augmenté de plus de 80%, stimulé par la croissance des produits et l'effet de levier opérationnel, partiellement atténués par l'impact négatif des devises et du prix des produits de base.
 - **1S21** : Les produits et l'EBITDA ont progressé de plus de 40%, stimulés par une forte croissance à deux chiffres des volumes.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques core Aguila et Poker affichent une forte croissance à deux chiffres, boostées par notre innovation récente Poker Pura Malta. Nos marques premium internationales ont progressé de plus de 40%, grâce à Corona et Budweiser et à l'expansion constante de Michelob Ultra. Nous continuons de transformer notre entreprise par la technologie : notre plateforme BEES représente désormais plus de 80% de nos produits.

Brésil : Maintien de la dynamique des produits malgré un bénéfice impacté par des coûts défavorables prévus

- **Performance opérationnelle** :
 - **2T21** : Notre activité au Brésil a maintenu sa dynamique des produits, réalisant une croissance des produits de 28.6%. Selon nos estimations, nos volumes de bière ont une nouvelle fois dépassé la performance du secteur, affichant une hausse à deux chiffres tant par rapport au 2T20 qu'au 2T19. Les produits par hl ont progressé de 11.2% grâce essentiellement aux initiatives de gestion des

revenus et au mix de marques favorable. Les volumes des non-bières ont augmenté de 25.6%, soutenus par la reprise progressive de la mobilité. L'EBITDA a baissé de 10.9%, la croissance des produits étant atténuée par des coûts des ventes plus élevés liés à l'impact négatif attendu des devises et du prix des produits de base, ainsi qu'à la hausse des frais de distribution et aux investissements commerciaux et de marketing.

- **1S21** : Nos volumes ont augmenté de 13.7%, les volumes des bières affichant une hausse de 14.3% et les volumes des non-bières, une hausse de 12.0%. Les produits ont augmenté de 25.9%, avec une croissance des produits par hl de 10.7%. L'EBITDA a progressé de 8.2%.
- **Faits commerciaux marquants** : Notre portefeuille above core a continué de se distinguer ce trimestre, stimulé par la croissance soutenue de nos marques core plus, Brahma Duplo Malte en tête, et par une croissance d'environ 35% de nos marques premium et super premium, avec une croissance à deux chiffres particulièrement solide pour Corona, Original et Beck's. Les innovations ont représenté plus de 20% de nos produits totaux pour le quatrième trimestre consécutif. Nous continuons de progresser dans nos projets de transformation numérique avec nos initiatives B2B et DTC. BEES couvre désormais plus de 70% de nos clients actifs dans tout le pays, et notre plateforme DTC, Zé Delivery, a assuré au 2T21 plus de 15 millions de commandes.

Europe : Solidité de nos marques premium et reprise progressive du canal de la consommation hors domicile assurant une croissance des produits et du bénéfice

- **Performance opérationnelle** :
 - **2T21** : Notre activité en Europe affiche une croissance des produits d'un peu moins de 20%, avec une combinaison saine d'une croissance des volumes d'un peu plus de 10% et d'une croissance des revenus par hl à un chiffre dans la moyenne de la fourchette. La reprise a été soutenue par la réouverture progressive de la consommation hors domicile et la solidité continue de la grande distribution. La dynamique des produits, ainsi qu'une amélioration du mix de canaux et une solide performance de nos marques premium et super premium, ont assuré une hausse à deux chiffres de l'EBITDA.
 - **1S21** : Nos produits affichent une croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette, la croissance des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette étant alimentée par une solide performance commerciale constante de nos marques premium et super premium. L'EBITDA a augmenté d'environ 15%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous stimulons la premiumisation dans toute l'Europe, notre portefeuille premium et super premium représentant désormais plus de 50% de nos produits. Notre portefeuille de marques mondiales a continué d'exceller et affiche une croissance d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette au cours du trimestre et du 1S21, avec une performance particulièrement solide de Corona et Stella Artois. Nous continuons de soutenir le canal de la consommation hors domicile et avons accueilli sa réouverture avec les campagnes « Stella Tips » au Royaume-Uni et « Merci Horeca » en Belgique.

