

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

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 3T18 et aux 9M18 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les notes et mentions légales importantes, veuillez vous référer à la page 17.

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois de 2018

FAITS MARQUANTS

- Produits** : Les produits ont augmenté de 4,5 % durant le trimestre, avec une croissance des produits par hl de 4,2 %. Sur une base géographique constante, les produits par hl ont augmenté de 4,4 %, grâce aux initiatives de gestion des revenus et à la poursuite des excellents résultats des marques premium. Au cours des 9M18, les produits ont augmenté de 4,6 %, avec une croissance des produits par hl de 4,3 %. Sur une base géographique constante, les produits par hl affichent une hausse de 4,6 %.
- Volume** : Les volumes totaux ont progressé de 0,2 % durant le trimestre, avec une hausse de 0,5 % pour les volumes de nos propres bières et une baisse de 2,4 % pour les volumes non-bière. Les volumes de nos propres bières affichent une belle croissance en Europe, au Mexique et sur de nombreux marchés africains, partiellement atténuée par les résultats au Brésil et en Argentine. Les volumes totaux ont augmenté de 0,3 % au cours des 9M18, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,6 %, et les volumes de non-bière une baisse de 3,1 %.
- Marques mondiales** : Les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont poursuivi leur croissance au cours du trimestre, avec une hausse de 7,7 % au niveau mondial et de 10,6 % en dehors de leurs marchés domestiques. Au cours des 9M18, les produits combinés de nos marques ont augmenté de 8,7 % au niveau mondial et de 13,3 % en dehors de leurs marchés domestiques.
- Coûts des Ventes (CdV)** : Les CdV ont augmenté de 6,3 % au 3T18 et de 5,9 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 5,9 %, ce qui s'explique surtout par la hausse des prix des matières premières d'une année à l'autre, partiellement compensée par la réalisation de synergies. Au cours des 9M18, les CdV ont enregistré une hausse de 4,1 % et de 3,8 % par hl, tandis qu'ils ont augmenté de 4,2 % sur une base géographique constante.
- EBITDA** : L'EBITDA a augmenté de 7,5 % au 3T18, avec un accroissement de la marge de 116 points de base à 40,3 % suite à la croissance des produits et grâce à des synergies et à des économies de coûts, partiellement atténuées par une hausse des prix des matières premières. L'EBITDA a augmenté de 7,1 % au cours des 9M18, avec un accroissement de la marge de 92 points de base à 39,4 %.
- Résultats financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) ont totalisé 1 787 millions d'USD au 3T18, par rapport à 1 135 millions d'USD au 3T17. Cette hausse est majoritairement due à une perte à la valeur de marché de 616 millions d'USD au 3T18, liée à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, par rapport à un gain de 240 millions d'USD au 3T17, soit une fluctuation de 856 millions d'USD. Les coûts financiers nets s'élevaient à 4 603 millions d'USD pour les 9M18, alors qu'ils étaient de 4 255 millions d'USD pour les 9M17.
- Impôt sur le résultat** : Le taux d'imposition effectif normalisé, qui était de 16,7 % au 3T17, a augmenté à 25,3 % au 3T18, et est passé de 19,1 % pour les 9M17 à 26,0 % pour les 9M18.
- Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev est de 1 614 millions d'USD au 3T18, alors qu'il s'élevait à 2 582 millions d'USD au 3T17, et totalise 5 219 millions d'USD pour les 9M18 par rapport à 5 913 millions d'USD pour les 9M17. Au cours du trimestre, le bénéfice normalisé a été impacté négativement par des pertes évaluées à la valeur de marché liées à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Sans tenir compte de l'impact

des pertes évaluées à la valeur de marché, le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev est de 2 230 millions d'USD au 3T18, alors qu'il s'élevait à 2 342 millions d'USD au 3T17, et totalise 6 093 millions d'USD pour les 9M18 par rapport à 5 808 millions d'USD pour les 9M17.

- **Bénéfice par action (BPA) :** Le BPA normalisé a diminué, passant de 1,31 USD au 3T17 à 0,82 au 3T18, et de 3,00 USD pour les 9M17 à 2,64 USD pour les 9M18. Le bénéfice par action normalisé, hors pertes évaluées à la valeur de marché liées à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et hors impact de l'hyperinflation (BPA sous-jacent), a diminué en passant de 1,19 USD au 3T17 à 1,16 USD au 3T18, et a augmenté de 2,95 USD pour les 9M17 à 3,11 USD pour les 9M18.
- **Acompte sur dividende :** Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un acompte sur dividende de 0,80 EUR par action pour l'exercice 2018. Pour plus d'informations, veuillez vous référer aux commentaires de la direction à la page 4. Des informations relatives aux dates ex-coupon, aux dates d'enregistrement et aux dates de paiement sont fournies à la page 16.
- **Hyperinflation :** Conformément aux règles IFRS, nous sommes tenus d'appliquer le traitement comptable de l'hyperinflation pour l'Argentine au 1^{er} janvier 2018. Des informations complémentaires sont fournies à la page 14.
- **Rapprochement avec SAB :** L'intégration progresse bien, avec la réalisation de synergies et d'économies de coûts de 229 millions d'USD au 3T18 et de 588 millions d'USD au cours des 9M18.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	3T17	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	161 045	146 187	0,2%
Nos propres bières	132 725	129 628	0,5%
Volumes des non-bières	27 085	15 224	-2,4%
Produits de tiers	1 234	1 335	9,3%
Produits	14 740	13 282	4,5%
Marge brute	9 194	8 299	3,5%
Marge brute en %	62,4%	62,5%	-62 bps
EBITDA normalisé	5 733	5 358	7,5%
Marge EBITDA normalisé	38,9%	40,3%	116 bps
EBIT normalisé	4 681	4 308	7,1%
Marge EBIT normalisé	31,8%	32,4%	82 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 055	956	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 582	1 614	
Bénéfice par action (USD)	1,04	0,48	
Bénéfice normalisé par action (USD)	1,31	0,82	

	9M17	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	466 595	424 703	0,3%
Nos propres bières	380 938	375 612	0,6%
Volumes des non-bières	82 217	45 298	-3,1%
Produits de tiers	3 440	3 793	11,0%
Produits	41 844	40 369	4,6%
Marge brute	25 624	25 203	4,9%
Marge brute en %	61,2%	62,4%	18 bps
EBITDA normalisé	15 895	15 915	7,1%
Marge EBITDA normalisé	38,0%	39,4%	92 bps
EBIT normalisé	12 741	12 752	7,7%
Marge EBIT normalisé	30,4%	31,6%	92 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 963	3 911	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 913	5 219	
Bénéfice par action (USD)	2,52	1,98	
Bénéfice normalisé par action (USD)	3,00	2,64	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	3T17	Scope	Croissance interne	3T18	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	30 109	15	- 139	29 985	-0,5%	-0,5%
Amérique latine Ouest	28 012	- 4	454	28 462	1,6%	1,3%
Amérique latine Nord	27 943	- 52	- 687	27 204	-2,5%	-2,0%
Amérique latine Sud	7 811	22	- 389	7 444	-5,1%	-5,2%
EMEA	35 828	-14 888	862	21 803	4,1%	4,7%
Asie-Pacifique	31 037	7	246	31 290	0,8%	0,8%
Exportations Globales et Sociétés Holding	304	- 305	1	-	-	-
AB InBev au niveau mondial	161 045	-15 205	348	146 187	0,2%	0,5%

	9M17	Scope	Croissance interne	9M18	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	87 265	76	-2 730	84 612	-3,1%	-3,2%
Amérique latine Ouest	81 200	- 25	3 897	85 071	4,8%	5,6%
Amérique latine Nord	84 493	- 177	-2 966	81 350	-3,5%	-2,2%
Amérique latine Sud	23 630	43	436	24 110	1,9%	2,4%
EMEA	105 454	-42 683	922	63 692	1,5%	1,6%
Asie-Pacifique	83 605	73	1 713	85 391	2,0%	1,8%
Exportations Globales et Sociétés Holding	948	- 458	- 13	478	-2,7%	-2,7%
AB InBev au niveau mondial	466 595	-43 151	1 259	424 703	0,3%	0,6%

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Nos priorités en termes d'affectation des capitaux restent inchangées. Notre principale priorité en matière d'affectation des liquidités est d'investir dans nos marques et de tirer pleinement profit des opportunités de croissance interne au sein de notre entreprise. Deuxièmement, nous maintenons notre engagement vers un désendettement autour d'un ratio endettement net/EBITDA de 2x et nous donnerons la priorité au remboursement de la dette pour atteindre cet objectif. Troisièmement, en ce qui concerne les M&A, nous allons continuer à examiner les opportunités intéressantes qui se présentent, dans le respect de notre discipline financière stricte et de notre engagement de désendettement. Notre quatrième priorité est de reverser l'excédent de liquidités aux actionnaires sous la forme de dividendes et de rachats d'actions.