Afrique du Sud : La demande sous-jacente des consommateurs envers nos marques reste forte, bien que le secteur soit à nouveau impacté par une interdiction de vente d'alcool

- **Performance opérationnelle :**
 - **2T21 :** Notre activité a réalisé une croissance significative des produits et du bénéfice en raison d'une comparaison favorable compte tenu de l'interdiction de vente d'alcool décidée par le gouvernement qui a duré une grande partie du 2T20. Lorsque nous avons été autorisés à vendre, nous avons observé une forte demande sous-jacente envers nos marques de la part des consommateurs, et nous continuons d'adapter notre activité pour faire face à l'environnement opérationnel difficile. Toutefois, une nouvelle interdiction de vente d'alcool a été instaurée le 28 juin 2021 et a duré jusqu'au 25 juillet 2021, impactant la dernière semaine de vente du 2T21 et le premier mois du 3T21.
 - **1S21 :** Les volumes, les produits et l'EBITDA ont enregistré une forte croissance à deux chiffres.
- **Faits commerciaux marquants :** Notre portefeuille de marques diversifié qui s'étend par-delà les styles et les prix répond aux besoins variés des consommateurs lors de différentes occasions. La forte demande et la puissance de nos marques continue de bénéficier à notre portefeuille core, en particulier Carling Black Label. Dans le segment premium, nous observons le maintien d'une performance saine de nos marques mondiales Corona et Stella Artois et de nos boissons alcoolisées aromatisées Brutal Fruit et Flying Fish.

Chine : La premiumisation en cours stimule la croissance des produits et du bénéfice

- **Performance opérationnelle :**
 - **2T21 :** Les produits ont progressé de 4.7%, avec une hausse des produits par hl de 9.7%, favorisée par la premiumisation et soutenue par une comparaison favorable. Nos volumes ont dépassé le secteur selon nos estimations, diminuant de 4.6% tandis que la catégorie faisait face à une comparaison difficile suite à l'allègement des restrictions COVID-19 au 2T20. L'EBITDA a progressé de 5.9%.
 - **1S21 :** Nos volumes ont augmenté de 21.6% et les produits par hl, de 9.6%, donnant lieu à une croissance des produits totaux de 33.3%. L'EBITDA a progressé de 55.1%.
- **Faits commerciaux marquants :** Nos marques premium et super premium affichent une croissance à deux chiffres en termes de volumes et de produits, avec Budweiser en tête. Les innovations ont encore accéléré notre élan de premiumisation, dont l'expansion de Budweiser Supreme et le lancement réussi de ME-X exclusivement dans le canal de l'e-commerce.

Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada :** Nous avons enregistré une hausse des produits au 2T21, grâce à notre stratégie de premiumisation. Nos marques de bière above core et notre portefeuille Beyond Beer ont gagné de la part de marché, avec en tête la croissance à deux chiffres de Bud Light Seltzer. Selon nos estimations, notre performance était conforme à celle du secteur, qui a connu un déclin des volumes durant le trimestre en raison des restrictions en cours hors domicile.
- **Pérou :** Notre activité poursuit sa reprise, avec une croissance à trois chiffres des volumes et des produits, soutenue par une comparaison favorable. Nous restons concentrés sur le renforcement de notre portefeuille par la premiumisation et l'innovation et sur la progression de la transformation numérique de notre entreprise. Nos marques premium mondiales et locales ont enregistré une forte croissance à deux et trois chiffres, respectivement. Notre plateforme BEES s'étend et représente aujourd'hui près de 70% de nos produits.
- **Équateur :** Nous avons réalisé une solide hausse à deux chiffres de nos volumes et de nos produits grâce notamment à une comparaison favorable. Lorsque les restrictions ont commencé à être allégées en juin, nous avons réalisé notre meilleure performance mensuelle de ces cinq dernières années en termes de volumes, soutenue par des améliorations de notre portefeuille et la transformation numérique, 90% de nos produits provenant de BEES.
- **Argentine :** Notre activité a maintenu sa forte dynamique commerciale au 2T21. Nos volumes et nos produits nets par hl ont enregistré une croissance à deux chiffres grâce à la premiumisation de notre portefeuille en cours et à nos initiatives de gestion des revenus dans un environnement hautement inflationniste. Nos marques core plus et premium continuent de surpasser le portefeuille général tant au 2T21 qu'au 1S21.
- **Afrique hors Afrique du Sud :** La demande sous-jacente des consommateurs envers nos marques reste résiliente sur un grand nombre de nos marchés, bien que l'environnement opérationnel demeure difficile en raison du maintien des restrictions liées au COVID-19. Nous avons enregistré une croissance de nos produits au-delà des niveaux antérieurs à la pandémie sur la majorité de nos marchés clés, avec une croissance à deux chiffres des volumes de bière par rapport au 2T19 au Nigéria, au Mozambique et en Zambie.
- **Corée du Sud :** Grâce au succès de nos innovations récentes, dont « All new Cass » et notre nouvelle lager classique, HANMAC, nous estimons que nos volumes ont dépassé ceux du secteur. Les volumes ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette au 2T21, à cause de l'impact des restrictions en cours liées au COVID-19. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, stimulés par un mix de marques et d'emballages favorable. Nous avons atteint une croissance à deux chiffres dans le segment premium, avec en tête Budweiser et Hoegaarden.

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

Tableau 3. Compte de résultats consolidé (millions d'USD)			
	2T20	2T21	Croissance interne
Produits	10 294	13 539	27.6%
Coûts des ventes	-4 524	-5 720	-23.2%
Marge brute	5 770	7 819	31.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 536	-4 511	-23.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	63	347	85.5%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	2 297	3 655	44.8%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	-2 751	-150	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 044	-755	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	174	64	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	20	69	
Impôts sur le résultat	-174	-702	
Bénéfice des activités poursuivies	-1 478	2 182	
Bénéfice des activités abandonnées (sous-jacent et non sous-jacent)	1 930	-	
Bénéfice	452	2 182	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	102	319	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	351	1 862	
EBITDA normalisé	3 414	4 846	31.0%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	921	1 911	
	1S20	1S21	Croissance interne
Produits	21 298	25 832	22.4%
Coûts des ventes	-9 097	-10 963	-22.0%
Marge brute	12 201	14 869	22.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-7 257	-8 571	-17.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	158	470	54.0%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	5 102	6 768	30.5%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	-2 796	-217	
Produits/(coûts) financiers nets	-4 204	-2 047	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-1 388	-299	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	33	100	
Impôts sur le résultat	-492	-1 231	
Bénéfice des activités poursuivies	-3 744	3 074	
Bénéfice des activités abandonnées (sous-jacent et non sous-jacent)	2 055	-	
Bénéfice	-1 688	3 074	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	211	616	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	-1 900	2 458	
EBITDA normalisé	7 363	9 114	22.1%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	76	2 924	

Les autres produits/(charges) d'exploitation consolidés des six premiers mois de 2021 ont augmenté de 54.0%, principalement sous l'effet de subventions de l'État au Brésil et en Chine et d'une baisse des autres charges d'exploitation en Europe. Au deuxième trimestre de 2021, Ambev a reconnu des produits de 226 millions d'USD dans les autres produits d'exploitation en lien avec des crédits d'impôts suite à une décision favorable de la Cour suprême du Brésil. Cet impact est présenté comme un changement dans le périmètre.

Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT

	2T20	2T21	1S20	1S21
Coûts liés au COVID-19	-66	-31	-78	-54
Restructuration	-35	-64	-60	-97
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	-149	24	-154	14
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	-2	-6	-4	-6
Coûts liés à SAB Zenzele Kabili	-	-73	-	-73
Dépréciation du goodwill	-2 500	-	-2 500	-
Éléments non sous-jacents dans le bénéfice d'exploitation	-2 751	-150	-2 796	-217
Gain sur la cession de l'Australie (inclus dans le bénéfice des activités abandonnées)	1 919	-	1 919	-
Total des éléments non sous-jacents dans l'EBIT	-832	-150	-877	-217

L'EBIT normalisé ne comprend pas les éléments négatifs non sous-jacents de 150 millions d'USD du 2T21 et de 217 millions d'USD du 1S21, qui incluent les éléments négatifs non sous-jacents de 31 millions d'USD du 2T21 et de 54 millions d'USD du 1S21 de coûts liés au COVID-19, essentiellement liés aux équipements de protection individuelle destinés à nos collègues et aux dons caritatifs.

En mai 2021, nous avons mis sur pied un nouveau programme d'émancipation économique à large échelle des Noirs (« B-BBEE » ou broad-based black economic empowerment) baptisé « programme Zenzele Kabili », et avons rapporté 73 millions d'USD en éléments non sous-jacents, représentant principalement le coût IFRS 2 lié à l'attribution d'actions aux détaillants et collaborateurs répondant aux conditions et participant au programme Zenzele Kabili.

Produits/(coûts) financiers nets

	2T20	2T21	1S20	1S21
Charges nettes d'intérêts	-1 017	-908	-1 911	-1 817
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-20	-19	-41	-37
Charges de désactualisation	-133	-142	-291	-265
Ajustements à la valeur de marché	131	441	-1 724	348
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	13	76	13	76
Autres résultats financiers	-18	-204	-250	-353
Produits/(coûts) financiers nets	-1 044	-755	-4 204	-2 047

Les coûts financiers nets au 1S21 ont été impactés positivement par des gains évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Le nombre d'actions incluses dans la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont présentés dans le tableau 6 ci-dessous.