En adéquation avec ces priorités durables en termes d'affectation des capitaux et au vu de la récente volatilité des devises, nous revoyons notre stratégie de distribution de dividendes pour accélérer le désendettement et revenir à une structure de capital optimale avec un ratio endettement net/EBITDA avoisinant 2x, tout en continuant d'investir en priorité dans des opportunités de croissance interne et en créant une plus grande flexibilité financière.

Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un acompte sur dividende de 0,80 EUR par action pour l'exercice 2018. En outre, le conseil d'administration d'AB InBev envisage de proposer un dividende final de 1,00 EUR par action pour l'exercice 2018, à payer en mai 2019, sous réserve de l'approbation de l'assemblée annuelle des actionnaires, ce qui donnerait lieu au paiement d'un dividende total de 1,80 EUR par action pour l'exercice 2018.

Suite à l'établissement de cette nouvelle base de 50 %, nous nous attendons à ce que les dividendes augmentent au fil du temps, en ligne avec la nature non-cyclique de nos activités. Toutefois, compte tenu de l'importance du désendettement, la hausse à court terme devrait être modeste.

Sur le plan opérationnel, notre entreprise a enregistré une croissance des produits de 4,5 % stimulée par une hausse des volumes de bière de 0,5 % et favorisée par nos initiatives de gestion des revenus et de premiumisation dans le monde entier. Un groupe diversifié de marchés a contribué à cette croissance, notamment la Chine, le Mexique, l'Europe de l'Ouest et plusieurs de nos marchés africains. En même temps, nous avons fait face à des difficultés macroéconomiques sur certains marchés importants comme le Brésil, l'Argentine et l'Afrique du Sud.

Nous continuons d'utiliser le cadre d'extension des catégories et le modèle de maturité des marchés dans toutes nos opérations, afin de développer des portefeuilles et des stratégies différenciés pour répondre aux besoins diversifiés des consommateurs. Ces cadres stratégiques nous permettent de partager les meilleures pratiques sur l'ensemble de nos marchés pour renforcer le succès dans toutes nos activités.

La premiumisation demeure une tendance croissante sur tous les marchés, quel que soit leur niveau de maturité. Notre solide portefeuille de marques nous place dans une position favorable pour tirer profit de cette croissance, en particulier grâce à notre entreprise haut de gamme et à notre portefeuille de marques mondiales.

Nos marques mondiales ont de nouveau réalisé un excellent trimestre, avec une croissance des produits de 7,7 % au niveau mondial et de 10,6 % en dehors de leurs marchés domestiques, où elles se vendent à un prix supérieur. Budweiser a progressé de 6,4 % au niveau mondial et de 9,3 % en dehors des États-Unis puisqu'elle a continué à récolter les fruits de la plus importante campagne de notre histoire en tant que sponsor mondial de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Stella Artois a augmenté ses produits de 5,7 % au niveau mondial avec de bonnes contributions du Brésil, du Canada et de la Corée du Sud. Corona a maintenu sa place en tête du portefeuille avec une hausse des produits de 10,6 % au niveau mondial et de 18,0 % en dehors du Mexique, grâce à la Chine, la Colombie et le Royaume-Uni ainsi qu'à une solide performance au Mexique, son pays d'origine.

L'extension des catégories a également été soutenue par des initiatives d'accessibilité, puisqu'il est essentiel d'avoir un portefeuille d'options abordables pour attirer nos consommateurs avec des prix accessibles sur un grand nombre de nos marchés de maturité faible et moyenne. Durant ce trimestre, nous avons lancé dans le Nord-Est du Brésil une nouvelle marque baptisée « Nossa », qui est brassée avec du manioc cultivé localement dans l'État de Pernambuco. Créée pour stimuler notre plateforme d'accessibilité, cette initiative est un parfait exemple de mise à profit des synergies intellectuelles résultant de notre rapprochement avec SAB. Nous constatons également une forte pénétration de nos bouteilles en verre consignées d'1 litre en Afrique du Sud, un format lancé l'année dernière qui permet aux consommateurs de bénéficier d'un coût unitaire plus bas. Cette initiative commerciale a d'ailleurs remporté un vif succès pendant de nombreuses années sur nos marchés d'Amérique latine. Des initiatives d'accessibilité comme celles-ci soutiennent la croissance de la catégorie bière et nous permettent de proposer aux consommateurs plusieurs options pouvant être particulièrement pertinentes dans des contextes macroéconomiques difficiles, tout en préservant voire même améliorant nos marges.

Au 3T18, l'EBITDA a progressé de 7,5 % avec un accroissement de la marge de 116 points de base à 40,3 %. Ce résultat a été favorisé par une croissance des volumes et des produits, une solide discipline de coûts et l'échelonnement d'investissements commerciaux et de marketing, partiellement atténués toutefois par la hausse d'une année à l'autre des prix des matières premières. Les 229 millions d'USD de synergies réalisées suite au rapprochement avec SAB ont contribué à la croissance de l'EBITDA ainsi qu'à l'accroissement de la marge.

Plus tôt dans l'année, nous avons annoncé nos Objectifs de développement durable 2025. Bien que nous disposons d'une solide expérience en matière de développement durable, nous savons que les plus grands défis d'aujourd'hui exigent des efforts collaboratifs. C'est pour cela qu'en août nous avons lancé notre 100+ Accelerator et annoncé dix défis dans les domaines de la gestion de l'eau, de la productivité agricole, du surcyclage, de l'approvisionnement responsable, de la logistique verte, entre autres. Nous avons reçu plus de 600 propositions des quatre coins du monde et sélectionné 21 start-ups pour participer au programme, qui a débuté ce mois-ci par un atelier de travail de trois jours à New York. En 2019, les start-ups défendront leur solution devant nos principaux dirigeants et un public externe, en vue d'obtenir un financement potentiel. Le 100+ Accelerator sera un programme annuel. Pour plus d'informations, visitez notre site www.100accelerator.com.

Nous disposons d'une longue expérience sur les marchés émergents et reconnaissons qu'ils sont intrinsèquement volatiles. Notre culture d'ownership nous oblige à adopter une vision à long terme de nos activités et à faire face à cette volatilité pour poursuivre les opportunités de croissance qui caractérisent également ces marchés. Nous pensons avoir les collaborateurs, le portefeuille et la stratégie adéquats pour assurer une croissance durable à long terme et développer la catégorie bière mondiale, et sommes convaincus que nous continuerons d'améliorer notre taux de croissance interne EBITDA durant le reste de l'exercice.