	2T20	2T21	1S20	1S21
Prix de l'action au début de la période (Euro)	40.47	53.75	72.71	57.01
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	43.87	60.81	43.87	60.81
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	55.0	55.0	55.0	55.0

En outre, au 2T21, notre filiale Ambev a reconnu des produits d'intérêt de 76 millions d'USD suite à une décision favorable de la Cour suprême brésilienne relative à des crédits d'impôts.

Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

	2T20	2T21	1S20	1S21
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	62	183	-729	144
Autres ajustements à la valeur de marché	61	177	-709	139
Remboursement anticipé d'obligations et autres	51	-295	50	-582
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	174	64	-1 388	-299

Les coûts financiers nets non sous-jacents au 1S21 comprennent des gains évalués à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir les actions émises dans le cadre des rapprochements avec Grupo Modelo et SAB.

Le nombre d'actions incluses dans la couverture 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.

	2T20	2T21	1S20	1S21
Prix de l'action au début de la période (Euro)	40.47	53.75	72.71	57.01
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	43.87	60.81	43.87	60.81
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

	2T20	2T21	1S20	1S21
Impôts sur le résultat	174	702	492	1 231
Taux d'impôts effectif	-13.1%	24.9%	-15.0%	29.3%
Taux d'impôts effectif normalisé	16.8%	25.6%	66.6%	27.3%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	18.8%	30.2%	22.8%	29.5%

La hausse de notre TIE normalisé, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, tant au 2T21 qu'au 1S21, s'explique essentiellement par le mix pays et une limitation des avantages liés aux attributs fiscaux.

	2T20	2T21	1S20	1S21
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	351	1 862	-1 900	2 458
Éléments non sous-jacents, avant impôts	2 751	150	2 796	217
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents, avant impôts	-174	-64	1 388	299
Impôts non sous-jacents	-37	-32	-107	-42
Éléments non sous-jacents attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	-41	-4	-46	-7
Bénéfice des activités abandonnées (sous-jacent et non sous-jacent)	-1 930	-	-2 055	-
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	921	1 911	76	2 924
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	790	1 512	1 805	2 606

BPA de base, normalisé et sous-jacent

	2T20	2T21	1S20	1S21
Bénéfice de base par action	0.18	0.93	-0.95	1.23
Eléments non sous-jacents, avant impôts	1.38	0.07	1.40	0.11
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents, avant impôts	-0.09	-0.03	0.70	0.15
Impôts non sous-jacents	-0.02	-0.02	-0.05	-0.02
Eléments non sous-jacents attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	-0.02	-	-0.02	-
Bénéfice des activités abandonnées (sous-jacent et non sous-jacent)	-0.97	-	-1.03	-
Bénéfice normalisé par action	0.46	0.95	0.04	1.46
Bénéfice sous-jacent par action	0.40	0.75	0.90	1.30
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	1 995	2 004	1 995	2 004

	2T20	2T21	1S20	1S21
EBIT normalisé hors hyperinflation	1.16	1.82	2.58	3.39
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-0.01	-	-0.02	-0.01
EBIT normalisé	1.15	1.82	2.56	3.38
Ajustement à la valeur de marché (programmes de paiements fondés sur des actions)	0.07	0.22	-0.86	0.17
Coûts financiers nets	-0.59	-0.60	-1.24	-1.20
Impôts sur le résultat	-0.11	-0.37	-0.30	-0.64
Associés et participations ne donnant pas le contrôle	-0.06	-0.13	-0.11	-0.26
Bénéfice normalisé par action	0.46	0.95	0.04	1.46
Ajustement à la valeur de marché (programmes de paiements fondés sur des actions)	-0.07	-0.22	0.86	-0.17
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	-	0.02	-	0.02
BPA sous-jacent	0.40	0.75	0.90	1.30
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	1 995	2 004	1 995	2 004

Le bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs de capitaux propres et le BPA sous-jacent sont impactés favorablement par les 123 millions d'USD, après impôts et participations ne donnant pas le contrôle, liés aux crédits d'impôt d'Ambev.