États-Unis

Aux États-Unis, nos produits ont augmenté de 1,5 % au 3T18 et ont diminué de 1,4 % au cours des 9M18. Nous avons enregistré une croissance constante des produits par hl de 2,0 % durant le trimestre et depuis le début de l'année, grâce aux initiatives de gestion des revenus et à un portefeuille de marques favorable. Nous estimons que les ventes aux détaillants (VAD) du secteur ont diminué de 0,5 % au 3T18, bénéficiant de l'incidence positive du timing du 4 juillet. Nos VAD ont reculé de 1,5 % au 3T18, soit notre meilleure performance des huit derniers trimestres, tandis que nos ventes aux grossistes (VAG), qui jouent un rôle clé dans nos résultats financiers, ont diminué de 0,5 %, ce qui signifie que nos VAG commencent à rattraper nos VAD ce trimestre. Au cours des 9M18, nos VAD ont diminué de 2,6 % et nos VAG ont diminué de 3,4 %, et nous prévoyons toujours une convergence des VAD et des VAG sur une année entière.

Nous continuons de voir les progrès de notre stratégie commerciale, avec une baisse estimée de notre part de marché totale de 50 points de base au 3T18 et un recul de 45 points de base durant les 9M18, soit une amélioration de la tendance à la baisse de notre part de marché de 30 points de base par rapport à l'année dernière.

Notre portefeuille Above Premium a de nouveau réalisé une bonne performance ce trimestre, gagnant 90 points de base de part de marché selon nos estimations. Ce résultat s'explique principalement par la croissance constante de Michelob Ultra et le lancement réussi de Michelob Ultra Pure Gold plus tôt cette année, ce qui a maintenu la famille de marques en tête des performances de part de marché aux États-Unis pour le quatorzième trimestre consécutif. Nos autres innovations Above Premium ont également fait mieux que le marché, les séries Budweiser Reserve et Bud Light Orange se classant parmi les 15 meilleures performances de part de marché aux États-Unis ce trimestre, selon IRI.

Dans leurs segments, Budweiser et Bud Light enregistrent de meilleures performances par rapport aux tendances de l'année précédente. Toutefois, les segments Premium et Premium Light demeurent sous pression car les consommateurs continuent à se tourner vers les segments plus chers, contribuant aux pertes de part de marché totale estimée respectives de 35 et 90 points de base de Budweiser et Bud Light au 3T18. Nos innovations Above Premium, à savoir les séries Budweiser Reserve et Bud Light Orange, qui exploitent le solide capital de marque de Budweiser et Bud Light et surfent sur la vague de la premiumisation, tirent vers le haut la performance générale des deux familles de marques.

Notre EBITDA a diminué de 1,9 % au 3T18, la performance positive des produits étant plus qu'atténuée par les tendances négatives du prix des produits de base et la hausse des frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux en raison du timing des provisions pour la rémunération variable. Ceci a entraîné une diminution de la marge EBITDA de 142 points de base à 40,5 % durant le trimestre. Au cours des 9M18, l'EBITDA a baissé de 4,8 % et sa marge a perdu 144 points de base à 39,9 %.

Mexique

Le Mexique a de nouveau réalisé un excellent trimestre avec une croissance des produits d'un chiffre dans le haut de la fourchette favorisée par une croissance des produits par hl d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, en ligne avec l'inflation, et une hausse des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette en tenant compte du ralentissement historique des investissements publics suite aux élections. Au cours des 9M18, nous avons enregistré une croissance des produits à deux chiffres, avec une hausse des volumes d'une chiffre dans le haut de la fourchette et une hausse des produits par hl d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.

L'ensemble de notre portefeuille de marques continue d'afficher de bons résultats, grâce à une solide exécution commerciale, à la disponibilité des produits et à notre stratégie équilibrée de gestion des revenus. Le cadre d'extension des catégories nous a permis d'affiner le positionnement de nos marques, en particulier dans le segment core, via une différenciation accrue de notre portefeuille de pils classiques et de bières faciles à boire. Ce trimestre, Bud Light a lancé une campagne audacieuse et percutante visant à décourager l'alcool au volant, qui a entraîné une augmentation de la visibilité dans les médias et a permis de diffuser le message de la marque. Notre portefeuille premium continue aussi de contribuer significativement à la croissance des produits, sous l'impulsion de Michelob Ultra et de Stella Artois qui ont toutes deux enregistré une croissance à deux chiffres.

Au 3T18, la solide croissance des volumes et des produits a été soutenue par une excellente optimisation des coûts et d'importantes augmentations de capacité qui ont réduit nos coûts logistiques, permettant ainsi une hausse de l'EBITDA de 18,9 % avec un accroissement de la marge de 444 points de base à 47,3 %.

Au cours des 9M18, l'EBITDA a augmenté de 17,3 %, avec un accroissement de la marge de 212 points de base à 44,8 %.

Colombie

Nos activités colombiennes affichent une nouvelle fois de bons résultats ce trimestre avec une croissance des produits de 5,2 %. Les volumes de bière ont progressé de 2,3 % et les volumes non-bière ont diminué de 1,4 %, entraînant une hausse des volumes totaux de 1,8 % et une croissance des produits par hl de 3,4 %. À ce jour, les produits ont progressé de 7,9 %, avec une hausse des volumes de 3,3 % (bière en hausse de 3,7 %, non-bière en hausse de 0,1 %) et une croissance des produits par hl de 4,5 %.

En Colombie, nous sommes concentrés sur le développement de la catégorie bière via des initiatives de premiumisation associées à des mesures de valorisation et de différenciation du portefeuille core. Dans le segment premium, notre portefeuille de marques mondiales reste en tête, avec des volumes qui ont presque doublé depuis le début de l'année et Budweiser qui a été particulièrement performante. Nos marques locales ont aussi fortement contribué à notre performance du trimestre, avec une hausse des volumes d'Aguila de plus de 50 % suite au succès de l'activation de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ qui s'est poursuivie tout l'été. Nous avons également lancé une nouvelle identité visuelle pour Poker, notre plus grande marque. La catégorie bière continue de se développer, puisque nous avons enregistré un gain estimé de part de consommation totale d'alcool de 80 points de base durant le trimestre.

Ce trimestre, l'EBITDA a augmenté de 28,6 % avec un accroissement de la marge de plus de 1 000 points de base. Ce résultat a été favorisé par une croissance des produits ainsi que par la réalisation constante de synergies, l'échelonnement des frais commerciaux et de marketing et une hausse des autres produits d'exploitation provenant du règlement favorable d'une procédure judiciaire. Au cours des 9M18, l'EBITDA a augmenté de 19,4 %, avec un accroissement de la marge de plus de 500 points de base.

Brésil

Au 3T18, les produits ont augmenté de 2,1 %, bien que les volumes aient diminué de 3,3 %, avec une baisse des volumes de bière de 3,1 % et une baisse des volumes non-bière de 3,9 %. Ceci fait suite à une hausse du prix de la bière durant le trimestre, dont le timing est similaire à celui de l'année dernière. Par conséquent, les produits par hl ont augmenté de 5,6 %. Le secteur brassicole affiche un recul d'environ 2,5 % étant donné que l'environnement de consommation au Brésil reste difficile en raison de la croissance marginale des revenus disponibles et de la confiance négative des consommateurs. Durant les 9M18, les produits ont progressé de 2,9 % avec une baisse des volumes de 4,6 % (bière en baisse de 3,4 %, non-bière en baisse de 8,2 %) et une croissance des produits par hl de 7,9 %.

Malgré la volatilité macroéconomique, nous restons concentrés sur les éléments de nos activités sur lesquels nous pouvons avoir une influence et avons constaté de nombreux changements positifs dans notre portefeuille ce trimestre. La premiumisation reste une tendance croissante au Brésil et nous avons enregistré une solide croissance dans notre portefeuille premium, ce qui contribue favorablement au mix de marques. La croissance de notre portefeuille de marques mondiales s'est accélérée ce trimestre, les trois marques affichant une croissance combinée de plus de 40 %, avec en tête Corona qui réalise une hausse de plus de 75 %. Notre portefeuille core plus a presque doublé son volume durant le trimestre, et a été récemment enrichi de notre nouvelle extension de gamme, Skol Hops.

À l'autre extrémité de la gamme de prix, nous appliquons les enseignements tirés du cadre d'extension des catégories pour développer nos initiatives d'accessibilité au Brésil en reproduisant les meilleures pratiques issues d'autres marchés, en particulier dans des régions du pays à maturité plus faible. Ce trimestre, nous avons lancé dans l'État de Pernambuco une nouvelle marque baptisée « Nossa », qui est brassée avec du

manioc cultivé localement. « Nossa » soutient le développement de l'économie locale et de la vie culturelle de l'État de Pernambuco, tout en réalisant de solides marges, à un prix abordable pour le consommateur.

L'EBITDA a progressé de 13,8 % au 3T18 avec un accroissement de la marge de 446 points de base à 43,6 %, grâce à la croissance des produits, à l'échelonnement des frais commerciaux et de marketing et à la baisse significative des CdV pour nos activités non-bière. Ceci s'explique essentiellement par l'échelonnement des coûts qui devraient être normalisés au cours de l'exercice et aidé par la baisse des prix du sucre. Au cours des 9M18, l'EBITDA a augmenté de 11,5 % avec un accroissement de la marge de 327 points de base à 42,1 %.

Afrique du Sud

En Afrique du Sud, l'augmentation de la TVA au 1^{er} avril 2018 et de nombreuses hausses de prix du pétrole ont continué d'impacter négativement les revenus disponibles des consommateurs. Nos produits ont diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une baisse des volumes et des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette. La baisse des volumes est principalement due à des ruptures de stock causées par des contraintes d'approvisionnement, ce qui devrait revenir à la normale à l'approche de la haute saison au quatrième trimestre. En outre, la baisse des produits par hl s'explique surtout par un impact du mix à court terme. Au cours des 9M18, les produits ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, avec une baisse des volumes d'un chiffre dans le haut de la fourchette.

Conformément à notre stratégie d'accessibilité, la bouteille en verre consignée d'1 litre a considérablement accru sa pénétration au cours de l'année. Carling Black Label, notre plus grande marque core, continue de profiter de sa campagne #NoExcuse primée et affiche une croissance des volumes d'un chiffre dans le haut de la fourchette. Castle Lite a été impactée de façon disproportionnée par les problèmes de rupture de stock. Notre portefeuille premium et super premium poursuit sa croissance à trois chiffres, profitant désormais du lancement de la bouteille Budweiser de 660 ml et d'une excellente exécution lors de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. Notre part de marché dans le segment premium et super premium a continué d'augmenter au 3T18, pour atteindre une part de marché estimée de 24 % en août.

Une faible performance des volumes et des produits, associée à un impact du mix défavorable et à des contraintes d'approvisionnement, a entraîné une baisse de l'EBITDA de 11,9 % avec une diminution de la marge de 418 points de base au 3T18. Au cours des 9M18, l'EBITDA a reculé d'un chiffre dans le bas de la fourchette avec une légère diminution de la marge.

Chine

Nos volumes du 3T18 ont augmenté de 1,0 % malgré une tendance générale négative du secteur, entraînant des gains de part de marché, et nos produits ont progressé de 7,4 % avec une croissance des produits par hl de 6,4 %. Au cours des 9M18, les produits ont augmenté de 6,3 %, avec une hausse des produits par hl de 4,4 % et une croissance des volumes de 1,8 %.

Notre solide élan de croissance depuis le début de l'année s'est poursuivi au troisième trimestre, dopé par des activations réussies durant l'été et une premiumisation continue. Budweiser a réalisé une excellente performance ce trimestre, soutenue par un profil de croissance plus équilibré profitant d'une pénétration accrue dans un plus grand nombre de régions de Chine. Notre portefeuille super premium poursuit sa solide croissance, avec Corona en tête. Nos activités d'e-commerce continuent de contribuer significativement à la croissance, ce canal gagnant en importance auprès des consommateurs, en particulier pour les produits premium.

Notre EBITDA bénéficie toujours de la croissance des produits et du mix de marques, en plus de la solide discipline en matière de coûts et de l'optimisation des processus opérationnels. Au 3T18, nous avons réalisé les meilleurs résultats de l'année à ce jour, avec une croissance de l'EBITDA de 22,8 % et un important accroissement de la marge de 415 points de base à 33,1 %. Au cours des 9M18, l'EBITDA a augmenté de 13,0 %, avec un accroissement de la marge de 204 points de base à 34,7 %.

Faits marquants sur nos autres marchés

Le **Canada** renoue avec la croissance des produits ce trimestre, l'affaiblissement du secteur ayant été compensé par l'amélioration de la performance de part de marché et une croissance constante des produits par hl. Notre stratégie commerciale s'avère très fructueuse, notre entreprise haut de gamme faisant mieux que le secteur en termes de croissance des produits, avec une croissance à deux chiffres des volumes de nos marques artisanales locales, et des hausses de part de marché pour Corona et Stella Artois. Nos grandes marques core continuent elles aussi d'afficher de solides résultats, Bud Light et Michelob Ultra comptant parmi les marques à la croissance la plus rapide du Canada.

Au **Pérou**, nous enregistrons une croissance des produits d'un chiffre dans le bas de la fourchette malgré un environnement consommateur difficile qui a entraîné des baisses de volumes de bière d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. La bonne performance des produits a été favorisée par un mix de marques favorable, avec notre portefeuille de marques mondiales en tête, et des initiatives de gestion des revenus. Nos activités en **Équateur** ont amélioré les produits d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette avec une hausse des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Nous avons réalisé des gains estimés de part de consommation totale d'alcool de 90 points de base, grâce à des initiatives fructueuses dans toute la gamme de prix, incluant des initiatives d'accessibilité, et à une pénétration accrue de nos marques premium.

En **Amérique latine Sud**, les volumes ont reculé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, essentiellement en raison d'une baisse de consommation en **Argentine** dans un contexte macro-économique difficile. Malgré l'environnement difficile, les deux grandes marques core en Argentine, à savoir Quilmes Clásica et Brahma, ont accru leurs volumes au cours des 9M18 suite au repositionnement réussi des marques soutenu par le cadre d'extension des catégories. Compte tenu de la pression macroéconomique exercée sur les consommateurs, nous avons également lancé pour ces deux marques des initiatives d'emballage abordables qui améliorent la pénétration. Parmi nos marques mondiales, Stella Artois et Corona ont affiché une forte croissance des volumes au cours des 9M18. Nous nous réjouissons du retour de Budweiser dans notre portefeuille en Argentine et nous nous concentrons sur la progression de la marque. Conformément aux règles IFRS, nous sommes tenus d'appliquer le traitement comptable de l'hyperinflation pour l'Argentine au 1^{er} janvier 2018. Des informations complémentaires sont fournies à la page 14.

Dans la Zone **EMEA**, l'**Europe de l'Ouest** a augmenté ses produits d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une croissance à deux chiffres de nos marques mondiales. Budweiser a pris la tête, puisqu'elle a bénéficié des activations de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™. La croissance de Corona a été soutenue par Casa Corona en France et en Espagne, ainsi que par les festivals Corona Sunset au Royaume-Uni et en Italie. Notre portefeuille de bières peu et non alcoolisées poursuit sa croissance à deux chiffres, avec une importante contribution des innovations, dont Jupiler Pure Blonde en Belgique. En **Afrique hors Afrique du Sud**, les volumes ont été plus faibles en Tanzanie et en Ouganda, mais ce résultat a été plus que compensé par la croissance constante à deux chiffres des volumes en Zambie et au Mozambique. Au Nigeria, nos volumes ont enregistré une hausse à deux chiffres, la croissance ayant encore accéléré après l'ouverture de notre quatrième brasserie, la plus grande d'Afrique hors Afrique du Sud. Budweiser a également réalisé une très solide croissance sur le marché après son lancement lors de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ et est sur le point de contribuer à la tendance de premiumisation croissante dans le pays.