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

	2T20	2T21	1S20	1S21
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	351	1 862	-1 900	2 458
Participations ne donnant pas le contrôle	102	319	211	616
Bénéfice	452	2 182	-1 688	3 074
Bénéfice des activités abandonnées (sous-jacent et non sous-jacent)	-1 930	-	-2 055	-
Bénéfice des activités poursuivies	-1 478	2 182	-3 744	3 074
Impôts sur le résultat	174	702	492	1 231
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-20	-69	-33	-100
(Produits)/coûts financiers nets	1 044	755	4 204	2 047
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	-174	-64	1 388	299
Eléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non sous-jacentes incluses)	2 751	150	2 796	217
EBIT normalisé	2 297	3 655	5 102	6 768
Amortissements et dépréciations	1 117	1 191	2 261	2 345
EBITDA normalisé	3 414	4 846	7 363	9 114

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 sous-jacents, (vii) éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non sous-jacentes 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 peut ne pas être comparable à celle d'autres sociétés.

Situation financière

Tableau 14. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'USD)		
	1S20	1S21
Activités opérationnelles		
Bénéfice des activités poursuivies	-3 744	3 074
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	11 164	6 062
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	7 420	9 134
Changement du fonds de roulement	-2 700	-1 327
Contributions aux plans et utilisation des provisions	-327	-258
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-3 388	-3 696
Dividendes reçus	30	86
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles des activités abandonnées de l'Australie	84	-
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	1 119	3 939
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-1 524	-2 104
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	-204	-203
Produits nets d'(acquisitions)/cessions d'autres actifs	-30	98
Produits de la cession de l'Australie	10 838	-
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement des activités abandonnées de l'Australie	-13	-
Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement	9 067	-2 209
Activités de financement		
Dividendes payés	-1 219	-1 382
(Remboursement)/émissions d'emprunts	10 194	-7 999
Paiements en vertu des contrats de location	-280	-256
Vente/(acquisition) de participations ne donnant pas de contrôle et autres	-457	-470
Flux de trésorerie provenant des activités de financement des activités abandonnées de l'Australie	-6	-
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	8 231	-10 107
Augmentation/(diminution) nette de la trésorerie et équivalents de trésorerie	18 416	-8 377

Le 1S21 a enregistré une baisse de la trésorerie et des équivalents de trésorerie de (8 377) millions d'USD, par rapport à une hausse de 18 416 millions d'USD au 1S20, en tenant compte des mouvements suivants :

- **Nos flux de trésorerie provenant d'activités opérationnelles** ont totalisé 3 939 millions d'USD au 1S21, par rapport à 1 119 millions d'USD au 1S20. Cette hausse résulte principalement d'un bénéfice plus élevé et de variations du fonds de roulement moins importants pour les six premiers mois de 2021 par rapport à la même période de l'an dernier, nos résultats pour le premier semestre de 2020 ayant été négativement impactés par

la pandémie de COVID-19. Les variations du fonds de roulement au premier semestre de 2021 et de 2020 reflètent la hausse des niveaux de fonds de roulement de fin juin par rapport aux niveaux de fin d'année, en raison des fluctuations saisonnières.

- **Nos flux de trésorerie sortants provenant d'activités d'investissement** s'élevaient à 2 209 millions d'USD au 1S21, par rapport à des flux de trésorerie entrants de 9 067 millions d'USD au 1S20. La diminution des flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement était principalement due aux produits exceptionnels de 10 838 millions d'USD issus de la cession de l'activité australienne rapportée au cours des six premiers mois de 2020 et aux dépenses d'investissement nettes plus élevées au cours des six premiers mois de 2021 par rapport à la même période de l'an dernier.
- **Nos flux de trésorerie sortants provenant des activités de financement** s'élevaient à 10 107 millions d'USD au 1S21, par rapport à un flux de trésorerie entrant de 8 231 millions d'USD au 1S20. Cela s'explique essentiellement par des émissions d'emprunt inférieures combinées à des remboursements d'emprunts plus élevés par rapport à la même période de l'an dernier, étant donné que nous avons pris des mesures significatives en 2020 pour maintenir une position de liquidités solide face à la pandémie de COVID-19.

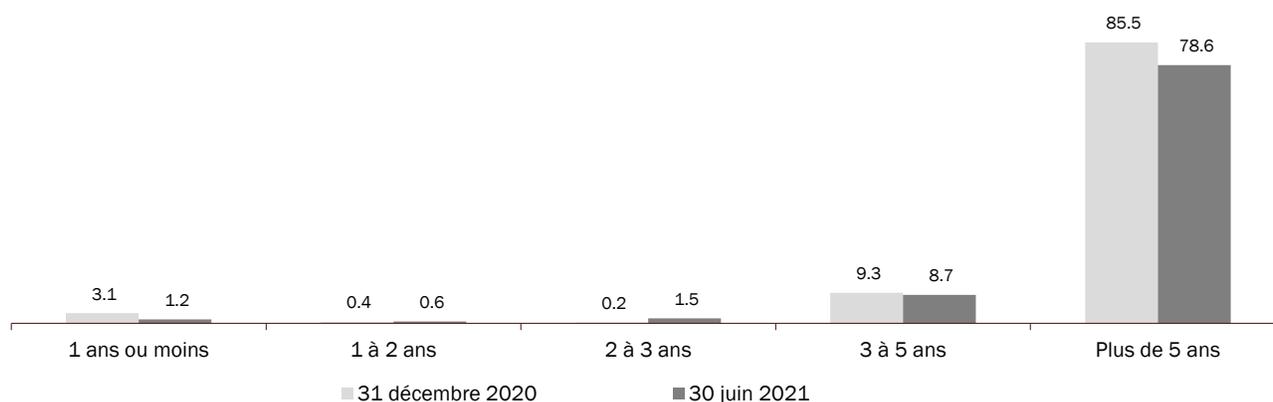
Notre endettement net a augmenté, passant à 83.4 milliards d'USD au 30 juin 2021 par rapport à 82.7 milliards d'USD au 31 décembre 2020.

Notre ratio endettement net/EBITDA normalisé était de 4.4x au 30 juin 2021. 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 et juin 2021, 95% de notre portefeuille d'obligations sont à taux fixe, 49% 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, la société disposait au 30 juin 2021 d'une liquidité totale de 16.9 milliards d'USD, dont 10.1 milliards d'USD disponibles sous la forme de lignes de crédit à long terme et 6.8 milliards d'USD de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et de placements à court terme dans des titres d'emprunt, moins les découverts bancaires.

Tableau 15. Échéancier de remboursement des dettes au 30 juin 2021 (milliards d'USD)



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 « bénéfiques des activités abandonnées » conformément aux règles IFRS. Par conséquent, toutes les présentations de la performance sous-jacente d'AB InBev et des chiffres de croissance interne ne reflètent pas les résultats des activités de l'Australie. Les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières aux États-Unis. Les références à la High End Company renvoient à une business unit constituée d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales vendues dans plus de 30 pays. Chaque fois qu'ils sont mentionnés dans le présent document, les indicateurs de performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, taux d'imposition, BPA) sont rapportés sur une base « normalisée », ce qui signifie qu'ils sont présentés avant les éléments non sous-jacents et les activités abandonnées. Les éléments non sous-jacents sont des produits ou charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de la société. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de la société de par leur taille ou nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateur de la performance de la société. Nous rapportons les résultats de l'Argentine en appliquant le traitement comptable de l'hyperinflation, à compter de la publication des résultats du 3T18 pour lesquels nous avons pris en compte l'impact de l'hyperinflation pour les neuf premiers mois de 2018. Les normes IFRS (IAS 29) impliquent de retraiter les résultats à ce jour pour refléter l'évolution du pouvoir d'achat général de la devise locale, en utilisant des indices officiels avant de convertir les montants locaux au taux de change à la clôture de la période. Ces impacts n'ont pas été pris en compte dans le calcul interne, mais sont indiqués séparément dans les annexes dans la colonne intitulée « Retraité pour l'hyperinflation ». Au 1S21, nous avons rapporté un impact positif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 30 millions d'USD ou 0.02 USD de BPA normalisé au 2T21 ou au 1S21. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Les BPA du 2T21 et du 1S21 sont basés sur la moyenne pondérée de 2 004 millions d'actions, par rapport à une moyenne pondérée de 1 995 millions d'actions au 2T20 et au 1S20. À la suite d'un rapport sur l'utilisation des indicateurs alternatifs de performance (à savoir les mesures non-IFRS ou « IAP ») publié par l'Autorité européenne des marchés financiers (ESMA) en décembre 2019, la société a requalifié les éléments « non-récurrents » en éléments « non sous-jacents » à compter des résultats du premier trimestre de 2021.

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 19 mars 2021. 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 au deuxième trimestre 2021 (2T21) et au premier semestre 2021 (1S21) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9, 10, 13 et 14 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 30 juin 2021 et pour la période de six mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un examen par notre commissaire PwC Réviseurs d'Entreprises SRL / PwC Bedrijfsrevisoren BV conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (États-Unis). Les données financières présentées aux tableaux 6, 8, 11, 12 et 15 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 30 juin 2021 et pour la période de six mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes). Les références aux contenus de nos sites web, tels que www.bees.com, mentionnées dans le présent communiqué, sont fournies à titre informatif et ne sont pas intégrées par renvoi dans le présent document.

CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le jeudi 29 juillet 2021 :

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

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 2Q & HY21 Results Webcast](#)

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

Gratuit : 877-407-8029

Payant : 201-689-8029

Investisseurs

Shaun Fullalove

Tél. : +1 212 573 9287

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

Maria Glukhova

Tél. : +32 16 276 888

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

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	2T20	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	119 895	14	-	-	24 936	144 845	20.8%
dont volumes de nos propres bières	106 858	-76	-	-	21 843	128 625	20.5%
Produits	10 294	-29	414	32	2 828	13 539	27.6%
Coûts des ventes	-4 524	18	-159	-11	-1 042	-5 720	-23.2%
Marge brute	5 770	-12	255	21	1 785	7 819	31.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 536	-3	-148	-8	-815	-4 511	-23.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	63	226	5	-4	56	347	85.5%
EBIT normalisé	2 297	211	112	9	1 026	3 655	44.8%
EBITDA normalisé	3 414	213	154	9	1 056	4 846	31.0%
Marge EBITDA normalisé	33.2%					35.8%	88 bps

Amérique du Nord	2T20	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	27 594	4	-	-	517	28 115	1.9%
Produits	3 979	-11	68	-	252	4 289	6.4%
Coûts des ventes	-1 488	18	-23	-	-135	-1 628	-9.3%
Marge brute	2 491	7	45	-	117	2 661	4.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 072	-26	-23	-	-137	-1 257	-12.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-3	-	-	-	12	9	385.0%
EBIT normalisé	1 416	-18	22	-	-8	1 413	-0.6%
EBITDA normalisé	1 616	-16	26	-	-15	1 611	-0.9%
Marge EBITDA normalisé	40.6%					37.6%	-281 bps

Amériques du Centre	2T20	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	21 921	-	-	-	12 994	34 916	59.3%
Produits	1 664	-	59	-	1 330	3 053	79.9%
Coûts des ventes	-632	-	-23	-	-419	-1 074	-66.4%
Marge brute	1 032	-	37	-	911	1 979	88.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-557	-1	-20	-	-231	-809	-41.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-2	-	-	-	3	1	118.9%
EBIT normalisé	472	-	17	-	682	1 171	144.5%
EBITDA normalisé	712	-	27	-	716	1 454	100.6%
Marge EBITDA normalisé	42.8%					47.6%	490 bps

Amérique du Sud	2T20	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	28 523	-83	-	-	5 026	33 465	17.7%
Produits	1 428	-25	-109	32	573	1 898	40.6%
Coûts des ventes	-760	4	61	-11	-308	-1 013	-40.5%
Marge brute	669	-22	-48	21	266	885	40.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-512	25	49	-8	-192	-638	-39.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	16	225	-	-4	16	254	93.9%
EBIT normalisé	172	229	1	9	90	501	50.4%
EBITDA normalisé	366	228	-13	9	93	684	24.8%
Marge EBITDA normalisé	25.6%					36.0%	-294 bps

EMEA	2T20	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	15 464	-62	-	-	7 473	22 875	48.5%
Produits	1 429	-56	216	-	607	2 196	44.2%
Coûts des ventes	-788	37	-94	-	-162	-1 007	-21.6%
Marge brute	641	-18	121	-	444	1 188	71.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-642	19	-87	-	-129	-838	-20.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	11	-	4	-	29	44	266.6%
EBIT normalisé	10	1	39	-	345	395	3 041.6%
EBITDA normalisé	251	1	60	-	346	658	137.8%
Marge EBITDA normalisé	17.5%					29.9%	1189 bps

Asie-Pacifique	2T20	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	26 264	-	-	-	-1 060	25 205	-4.0%
Produits	1 653	-21	169	-	64	1 864	3.9%
Coûts des ventes	-704	-	-72	-	-33	-810	-4.7%
Marge brute	949	-22	96	-	31	1 055	3.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-544	21	-53	-	-16	-591	-3.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	23	-	3	-	8	35	35.1%
EBIT normalisé	429	-	46	-	23	498	5.4%
EBITDA normalisé	584	-	62	-	26	672	4.5%
Marge EBITDA normalisé	35.3%					36.0%	18 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	2T20	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	2T21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	128	156	-	-	-15	269	-5.2%
Produits	142	83	12	-	1	238	0.5%
Coûts des ventes	-153	-42	-8	-	15	-187	7.9%
Marge brute	-11	42	4	-	16	51	56.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-210	-42	-15	-	-110	-377	-43.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	18	-	-2	-	-13	4	-67.9%
EBIT normalisé	-203	-	-13	-	-106	-322	-52.0%
EBITDA normalisé	-114	-	-8	-	-110	-232	-95.4%