En **Australie**, les produits ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, malgré une baisse des volumes dans un secteur encore plus marqué par le déclin. En adéquation avec notre stratégie de premiumisation, la croissance est stimulée par nos portefeuilles de marques artisanales et mondiales, en particulier Corona et Stella Artois, qui continue de bénéficier de la campagne *Buy A Lady A Drink* développée dans le cadre de notre engagement en faveur du développement durable en vue d'améliorer l'accès à l'eau sur les marchés émergents. Nous avons lancé Carlton Zero, notre nouvelle bière 'All Flavour, No Alcohol', pour répondre à la tendance de consommation croissante qui privilégie la modération et le choix. Cette nouveauté a d'ailleurs eu droit à une énorme couverture médiatique dans tout le pays. Great Northern reste un moteur de croissance clé, affichant une nouvelle fois une croissance à deux chiffres des volumes.

PERSPECTIVES 2018

- (i) **Performance générale** : Malgré la volatilité observée sur certains de nos marchés clés, nous prévoyons de réaliser une solide croissance des **Produits** et de l'**EBITDA** durant l'EX18, grâce à la solide performance de notre portefeuille de marques et à des programmes commerciaux efficaces. Notre modèle de croissance est aujourd'hui bien plus axé sur le développement de la catégorie, et par conséquent, nous prévoyons de réaliser une croissance des **produits par hl** supérieure à l'inflation grâce à des initiatives de premiumisation et de gestion des revenus, tout en maintenant les coûts en dessous de l'inflation. Nous restons convaincus que la croissance s'accélèrera durant l'exercice.
- (ii) **Synergies** : Nous maintenons les synergies et économies de coûts attendues de 3,2 milliards d'USD sur une base monétaire constante à partir d'août 2016. Sur ce total, 547 millions d'USD ont été rapportés par l'ancienne SAB au 31 mars 2016, et 2 174 millions d'USD ont été générés entre le 1^{er} avril 2016 et le 30 septembre 2018. Le solde d'environ 500 millions d'USD devrait être réalisé d'ici à octobre 2020.
- (iii) **Coûts financiers nets** : Pour l'EX18, le coupon moyen sur la dette nette devrait se situer autour de 3,7 %. Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation devraient avoisiner respectivement 30 et 100 millions d'USD par trimestre. Les coûts financiers continueront de subir l'impact des gains et pertes éventuels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (iv) **Taux d'imposition effectif** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX18 se situera entre 24 % et 26 %, en excluant les gains ou pertes futurs relatifs à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Cette indication tient compte de l'impact de la réforme fiscale aux États-Unis, qui a abaissé le taux d'imposition des sociétés et le compense par une base fiscale plus large et de nouvelles règles plus strictes pour certaines déductions applicables aux entreprises. Cette indication concernant le TIE est fondée sur une interprétation disponible de la loi de réforme fiscale aux États-Unis et peut être modifiée lorsque la société recevra des précisions supplémentaires et des directives de mise en œuvre.
- (v) **Dépenses nettes d'investissement** : Les dépenses nettes d'investissement devraient se situer entre 4,0 et 4,5 milliards d'USD pour l'EX18.
- (vi) **Dette** : Environ 42 % de notre dette brute est exprimé en devises autres que le dollar américain, principalement en euro. Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2x.

- (vii) **Dividendes** : Nous prévoyons une hausse des dividendes au fil du temps à partir de la nouvelle base, mais la croissance à court terme devrait toutefois être modeste compte tenu de l'importance du désendettement.

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

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

	3T17	3T18	Croissance interne
Produits	14 740	13 282	4,5%
Coûts des ventes	-5 546	-4 982	-6,3%
Marge brute	9 194	8 299	3,5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 652	-4 173	-1,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	139	181	83,2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	4 681	4 308	7,1%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 173	- 55	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 135	-1 787	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	177	- 595	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	88	32	
Impôts sur le résultat	-1 494	- 650	
Bénéfice des activités poursuivies	2 144	1 254	
Bénéfice des activités abandonnées	-	-	
Bénéfice	2 144	1 254	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	89	299	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 055	956	
EBITDA normalisé	5 733	5 358	7,5%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 582	1 614	

	9M17	9M18	Croissance interne
Produits	41 844	40 369	4,6%
Coûts des ventes	-16 220	-15 166	-4,1%
Marge brute	25 624	25 203	4,9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-13 431	-12 964	-2,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	547	514	15,9%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	12 741	12 752	7,7%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 460	- 251	
Produits/(coûts) financiers nets	-4 255	-4 603	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 34	-1 089	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	213	125	
Impôts sur le résultat	-2 487	-2 085	
Bénéfice des activités poursuivies	5 716	4 850	
Bénéfice des activités abandonnées	28	-	
Bénéfice	5 745	4 850	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	782	939	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 963	3 911	
EBITDA normalisé	15 895	15 915	7,1%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 913	5 219	

Produits

Les produits consolidés ont augmenté de 4,5 % au 3T18, sous l'impulsion des initiatives de gestion des revenus et d'une solide performance continue des marques premium. Les produits par hl ont progressé de 4,2 %, et de 4,4 % sur une base géographique constante. Au cours des 9M18, les produits ont augmenté de 4,6 %, les produits par hl de 4,3 % et les produits par hl sur une base géographique constante de 4,6 %.

Coûts des Ventes (CdV)

Au 3T18, les CdV ont progressé de 6,3 % et de 5,9 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 5,9 %, ce qui s'explique par la hausse des prix des matières premières, partiellement compensée par la réalisation de synergies. Au cours des 9M18, les CdV ont augmenté de 4,1 %, de 3,8 % par hl, et de 4,2 % par hl sur une base géographique constante.

Frais commerciaux, généraux et administratifs

Les frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux ont augmenté de 1,9 % au 3T18, et de 2,7 % au cours des 9M18 suite à la réalisation de synergies et à une bonne gestion des coûts, partiellement atténuées par une hausse des investissements commerciaux et de marketing liés à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ au premier semestre de 2018 et à un échelonnement des coûts.

Autres produits/(charges) d'exploitation

Les autres produits d'exploitation du 3T18 ont augmenté en interne de 83,2 %, grâce aux subventions publiques reçues en Chine et au règlement favorable d'une procédure judiciaire en Colombie. Au cours des 9M18, ils ont augmenté de 15,9 %.

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

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

	3T17	3T18	9M17	9M18
Restructuration	- 119	- 53	- 407	- 190
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	- 18	- 14	- 43	- 52
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	- 36	12	- 10	- 9
Impact sur le résultat d'exploitation	- 173	- 55	- 460	- 251

Le bénéfice d'exploitation normalisé du 3T18 ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 55 millions d'USD, principalement dus aux coûts de restructuration uniques relatifs à l'intégration de SAB.

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

	3T17	3T18	9M17	9M18
Charges nettes d'intérêts	- 999	- 923	-3 056	-2 878
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	- 27	- 23	- 82	- 71
Charges de désactualisation	- 149	- 81	- 452	- 258
Ajustements à la valeur de marché	240	- 616	105	- 874
Autres résultats financiers	- 200	- 143	- 770	- 521
Produits/(coûts) financiers nets	-1 135	-1 787	-4 255	-4 603

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 au tableau 6 ci-dessous.

Tableau 6. Couverture des paiements fondés sur des actions

	3T17	3T18	9M17	9M18
Prix de l'action au début de la période (Euro)	96,71	86,50	100,55	93,13
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	101,30	75,22	101,30	75,22
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	46,9	46,9	46,9	46,9

Revenus/(coûts) financiers nets non-récurrents

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

	3T17	3T18	9M17	9M18
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	113	- 301	42	- 428
Remboursement anticipé d'obligations	-	-	-	- 244
Autres ajustements à la valeur de marché	109	- 294	40	- 417
Autres	- 45	-	- 116	-
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	177	- 595	- 34	-1 089

Les coûts financiers nets non-récurrents du 3T18 comprennent des pertes évaluées 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 du système d'action différé et les actions restreintes ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont fournis au tableau 8.

Tableau 8. Instruments non-récurrents dérivés sur fonds propres

	3T17	3T18	9M17	9M18
Prix de l'action au début de la période (Euro)	96,71	86,50	100,55	93,13
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	101,30	75,22	101,30	75,22
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)

	3T17	3T18	9M17	9M18
Charges d'impôts	1 494	650	2 487	2 085
Taux d'impôts effectif	42,1%	34,7%	31,1%	30,6%
Taux d'impôt effectif normalisé	16,7%	25,3%	19,1%	26,0%
Taux d'impôt effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	17,9%	20,3%	19,4%	23,5%

Notre taux d'imposition effectif normalisé a augmenté, passant de 16,7 % au 3T17 à 25,3 % au 3T18, et de 19,1 % pour les 9M17 à 26,0 % pour les 9M18. Ceci s'explique principalement par des pertes évaluées à la valeur de marché non déductibles et par des modifications de la législation fiscale dans certains pays où nous opérons. Sans tenir compte des pertes évaluées à la valeur de marché, le taux d'imposition effectif normalisé du 3T18 était de 20,3 %.

Bénéfice normalisé et bénéfice

Tableau 10. Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)

	3T17	3T18	9M17	9M18
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 055	956	4 963	3 911
Eléments non-récurrents, avant impôts	173	55	460	251
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	- 177	595	34	1 089
Impôts non-récurrents	902	13	866	- 32
Eléments non-récurrents attribuable aux intérêts minoritaires	- 372	- 4	- 381	-
Résultat des activités abandonnées	-	-	- 28	-
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 582	1 614	5 913	5 219
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors ajustements à la valeur de marché	2 342	2 230	5 808	6 093

BPA normalisé et de base

Tableau 11. Bénéfice par action (USD)

	3T17	3T18	9M17	9M18
Bénéfice de base par action	1,04	0,48	2,52	1,98
Eléments non-récurrents, avant impôts	0,09	0,03	0,23	0,13
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	-0,09	0,30	0,02	0,55
Impôts non-récurrents	0,46	0,01	0,44	-0,02
Eléments non-récurrents attribuables aux intérêts minoritaires	-0,19	-	-0,19	-
Résultat des activités abandonnées	-	-	-0,01	-
Bénéfice normalisé par action	1,31	0,82	3,00	2,64

Tableau 12. Composantes clés du Bénéfice normalisé par action (USD)

	3Q17	3Q18	9M17	9M18
EBIT normalisé hors hyperinflation	2,38	2,29	6,47	6,58
Impact de l'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-	-0,13	-	-0,13
EBIT normalisé	2,38	2,17	6,47	6,46
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0,12	-0,31	0,05	-0,44
Coûts financiers nets	-0,69	-0,59	-2,21	-1,89
Impôts sur le résultat	-0,30	-0,32	-0,82	-1,07
Associés et intérêts minoritaires	-0,19	-0,13	-0,48	-0,41
Bénéfice normalisé par action	1,31	0,82	3,00	2,64
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	-0,12	0,31	-0,05	0,44
Impact de l'hyperinflation dans le BPA	-	0,03	-	0,03
EBIT normalisé hors ajustements à la valeur de marché et hyperinflation	1,19	1,16	2,95	3,11

L'adoption du traitement comptable de l'hyperinflation a un impact négatif de -0,13 USD sur l'EBIT normalisé et un impact positif de 0,10 USD en dessous de l'EBIT, résultant en un impact net négatif sur le bénéfice normalisé par action de -0,03 USD.

Adoption du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine

Suite à la catégorisation de l'Argentine comme un pays ayant un taux d'inflation cumulé sur trois ans supérieur à 100%, ce pays est considéré comme une économie hyperinflationniste selon les normes IFRS.

Par conséquent, à compter de la publication des résultats du 3T18, nous rapportons les activités de nos filiales argentines en appliquant le traitement comptable de l'hyperinflation. Les normes IFRS (IAS 29) nous imposent de rapporter les résultats de nos activités au sein d'économies hyperinflationnistes comme si elles étaient hautement inflationnistes à compter du 1^{er} janvier 2018, et à retraiter les résultats à ce jour pour refléter le changement du pouvoir d'achat général de la devise locale, en utilisant des indices officiels avant de convertir les montants locaux au taux de change à la clôture de la période (c.-à-d. le taux de change à la clôture au 30 septembre 2018 pour les résultats des 9M18).

Nous présentons l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation avec les changements dans le périmètre (« scope »).

Pour le 3T18 et les 9M18, nous rapportons un impact de -442 millions d'USD lié à l'hyperinflation sur nos produits et un impact de -225 millions d'USD sur notre EBITDA normalisé. L'ajustement comptable de l'hyperinflation au 3T18 provient de l'effet combiné de l'indexation pour répercuter les modifications du pouvoir d'achat dans les résultats des 9M18 et de la conversion des résultats des 9M18 au taux de change à la clôture des 9M18, au lieu du taux moyen à ce jour appliqué à la fois aux résultats publiés précédemment et aux résultats trimestriels comme suit :

Tableau 13. Impacts d'hyperinflation

Produits	Retraitement des résultats de juin	Impact sur les résultats du 3T	Total 3T
Indexation	98	8	106
Taux de clôture	-484	-64	-548
Total	-386	-56	-442

EBITDA normalisé	Retraitement des résultats de juin	Impact sur les résultats du 3T	Total 3T
Indexation	34	3	37
Taux de clôture	-234	-29	-262
Total	-200	-26	-225

En outre, la norme IAS 29 implique le retraitement des actifs et passifs non monétaires comptabilisés au coût historique dans le bilan de nos activités dans les économies hyperinflationnistes en utilisant des indices d'inflation, et à 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 à présenter les éventuels impôts différés sur ces ajustements.

Au cours des 3T18 et des 9M18, la transition vers le traitement comptable de l'hyperinflation conformément aux normes IFRS a donné lieu à un ajustement monétaire de 29 millions d'USD rapporté dans les coûts financiers, à un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de -54 millions d'USD et à un impact négatif sur le BPA normalisé de -0,03 USD.

Lors de la publication des résultats de l'EX18, nous présenterons une base de référence incluant les résultats de 2018 par trimestre, comme si nous avons appliqué le traitement comptable de l'hyperinflation depuis le 1^{er} janvier 2018 ainsi que la manière dont nous présenterons à l'avenir l'impact de l'hyperinflation.

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

Tableau 14. Composantes clés du Bénéfice normalisé par action (USD)

	3T17	3T18	9M17	9M18
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 055	956	4 963	3 911
Intérêts minoritaires	89	299	782	939
Bénéfice	2 144	1 254	5 745	4 850
Bénéfice des activités abandonnées	-	-	- 28	-
Bénéfice des activités poursuivies	2 144	1 254	5 716	4 850
Impôts sur le résultat	1 494	650	2 487	2 085
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	- 88	- 32	- 213	- 125
(Produits)/coûts financiers nets	1 135	1 787	4 255	4 603
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	- 177	595	34	1 089
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	173	55	460	251
EBIT Normalisé	4 681	4 308	12 741	12 752
Amortissements et dépréciations	1 052	1 049	3 154	3 162
EBITDA Normalisé	5 733	5 358	15 895	15 915

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

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

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

ACOMPTE SUR DIVIDENDE

Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un acompte sur dividende de 0,80 EUR par action pour l'exercice 2018.

	Date ex-coupon	Date d'enregistrement	Date de paiement
Euronext: ABI	27 novembre 2018	28 novembre 2018	29 novembre 2018
MEXBOL: ANB	27 novembre 2018	28 novembre 2018	29 novembre 2018
JSE: ANH	28 novembre 2018	30 novembre 2018	03 décembre 2018
NYSE: BUD (programme ADR)	27 novembre 2018	28 novembre 2018	21 décembre 2018
Actions restreintes	27 novembre 2018	28 novembre 2018	29 novembre 2018

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 l'entreprise. L'impact de l'application du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine au 1^{er} janvier 2018 est présenté comme un changement dans le périmètre.