Annexe 2

AB InBev au niveau mondial	1S20	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	239 577	41	-	40 779	280 398	17.0%
dont volumes de nos propres bières	210 294	96	-	37 246	247 635	17.7%
Produits	21 298	-42	-169	4 745	25 832	22.4%
Coûts des ventes	-9 097	34	91	-1 991	-10 963	-22.0%
Marge brute	12 201	-8	-78	2 754	14 869	22.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-7 257	-12	-13	-1 288	-8 571	-17.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	158	226	-	86	470	54.0%
EBIT normalisé	5 102	206	-91	1 551	6 768	30.5%
EBITDA normalisé	7 363	211	-87	1 627	9 114	22.1%
Marge EBITDA normalisé	34.6%				35.3%	-7 bps

Amérique du Nord	1S20	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	51 977	56	-	1 219	53 252	2.4%
Produits	7 536	-8	83	428	8 040	5.7%
Coûts des ventes	-2 842	28	-28	-237	-3 080	-8.5%
Marge brute	4 694	20	55	191	4 960	4.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 104	-44	-28	-173	-2 350	-8.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-10	-	-	25	15	257.6%
EBIT normalisé	2 579	-24	27	43	2 625	1.7%
EBITDA normalisé	2 986	-18	31	16	3 014	0.5%
Marge EBITDA normalisé	39.6%				37.5%	-196 bps

Amériques du Centre	1S20	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	51 858	-	-	16 122	67 980	31.1%
Produits	4 246	-	-96	1 743	5 893	41.0%
Coûts des ventes	-1 454	-	29	-630	-2 055	-43.4%
Marge brute	2 792	-	-67	1 113	3 838	39.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 258	-	20	-339	-1 577	-26.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-	-	-	4	5	908.3%
EBIT normalisé	1 535	-	-46	778	2 266	50.7%
EBITDA normalisé	2 021	-	-52	855	2 824	42.3%
Marge EBITDA normalisé	47.6%				47.9%	42 bps

Amérique du Sud	1S20	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	62 782	-25	-	9 171	71 929	14.6%
Produits	3 613	-23	-683	1 239	4 146	34.5%
Coûts des ventes	-1 727	3	328	-694	-2 091	-40.3%
Marge brute	1 886	-20	-356	545	2 055	29.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 205	25	211	-285	-1 254	-24.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	54	225	-9	16	287	30.0%
EBIT normalisé	736	230	-154	276	1 088	37.3%
EBITDA normalisé	1 146	230	-214	284	1 447	24.7%
Marge EBITDA normalisé	31.7%				34.9%	-234 bps

EMEA	1S20	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	33 551	-113	-	7 102	40 540	21.2%
Produits	3 007	-88	243	600	3 763	20.6%
Coûts des ventes	-1 555	65	-106	-200	-1 796	-13.4%
Marge brute	1 452	-23	137	400	1 966	28.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 263	33	-113	-152	-1 496	-12.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	55	-	6	31	92	57.2%
EBIT normalisé	243	10	30	280	563	110.5%
EBITDA normalisé	713	9	58	280	1 060	38.8%
Marge EBITDA normalisé	23.7%				28.2%	374 bps

Asie-Pacifique	1S20	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	39 045	-	-	7 036	46 081	18.0%
Produits	2 609	-31	272	649	3 500	25.2%
Coûts des ventes	-1 217	-1	-118	-220	-1 555	-18.1%
Marge brute	1 393	-31	154	429	1 944	31.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-961	31	-86	-110	-1 126	-11.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	40	-	5	19	64	46.5%
EBIT normalisé	472	-1	74	337	882	71.6%
EBITDA normalisé	783	-1	102	358	1 242	45.7%
Marge EBITDA normalisé	30.0%				35.5%	498 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	1S20	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1S21	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hlis)	364	124	-	128	615	26.3%
Produits	287	106	12	86	491	22.1%
Coûts des ventes	-302	-60	-14	-9	-385	-2.4%
Marge brute	-15	46	-2	77	106	269.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-466	-56	-17	-230	-769	-44.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	19	-	-2	-9	7	-49.8%
EBIT normalisé	-462	-10	-21	-162	-656	-34.1%
EBITDA normalisé	-287	-9	-12	-165	-473	-55.3%