Les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières américaines. Afin d'éliminer l'effet mix géographique, c'est-à-dire l'impact d'une croissance des volumes plus forte dans les pays à plus faibles produits par hl et à plus faibles coûts des ventes par hl, nous présentons également, aux endroits spécifiés, les chiffres par hectolitre internes sur une base géographique constante. Lorsque nous faisons des estimations sur une base géographique constante, nous supposons que chaque pays dans lequel nous opérons représente le même pourcentage de notre volume mondial que pour la même période de l'année précédente. Les références à l'entreprise haut de gamme sont relatives à notre unité disposant d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales dans 22 pays.

Chaque fois qu'ils sont mentionnés dans le présent document, les indicateurs de performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, taux d'imposition, BPA) sont rapportés sur une base « normalisée », ce qui signifie qu'ils sont présentés avant les éléments non-récurrents et les activités abandonnées. Les éléments non-récurrents sont des produits ou charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de la société. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de la société de par leur taille ou nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateurs de la performance de l'entreprise. Le 30 mars 2018, la fusion 50/50 des activités d'AB InBev et d'Anadolu Efes en Russie et en Ukraine a été réalisée. Les activités combinées sont consolidées intégralement dans les comptes financiers d'Anadolu Efes. Suite à cette transaction, AB InBev a cessé de consolider ses activités en Russie et en Ukraine et consolide son investissement dans AB InBev Efes selon la méthode de mise en équivalence, à compter de cette date. Les résultats de l'activité CEE de l'ancienne SAB sont présentés en tant que « résultat d'activités abandonnées » jusqu'à leur vente le 31 mars 2017. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Les BPA du 3T18 et des 9M18 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 975 millions d'actions, comparée à une moyenne pondérée de 1 970 millions d'actions au 3T17 et pour les 9M17.

Mentions légales

Le présent communiqué de presse contient des « déclarations prévisionnelles ». Ces déclarations reposent sur les attentes et points de vue actuels du management d'AB InBev quant aux événements et évolutions futurs et sont soumises à des incertitudes et des changements au gré des circonstances. Les déclarations prévisionnelles contenues dans le présent communiqué incluent, entre autres, des déclarations liées au rapprochement d'AB InBev et de SAB et d'autres déclarations qui ne sont pas des faits historiques. Les déclarations prévisionnelles sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « estimer », « probable », « prévoir » ou d'autres mots ou expressions ayant une portée similaire. Toutes les déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devriez pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prévisionnelles, qui reflètent le point de vue actuel du management d'AB InBev, sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes au sujet d'AB InBev et sont dépendantes de nombreux facteurs, qui pour certains sont en dehors du contrôle d'AB InBev. Des facteurs, risques et incertitudes importants peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats escomptés. Ceci inclut, entre autres, la capacité à réaliser des synergies à partir du rapprochement avec SAB, les risques et incertitudes relatifs à AB InBev décrits au point 3.D du rapport annuel d'AB InBev inclus dans le formulaire 20-F (« Form 20-F ») déposé auprès de la US Securities and Exchange Commission (« SEC ») le 19 mars 2018. 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.

NOTES

Les données financières relatives au troisième trimestre 2018 (3T18) et aux neuf premiers mois (9M18) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9 à 11 et 14 du présent communiqué de presse sont extraites des états

financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 30 septembre 2018 et pour la période de neuf mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un examen par notre commissaire Deloitte Réviseurs d'Entreprises SCCRL conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (États-Unis). Les commissaires ont conclu que, sur la base de leur examen, aucun fait n'a été porté à leur connaissance, qui tendrait à indiquer que ces états financiers intermédiaires n'ont pas été présentés équitablement, sous tous égards significativement importants, conformément à la norme IAS 34 « Information financière intermédiaire », telle que publiée par l'IASB et adoptée par l'Union européenne. Les données financières présentées aux tableaux 6, 8 et 12 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 30 septembre 2018 et pour la période de neuf mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes).

CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le jeudi 25 octobre 2018 :

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

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement)

<https://bit.ly/2CIFI4j>

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives)

<https://bit.ly/2uGfb9e>

CONTACTS ANHEUSER-BUSCH INBEV

Médias

Pablo Jimenez

Tél. : +1 212 573 9289

E-mail : pablo.jimenez@gmodelo.com.mx

Aimee Baxter

Tél. : +1 718 650 4003

E-mail : aimee.baxter@ab-inbev.com

Ingvild Van Lysebetten

Tél. : +32 16 276 608

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

Investisseurs

Lauren Abbott

Tél. : +1 212 573 9287

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

Mariusz Jamka

Tél. : +32 16 276 888

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

Jency John

Tél. : +1 646 746 9673

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

A propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une société cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation secondaire à la Bourse du Mexique (MEXBOL : ANB) et à la Bourse d'Afrique du Sud (JSE : ANH) et une cotation d'ADR (American Depositary Receipts) à la Bourse de New York (NYSE : BUD). Notre Rêve est de rassembler 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®, Castle®, Castle Lite®, Hoegaarden® et Leffe® ; et des championnes locales telles que Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® et Skol®. Notre héritage brassicole remonte à plus de 600 ans, traversant les continents et les générations. De nos racines européennes ancrées dans la brasserie Den Hoorn à Leuven en Belgique, à l'esprit innovateur de la brasserie Anheuser & Co à St. Louis aux États-Unis, à la création de la brasserie Castle en Afrique du Sud lors de la ruée vers l'or à Johannesburg, ou encore à Bohemia, la première brasserie au Brésil. Géographiquement diversifiés avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, nous misons sur les forces collectives d'environ 180 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2017, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 56,4 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	161 045	-15 205	-	348	146 187	0,2%
dont volumes de nos propres bières	132 725	-3 714	-	617	129 628	0,5%
Produits	14 740	-1 261	- 817	620	13 282	4,5%
Coûts des ventes	-5 546	578	301	- 316	-4 982	-6,3%
Marge brute	9 194	-683	- 516	304	8 299	3,5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 652	314	247	- 83	-4 173	-1,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	139	- 28	- 30	100	181	83,2%
EBIT normalisé	4 681	- 396	-298	322	4 308	7,1%
EBITDA normalisé	5 733	- 419	- 372	416	5 358	7,5%
Marge EBITDA normalisée	38,9%				40,3%	116 bps
Amérique du Nord	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	30 109	15	-	- 139	29 985	-0,5%
Produits	4 120	4	- 18	56	4 162	1,4%
Coûts des ventes	-1 500	7	5	- 57	-1 545	-3,8%
Marge brute	2 621	10	- 13	- 1	2 617	-
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 115	- 19	7	- 30	-1 157	-2,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	3	-	-	8	11	274,7%
EBIT normalisé	1 508	- 9	- 5	- 23	1 471	-1,5%
EBITDA normalisé	1 724	- 9	- 6	- 38	1 671	-2,2%
Marge EBITDA normalisée	41,8%				40,1%	-147 bps
Amérique latine Ouest	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	28 012	- 4	-	454	28 462	1,6%
Produits	2 400	1	- 80	151	2 472	6,3%
Coûts des ventes	- 652	- 3	26	- 56	- 685	-8,5%
Marge brute	1 748	- 3	- 54	95	1 788	5,5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 764	2	26	41	- 695	5,4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	- 3	-	-	48	45	-
EBIT normalisé	981	-	- 27	184	1 137	18,8%
EBITDA normalisé	1 137	-	- 33	200	1 303	17,6%
Marge EBITDA normalisée	47,4%				52,7%	502 bps
Amérique latine Nord	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	27 943	- 52	-	- 687	27 204	-2,5%
Produits	2 276	- 7	- 392	83	1 960	3,7%
Coûts des ventes	- 916	3	145	35	- 733	3,8%
Marge brute	1 360	- 4	- 247	118	1 227	8,7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 736	1	129	1	- 604	0,2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	74	-	- 14	- 10	50	-13,0%
EBIT normalisé	698	- 2	- 132	110	673	15,7%
EBITDA normalisé	906	- 2	- 167	105	841	11,6%
Marge EBITDA normalisée	39,8%				42,9%	304 bps

Amérique latine Sud	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	7 811	22	-	- 389	7 444	-5,1%
Produits	764	-449	- 244	103	175	13,8%
Coûts des ventes	- 287	121	88	- 41	- 119	-14,5%
Marge brute	478	-328	- 156	62	56	13,3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 175	99	65	- 40	- 52	-23,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	2	-10	-	-	-9	-13,2%
EBIT normalisé	305	- 240	- 91	21	- 5	7,2%
EBITDA normalisé	359	- 223	- 114	50	72	14,4%
Marge EBITDA normalisée	46,9%				41,1%	25 bps
EMEA	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	35 828	-14 888	-	862	21 803	4,1%
dont volumes de nos propres bières	22 675	-3 434	-	905	20 147	4,7%
Produits	2 876	- 832	- 46	97	2 095	4,8%
Coûts des ventes	-1 250	475	21	- 114	- 869	-15,3%
Marge brute	1 626	- 357	- 25	- 17	1 227	-1,4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 905	241	15	- 21	- 670	-3,2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	33	-8	1	15	42	58,8%
EBIT normalisé	755	- 125	- 8	- 24	598	-3,6%
EBITDA normalisé	969	- 162	- 13	- 7	786	-0,9%
Marge EBITDA normalisée	33,7%				37,5%	-216 bps
Asie-Pacifique	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	31 037	7	-	246	31 290	0,8%
Produits	2 221	9	- 35	115	2 310	5,2%
Coûts des ventes	- 870	- 5	13	- 82	- 944	-9,4%
Marge brute	1 351	4	- 21	33	1 366	2,4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 759	- 3	8	3	- 750	0,4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	20	-1	- 1	24	43	124,9%
EBIT normalisé	612	-	- 14	60	658	9,9%
EBITDA normalisé	755	-	- 16	110	849	14,6%
Marge EBITDA normalisée	34,0%				36,8%	304 bps
Exportations Globales et Sociétés Holding	3T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	304	-305	-	1	-	-
Produits	81	14	-3	15	107	18,7%
Coûts des ventes	- 70	- 19	2	-	- 88	-0,1%
Marge brute	10	-5	-1	15	19	247,3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 198	-7	- 3	-37	- 244	-18,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	10	- 9	- 17	15	-	-
EBIT normalisé	- 178	- 20	- 20	-6	- 225	-3,3%
EBITDA normalisé	- 117	- 23	-22	- 3	- 164	-2,2%

Annexe 2						
AB InBev au niveau mondial	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	466 595	-43 151	-	1 259	424 703	0,3%
dont volumes de nos propres bières	380 938	-7 643	-	2 317	375 612	0,6%
Produits	41 844	-2 682	- 623	1 829	40 369	4,6%
Coûts des ventes	-16 220	1 454	210	- 610	-15 166	-4,1%
Marge brute	25 624	-1 228	- 413	1 220	25 203	4,9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-13 431	674	135	- 342	-12 964	-2,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	547	- 88	- 22	76	514	15,9%
EBIT normalisé	12 741	- 642	-300	954	12 752	7,7%
EBITDA normalisé	15 895	- 726	- 347	1 092	15 915	7,1%
Marge EBITDA normalisée	38,0%				39,4%	92 bps
Amérique du Nord	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	87 265	76	-	-2 730	84 612	-3,1%
Produits	11 906	19	27	- 149	11 803	-1,3%
Coûts des ventes	-4 387	18	- 10	- 10	-4 389	-0,2%
Marge brute	7 520	37	18	- 160	7 415	-2,1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 289	- 52	- 10	- 26	-3 378	-0,8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	22	-	-	- 10	12	-46,0%
EBIT normalisé	4 253	- 15	7	- 196	4 049	-4,6%
EBITDA normalisé	4 873	- 14	8	- 227	4 640	-4,7%
Marge EBITDA normalisée	40,9%				39,3%	-141 bps
Amérique latine Ouest	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	81 200	- 25	-	3 897	85 071	4,8%
Produits	6 660	-1	8	634	7 301	9,5%
Coûts des ventes	-1 878	- 8	-	- 184	-2 069	-9,7%
Marge brute	4 782	- 9	8	450	5 232	9,4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 136	9	-2	- 9	-2 139	-0,4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	31	-	1	39	70	127,4%
EBIT normalisé	2 677	-	6	480	3 163	18,0%
EBITDA normalisé	3 135	-	7	511	3 652	16,3%
Marge EBITDA normalisée	47,1%				50,0%	291 bps
Amérique latine Nord	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	84 493	-177	-	-2 966	81 350	-3,5%
Produits	6 641	-23	- 613	289	6 295	4,4%
Coûts des ventes	-2 736	10	228	117	-2 382	4,3%
Marge brute	3 905	-12	- 385	406	3 913	10,4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 146	4	203	- 100	-2 038	-4,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	232	-	- 23	- 1	207	-0,6%
EBIT normalisé	1 990	- 8	- 205	305	2 082	15,4%
EBITDA normalisé	2 605	- 8	- 261	306	2 642	11,8%
Marge EBITDA normalisée	39,2%				42,0%	279 bps

Amérique latine Sud	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	23 630	43	-	436	24 110	1,9%
Produits	2 287	-446	- 518	480	1 803	21,2%
Coûts des ventes	- 853	115	174	- 137	- 702	-16,2%
Marge brute	1 434	-331	- 344	342	1 102	24,2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 569	92	137	- 133	- 473	-23,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	5	-13	-2	6	-4	130,4%
EBIT normalisé	870	- 252	- 209	215	624	25,1%
EBITDA normalisé	1 025	- 234	- 250	266	806	26,4%
Marge EBITDA normalisée	44,8%				44,7%	192 bps
EMEA	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	105 454	-42 683	-	922	63 692	1,5%
dont volumes de nos propres bières	65 277	-7 269	-	938	58 946	1,6%
Produits	8 022	-2 291	246	214	6 190	3,7%
Coûts des ventes	-3 656	1 365	- 88	- 213	-2 592	-9,5%
Marge brute	4 366	- 926	158	-	3 598	-
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 605	657	- 94	- 39	-2 081	-2,0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	75	- 11	4	21	89	33,2%
EBIT normalisé	1 836	- 281	68	- 18	1 606	-1,1%
EBITDA normalisé	2 458	- 381	90	32	2 199	1,6%
Marge EBITDA normalisée	30,6%				35,5%	-77 bps
Asie-Pacifique	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	83 605	73	-	1 713	85 391	2,0%
Produits	6 077	27	228	344	6 677	5,7%
Coûts des ventes	-2 500	- 14	-99	- 160	-2 773	-6,4%
Marge brute	3 577	13	129	185	3 904	5,2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 008	- 11	-75	- 20	-2 114	-1,0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	102	-1	5	20	126	20,0%
EBIT normalisé	1 671	1	60	185	1 917	11,1%
EBITDA normalisé	2 167	1	81	216	2 466	10,0%
Marge EBITDA normalisée	35,7%				36,9%	145 bps
Exportations Globales et Sociétés Holding	9M17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	948	-458	-	-13	478	-2,7%
Produits	251	33	-2	17	300	7,0%
Coûts des ventes	- 210	-33	4	- 21	- 260	-10,0%
Marge brute	41	-	2	- 4	40	-8,7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 678	-25	- 25	-14	- 741	-2,1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	81	- 63	- 6	1	13	3,7%
EBIT normalisé	- 555	- 88	- 28	- 17	- 688	-2,7%
EBITDA normalisé	- 367	- 89	-22	- 13	- 491	-2,8%